



RELATÓRIO ANUAL 2016

UMA VISÃO INTEGRADA DO NEGÓCIO





**“Alimentos para
o bem da sociedade
e a felicidade das pessoas”**

Este é o propósito
maior que inspira a
missão da Companhia

RELATÓRIO ANUAL 2016

UMA VISÃO INTEGRADA DO NEGÓCIO



CADA VEZ MAIS FORTALECIDOS NO CUMPRIMENTO DA NOSSA MISSÃO.

Temos a satisfação de apresentar o primeiro relatório integrado da M. Dias Branco, em que abordamos as nossas realizações nos aspectos econômico-financeiros e socioambientais.

É uma honra compartilhar os avanços e aprendizados obtidos no ano de 2016, frutos de um trabalho de equipe, em que todos somos movidos pelo propósito de fazer acontecer a missão da Companhia: **oferecer alimentos de qualidade, inovadores, saudáveis, saborosos e com preços competitivos, proporcionando o bem-estar e a felicidade das pessoas.**

Superação: essa é a palavra que resume o ano de 2016 para nós. Nosso time conseguiu avançar, em meio aos desafios do cenário econômico do país, na busca constante de soluções para viabilizar o alcance dos objetivos planejados para o negócio, diante do comprometimento com a geração de resultados satisfatórios para os nossos diversos *stakeholders*, no curto e longo prazos.

É preciso ressaltar, contudo, que nenhum fato em 2016 foi mais marcante que a partida do Sr. Ivens Dias Branco, idealizador desta Companhia, que construiu a partir de uma padaria, com

“**Superação: essa é a palavra que resume o ano de 2016 para nós.**”

muita dedicação e trabalho, a empresa que hoje destaca-se como um dos grandes *players* globais em biscoitos e massas, líder destes segmentos no Brasil em volume de vendas. A imensa saudade despertou em todos nós o desejo de honrar o seu legado, de fazer da M. Dias Branco uma empresa ainda maior e melhor. Os seus valores, suas crenças e seus sonhos continuam vivos, nos inspirando a seguir em frente, a partir das bases sólidas por ele construídas.

Finalizamos o ano de 2016 alcançando resultados econômico-financeiros satisfatórios. Em relação ao ano anterior, o Ebitda cresceu 33,9%, a receita líquida cresceu 15,3% e o lucro líquido cresceu 29,9%. Os ganhos de produtividade também foram relevantes, favorecidos pelos vários recordes de produção e de vendas. A reestruturação da equipe comercial unificou a força de vendas em todo o Brasil, o que permitiu aproveitar melhor o potencial de cada uma das nossas marcas e ampliar nossa liderança de mercado em massas e biscoitos. A valorização das ações da Companhia na BM&FBovespa ao longo do ano foi uma sinalização do reconhecimento do mercado ao nosso desempenho.

Os resultados econômico-financeiros são acompanhados de um fortalecimento dos aspectos socioambientais. O conceito de sustentabilidade continuou avançando em nossas práticas corporativas. Grupos de Trabalhos reuniram-se ao longo de todo o ano para tratar temas da Agenda Estratégica de Sustentabilidade, tais

como nutrição, saudabilidade, embalagens, resíduos, águas, efluentes, energia, emissões, comunidades, investimento social, insumos, cultura de sustentabilidade, saúde e segurança ocupacional. Nossos colaboradores foram cada vez mais engajados e protagonistas nas iniciativas que beneficiaram a sociedade.

O aporte financeiro aos projetos sociais, culturais e ambientais cresceu significativamente e passou a contemplar mais estados da federação.

A leitura deste relatório integrado é uma excelente oportunidade de conhecer ainda mais sobre a Companhia. Os indicadores de resultados são complementados por conquistas importantes que alcançamos ao longo de 2016, tais como os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, modelo de governança, lançamentos de produtos, práticas de gestão de pessoas, ações de saúde e segurança do trabalho, gestão de riscos e perspectivas, dentre outros assuntos que permitem uma visão panorâmica do negócio.

Dedicamos a elaboração do nosso primeiro relatório integrado a todos os nossos investidores, colaboradores, fornecedores, clientes e consumidores, pessoas a quem somos eternamente gratos. Desejamos a todos uma ótima leitura e que, mais uma vez, possamos superar as expectativas!

Ivens Dias Branco Júnior
Presidente

4 MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA



9 VISÃO GERAL M. DIAS BRANCO

Categoria de produtos.....	11
Participação de mercado.....	11
Nossas marcas.....	11
Unidades industriais e centros de distribuição.....	12
Missão, visão e valores.....	14
Acionistas.....	15
Histórico empreendedor.....	16
Destaques do ano.....	18
Indicadores de desempenho.....	26

29 SOBRE O RELATÓRIO E A AGENDA DE SUSTENTABILIDADE

Estratégia de sustentabilidade.....	32
-------------------------------------	----

39 CONTEXTO DE MERCADO E ESTRATÉGIA

Panorama dos mercados de atuação.....	40
Modelo de negócio.....	47
Marcas e campanhas.....	49
Riscos.....	53
Perspectivas.....	56



59 GOVERNANÇA CORPORATIVA



127 DESEMPENHO ECONÔMICO FINANCEIRO

Resultado econômico-financeiro.....	128
Informações de mercado.....	138
Performance no mercado de ações.....	140

143 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Balanco Patrimonial.....	144
Demonstração de resultados.....	146
Demonstração do resultado abrangente.....	147
Demonstração da mutação do patrimônio líquido.....	148
Demonstração de fluxo de caixa.....	152
Demonstração do valor adicionado.....	153

67 DESEMPENHO SOCIOAMBIENTAL

Principais resultados socioambientais.....	71
Nutrição e saudabilidade.....	74
Embalagens.....	77
Resíduos.....	80
Água e efluentes.....	84
Energia e emissões.....	91
Comunidades e investimento social.....	95
Transparência e diálogo.....	112
Insumos - Commodities e suprimentos.....	124



155 CARTA DE ASSEGURAÇÃO

161 ÍNDICE GRI



VISÃO GERAL M. DIAS BRANCO

- Categoria de produtos
- Participação de mercado
- Principais marcas
- Unidades industriais e centros de distribuição
- Missão, visão e valores
- Acionistas
- Histórico empreendedor
- Destaques do ano
- Indicadores de desempenho



M. Dias Branco amplia liderança no mercado nacional de biscoitos, em volume de vendas

Com mais de 60 anos de história e presença em todo país, a M. Dias Branco é uma das maiores empresas brasileiras do setor alimentício. É líder no mercado de massas e biscoitos do Brasil, a 6ª maior empresa de massas e a 7ª de biscoitos no mundo por valor (USD)*.

* Fonte: Euromonitor 2015

CATEGORIA DE PRODUTOS

A M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimentos, com sede na cidade de Eusébio/CE atua há mais de 60 anos no mercado brasileiro de alimentos. A Companhia conta com cerca de 16,5 mil colaboradores e oferece aos seus consumidores de todas as regiões do país oito categorias de produtos:

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

As exportações de massas, biscoitos, torradas, margarinas e gorduras foram destinadas para 19 países das Américas do Sul, Central e do Norte, África, Ásia e Europa, com expansão no volume em toneladas de 46% em relação a 2015.



PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

- Conforme pesquisa de mercado Nielsen Retail 2016, a M. Dias Branco possui a liderança no mercado nacional de biscoitos com participação de mercado de 28,6% (27,9% em 2015) e de massas com 28,8% (28,4% em 2015).
- De acordo com a última leitura da Nielsen, dos meses de outubro e novembro de 2016, a farinha de trigo Finna assumiu a liderança em participação de mercado na região Nordeste, com 22,6% do mercado*.
- De acordo com leitura da Nielsen do mês de dezembro de 2016, a torrada Isabela assumiu a liderança em participação de mercado na região Sul, com 47,32% do mercado.

Nossas Marcas

Os produtos são comercializados com as seguintes principais marcas:



*Até a data desta publicação não foram divulgadas informações consolidadas de 2016

UNIDADES INDUSTRIAIS E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

A Companhia possui ampla presença nacional e a alta proximidade com o mercado consumidor ocorre por meio de 12 unidades industriais e 29 CDs – centros de distribuição, estrategicamente localizados em todas as regiões do País



Centros de distribuição em todas as regiões do Brasil:



- 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
- Cabedelo/PB
- Bayeux/PB
- Jaboatão dos Guararapes/PE
- Recife/PE
- Caruaru/PE
- Maceió/AL
- Aracajú/SE
- Salvador/BA (2 CDs)
- Brasília/DF
- Contagem/MG
- Rio de Janeiro/RJ
- São Caetano do Sul/SP
- Lençóis Paulista/SP
- Jaboticabal/SP
- Pinhais/PR
- Rolândia/PR
- Bento Gonçalves/RS
- Nova Santa Rita/RS



Centro de distribuição do Eusébio-CE, ampliado em 2016

MISSÃO, VISÃO E VALORES

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}

VISÃO

O futuro que queremos criar

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.

VALORES

A forma como trabalhamos

Respeito: Respeito pela essência do ser humano, por nossos funcionários, clientes e consumidores. Respeito ao meio ambiente adotando atitudes sustentáveis.

Ética: Valorização de posturas éticas, pautadas na verdade e no bem comum.

Boa Vontade: Solidariedade, senso de comunidade, disposição para ajudar, colaborar, adotar atitudes construtivas.

Simplicidade: Humildade, valorização de soluções simples.

Excelência: Fazer com amor, excelência em tudo.

Superação: Ousadia, coragem, superação dos medos, persistência.

Zelo: Cuidado constante com os nossos gastos e o nosso patrimônio.

Criatividade: Busca de soluções efetivas em um contexto de negócios cada vez mais complexo e inesperado - que estas soluções sejam simples, fazendo mais com menos, sem enfeites que não geram valor.

Agilidade: Fazer no tempo certo, com a rapidez que o mercado requer, perceber rapidamente as necessidades para encontrar as soluções e aplicá-las com efetividade.

Segurança: Agir sempre de maneira preventiva para evitar acidentes, construindo um ambiente de trabalho seguro, pois a vida está em primeiro lugar.

MISSÃO

Nossa razão de ser

Oferecer alimentos de qualidade, inovadores, saudáveis, saborosos e com preços competitivos, proporcionando o bem-estar e a felicidade das pessoas.

A Companhia realiza permanentemente a disseminação da sua Missão, Visão e Valores junto aos colaboradores, com o objetivo de fortalecer o sentimento de propósito comum e o compromisso de todos com a sustentabilidade do negócio.

Em 2016, uma iniciativa merece destaque neste sentido: a campanha Honra ao Legado, realizada logo após o falecimento do Sr. Ivens Dias Branco, Presidente do Conselho de Administração à época, lembrando os sonhos e valores que impulsionaram sua obra e que serão fonte de inspiração para manter o time unido e focado em preservar as bases do sucesso da empresa.

A campanha R3 “O que é bom pode ficar melhor. Repense, Reduza, Reinvente!” estimulou nos colaboradores a prática dos valores de criatividade, superação e zelo, focada no aumento da produtividade e redução de gastos:

- **REPENSE** sua atuação. Todos devem estar atentos à excelência da nossa execução junto aos clientes e consumidores finais. Qualquer que seja a sua área, contribua para construir soluções e propor medidas concretas que agreguem valor ao negócio.

- **REDUZA** os gastos fixos e variáveis, seja pela eliminação de tudo o que for desnecessário ou pelo cumprimento das suas responsabilidades com um gasto menor. Apresente ideias, identifique oportunidades e não tolere desperdícios.

- **REINVENTE** sua área na busca de patamares maiores de produtividade em todos os processos e atividades do dia a dia. Não se conforme com o desempenho atual, questione, esteja alerta a sinais que possam impulsionar nossa eficiência.

O Programa de Desenvolvimento de Líderes (PDL) reuniu em dois eventos no ano de 2016 todos os gestores, cerca de 200 profissionais, para o compartilhamento da Missão, Visão, Valores e Direcionamento Estratégico de cinco anos, representando uma importante iniciativa de alinhamento cultural.

Nas reuniões de acompanhamento de resultados com as equipes, denominada Dia D - Dia de Dialogar, uma das pautas em 2016 foi a divulgação do Direcionamento Estratégico e do Mapa Estratégico. Deixar clara e disseminada a identidade organizacional e a estratégia é um dos pilares do modelo de gestão da Companhia.

Acionistas

Em 2016, a M. Dias Branco completou 10 anos de abertura de capital na BM&FBovespa e atualmente possui a seguinte estrutura societária:

63,32%

Acionista controlador – DIBRA Fundo de Investimento em Participações

25,11%

Free Float

9,52%

Diretores Estatutários

2,05%

Conselho de Administração

* Não há participação governamental na estrutura societária da Companhia. ^{G4-EC1}

HISTÓRICO EMPREENDEDOR



1951
Produção com técnicas artesanais
Panificação e fabricação de biscoitos na Padaria Fortaleza.

1978
Lançamento da marca Richester



1980
Inauguração da nova sede da Fábrica Fortaleza, localizada no município de Eusébio/CE



2000
Expansão da produção na região Nordeste
Início das atividades de um moinho de trigo e fábrica de massas em Natal/RN.

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.

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.

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.



2008
Consolidação da liderança de mercado
Aquisição da empresa Indústria de Alimentos Bomgosto Ltda, sediada em Jaboatão dos Guararapes/PE, proprietária da marca Vitarella.

2006
Abertura de capital
Oferta pública inicial (Initial Public Offering – IPO) das ações da Companhia no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA, sob o código “MDIA3”.



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.

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.

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 de uma 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.



2016
Reestruturação da equipe comercial
Implantado o Projeto de Gestão Multimarcas (PGM), unificando as forças de vendas. Como consequência, a Companhia alcançou o maior faturamento e maior Ebitda da história em valores absolutos. As ações tiveram sua maior valorização.

DESTAQUES DO ANO

Expansão da capacidade produtiva e eficiência operacional

- **Gestão Classe Mundial (GCM):** Continuamos aprimorando as práticas para estar entre as melhores empresas do mundo na excelência da gestão industrial.
- **Instalação de uma linha de Cream Cracker** com capacidade de 2.500 ton/mês.
- **Instalação de uma linha de massas longas** com capacidade de 3.000 ton/mês.
- **Instalação de uma linha de biscoito recheado** com capacidade de 700 ton/mês.
- **Sistema de Gestão Industrial (SGI):** As Unidades Eusébio/CE e Gorduras e Margarinas Especiais em Fortaleza/CE são integradas ao SGI, padronizando as atividades internas por meio de procedimentos fundamentados em normativas internacionais, engajando todos os colaboradores no esforço para alcançarmos uma Gestão de Classe Mundial (GCM).
- **Instalação de uma linha de biscoito recheado quadrado** com capacidade de 700 ton/mês.
- **Adequação do setor de embalagem para linha de biscoitos Cookies** com capacidade de 350 ton/mês.

Reestruturação organizacional

- **Projeto Gestão Multimarcas (PGM):** Iniciado no mês de fevereiro pela área comercial da Companhia, alterou a matriz de atendimento ao mercado. O gestor, antes focado em uma marca, passou a ser responsável por um portfólio de marcas em determinada região. Essa mudança potencializou o nível de serviços ao cliente e os resultados do negócio.
- **Diretorias de Marketing e de Exportação:** No mês de maio, com o intuito de fortalecer e ampliar a liderança da M. Dias Branco no mercado brasileiro, bem como expandir sua atuação para outros países, duas novas diretorias foram criadas e passaram a reforçar o time.
- **Conselho Executivo:** Este fórum foi criado em 2016 para favorecer e agilizar o processo decisório da Companhia. Semanalmente reúnem-se o Presidente, Vice-Presidentes e Diretores para discutir e encaminhar temas relevantes para o negócio, assegurando a proximidade e agilidade necessárias ao alcance dos resultados.
- **Reunião N5:** Todos os líderes de uma mesma unidade passaram a reunir-se sistematicamente para acompanhar os resultados das diversas áreas e definir ações conjuntas de melhoria. Esta iniciativa estabeleceu o quinto nível de reuniões no modelo de governança da Companhia, sendo um importante avanço, em 2016, por favorecer a integração dos gestores nas diversas unidades do país.

Premiações institucionais conquistadas

- Pelo 5º ano consecutivo, a M. Dias Branco venceu o **Prêmio Delmiro Gouveia de Maior Empresa do Ceará**. Além disso, alcançou a 3ª colocação no quesito Desempenho Social.
- Vitarella e Richester estão entre as 50 marcas preferidas dos brasileiros, conforme a Kantar Worldpanel na 4ª edição do **ranking local Brand Footprint**.
- Em sua 2ª edição, o Relatório Anual de Sustentabilidade da M. Dias Branco alcançou a **12ª posição na avaliação da ABRASCA (Associação Brasileira das Companhias Abertas)**, somando 90 pontos em uma escala até 100.
- **Troféu Carrinho de Ouro da AMASP** - Associação Maranhense de Supermercados, como empresa parceira dos supermercadistas, reforçando o compromisso com a qualidade no atendimento, parceria e confiança.
- A M. Dias Branco foi **reconhecida pelo Estudo Destaque da Distribuição** realizado pela Revista Distribuição, que reconhece a relação de confiança contínua entre a empresa e o pequeno varejo, um canal de vendas que há décadas representa uma forte parceria para a empresa.
- O Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRC-RJ), em parceria com a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan), do Sistema Fecomércio e apoio da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), entregou o certificado **Empresa Cidadã** para a M. Dias Branco.
- Vencedora da premiação **Grandes Marcas do Jornal Diário de Nordeste** com a marca Fortaleza nas categorias “Macarrão”, em Fortaleza, e “Bolacha Cream Cracker” em Fortaleza e Juazeiro do Norte.
- A Companhia recebeu do Governo do Estado do Ceará o Certificado **Empresa Completa, Empresa que Inclui**, pela inclusão de profissionais com deficiência em seu quadro funcional.
- Destaque na geração de empregos e desenvolvimento econômico no Piauí na categoria ‘Empresas Alimentícias’, na solenidade **Maiores Empresas 2016**, organizada pela Secretaria da Fazenda do Estado.
- Conquista pela 5ª vez o **Prêmio Maiores e Melhores Fornecedores da Panificação Brasileira** que está em sua 8ª edição. Em 2016, a edição do prêmio trouxe como tema: Valorização, Reconhecimento e Integração.
- **Homenagem por doações ao Programa Mesa Brasil SESC**, uma rede nacional de bancos de alimentos contra a fome e o desperdício.



Governador do Ceará, juntamente com a família Dias Branco, institui a “Medalha Ivens Dias Branco”

Premiações conquistadas (por marcas)

Vitarella

- Top Marcas, promovido pelo Jornal Vanguarda, de Caruaru: 1º lugar nas categorias de Cream Cracker, Macarrão e Biscoitos Recheados.
- JC Recall de Marcas, do Jornal do Comercio/PE: 1º lugar nas categorias de Cream Cracker, Macarrão e Biscoitos Recheados.
- Marcas Que Eu Gosto, da Folha de Pernambuco: 1º lugar nas categorias de Cream Cracker, Macarrão e Biscoitos Doces.
- Marcas Preferidas, do Diário de Pernambuco: 1º nas categorias de Cream Cracker, Macarrão e Biscoitos Doces.
- 9º lugar no Ranking da Brand Footprint entre as 50 marcas mais escolhidas pelos consumidores brasileiros.
- Prêmio Kantar: Brasil (1º lugar Biscoitos Salgados); Norte e Nordeste (1º lugar nas categorias Massa Tradicional, Biscoitos Secos e Doces e Biscoito Wafer).
- Prêmio Carrinho de Ouro 2016, promovido pela Associação Pernambucana de Supermercados (APES), na categoria Fornecedor Regional.

Isabela

- 1º lugar Carrinho AGAS.
- 1º lugar no prêmio Top Of Mind Rio Grande do Sul pela 25ª vez consecutiva.
- 1º lugar no prêmio Marcas de Quem Decide - Jornal do Comércio do Rio Grande do Sul pela 18ª vez consecutiva.

Richester

- 47º lugar no Ranking da Brand Footprint entre as 50 marcas mais escolhidas pelos consumidores brasileiros.

Marca Fortaleza

- 1º lugar no prêmio Grandes Marcas, do Jornal Diário do Nordeste, em Fortaleza nos segmentos Cream Cracker e Massas e em Juazeiro do Norte no segmento Cream Cracker.

Adria

- Entre as 50 Marcas Mais Valiosas do Brasil. Segundo ranking da Isto é Dinheiro, ocupa a 47ª colocação.
- Adria foi eleita a marca de massas favorita dos paulistanos pelo Datafolha, do jornal Folha de São Paulo.

Finna

- 1º lugar no prêmio Maiores e Melhores Fornecedores do ano de 2016 da FestPan.



■ Marca Isabela recebe prêmio Marcas de Quem Decide

Reconhecimentos ao Sr. Ivens Dias Branco

- Medalha Ivens Dias Branco – Instituída pelo Governo do Estado do Ceará, no dia 05 de agosto, por meio do decreto de N° 32.007, a honraria prestará reconhecimento àqueles que contribuem para o desenvolvimento do Estado.

- A Força Aérea Brasileira concedeu sua mais alta distinção honorífica, a Ordem do Mérito Aeronáutico, em homenagem póstuma prestada ao Sr. Ivens Dias Branco.

- Sr. Ivens Dias Branco foi homenageado em memória com monumento na Praça Portugal em Fortaleza/CE.

Lançamentos

- Richester, marca voltada para o público jovem, investiu no lançamento de dois produtos: **Recheado Quadrado Animados Zoo em embalagem de 140g nos sabores tipo chocolate suíço e morango**, o que representou uma complementação do seu portfólio. Além disso, foi lançado o **Cookies Amori em pacotes de 40g (4 cookies) e 60g (6 cookies)**.
- Vitarella lançou o **novo sabor costela para a linha de lámen**. A **margarina 1kg** chegou ao mercado para ampliar o portfólio, que já contava com os potes de 250g e 500g. A linha dos minis trouxe a **Crocks Mini**. A grande novidade, no entanto, foram os novos **Vita Cookies**, com embalagens de 40g e 60g, nos sabores baunilha com gotas de chocolate e chocolate com gotas de chocolate.
- Pilar investiu nos lançamentos dos **biscoitos recheados Gufs Bem-Casado e Chocolate com Morango** (disponíveis nos tamanhos 60, 130 e 390g) e na **Rosquinha Pilar sabor coco**.
- Treloso apresentou o novo **tamanho dos Recheados Clubinho: pacote de 140 gramas**.
- Isabela lançou o **Wafer Lanchinho**. Disponível nos sabores morango e chocolate, em embalagens de 30g, a novidade é direcionada ao consu-

midor infantil, ideal para levar na lancheira, no bolso ou na mochila.

- Em biscoitos, a marca Adria fez dois lançamentos em 2016: **Cookies Baunilha e Chocolate, bem como Recheados Plugados Quadrados**. O primeiro foi criado como opção prática para ser consumido em um lanche rápido, no trabalho, na faculdade, com os amigos ou com a família, aproximando a marca do consumidor mais jovem. Já o biscoito Plugados Quadrado é uma opção para o público infantil e está disponível nos sabores chocolate suíço e morango, em pacotes de 140g.

- A marca Estrela lançou um **selo comemorativo para celebrar os 70 anos de história**. Com um visual muito mais atraente e moderno, a marca passou por uma atualização que também contempla as embalagens dos produtos. As **novas embalagens** preservam a essência da atuação da marca nestas sete décadas, porém, com uma roupagem mais moderna e alinhada às tendências do mercado de alimentação.

- **Reformulação do website das marcas Fortaleza** (www.marcafortaleza.com.br), **Estrela** (www.marcaestrela.com.br) e **Pelaggio** (www.pelaggio.com.br)



Participação em feiras promove as marcas junto a parceiros comerciais e clientes

Participação em feiras e eventos

- Participação na **Sial Paris**, uma das principais feiras do setor de alimentos e bebidas do mundo, com foco em inovação e tendências, e uma das responsáveis por impulsionar os movimentos no mercado alimentar.
- Apresentação do portfólio da marca Richester durante a **10ª Yummex Middle East**, maior feira internacional de doces, biscoitos e aperitivos do Oriente Médio. O estande da Richester fez parte do projeto setorial de exportação Brazilian Biscuits, Pasta and Industrialized Breads & Cakes, da Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI), em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).
- Participação em duas tradicionais feiras internacionais da área de alimentos, a **Sweets & Snacks Expo**, em Chicago, com o apoio Abimapi, Apex-Brasil e **Summer Fancy Food**, em Nova York, com apoio da Associação Brasileira dos Exportadores e Importadores de Alimentos e Bebidas (ABBA).
- Presença na **20ª Edição da Americas Food & Beverage Show and Conference** em Miami, Flórida.
- Participação na 15ª edição do **Congresso Internacional das Indústrias de Biscoito, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados** em Florianópolis.
- Participação na **Rodada de Negócios com compradores internacionais** promovida para os participantes do projeto Abimapi Export, por meio da parceria com a Apex-Brasil.
- Presença na **19ª Fennopan – Feira Norte-Nordeste de Panificação e Food Service**.

Certificações

- ISO 9001 - Sistema de Gestão da Qualidade:** unidades Eusébio/CE, Fortaleza/CE (GME), Bento Gonçalves/RS, Jaboatão dos Guararapes/PE e Moinho Dias Branco/CE.
- ISO 14001 - Sistema de Gestão Ambiental:** unidades Eusébio/CE e Jaboatão dos Guararapes/PE.
- ISO 22000 - Sistema de Gestão de Segurança de Alimentos:** unidades Eusébio/CE e Fortaleza/CE (GME).
- OHSAS 18001 - Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho:** unidade Jaboatão dos Guararapes/PE.
- FSSC 22000 - Sistema de Gestão de Segurança do Alimento:** unidade Jaboatão dos Guararapes/PE.
- HACCP - Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle:** unidade Salvador/BA.

Eventos internos

- Os **Encontros de Sustentabilidade**, cujo objetivo é disseminar a cultura da sustentabilidade em todas as áreas da empresa, fortaleceram a cidadania corporativa em diversas unidades pelo Brasil com ações voltadas para despertar o cuidado com o meio ambiente, o apoio às comunidades vizinhas, a transparência com a sociedade e a busca do bem-estar das pessoas.
- A **Semana do Meio Ambiente** teve como tema “Acenda as ideias, economize energia!”. Os colaboradores tiveram a oportunidade de participar do Cine Ambiental, de enquete na intranet, do Alô SGA (Sistema de Gestão Ambiental) e de palestras sobre o consumo consciente e novas fontes sustentáveis de energia, ministradas por instituições parceiras, como o Senai e a Coelce.
- Na **Semana da Saúde de 2016**, o tema “Viva bem, trabalhe melhor” foi escolhido com objetivo de abordar a qualidade de vida dos colaboradores, focando em orientações posturais, alimentação saudável, exercícios físicos regulares, prevenção de hipertensão, diabetes e obesidade, alívio do estresse e cansaço, entre outros.
- No trabalho, estamos cercados de colegas. Eles nos ajudam a concluir projetos, enfrentar desafios e até deixar o dia a dia mais alegre. Para agradecer e retribuir essas pessoas que estão sempre presentes em nosso cotidiano, a M. Dias Branco realizou a Semana do Reconhecimento, com o tema “**Seu trabalho merece aplausos**”.
- As **atividades lúdicas do SGI** (Sistema de Gestão Industrial), cujo objetivo foi a disseminação de temas importantes relacionados aos sistemas de gestão da qualidade, segurança de alimentos, meio ambiente e segurança do trabalho de forma divertida por meio de caça-palavras, charada, palavras cruzadas e sopa de letrinhas, foram aplicadas nas unidades: Eusébio/CE, Fortaleza/CE (GME), São Caetano do Sul/SP, Bento Gonçalves/RS, Maracanaú/CE e Cabedelo/PB.
- O **I Encontro Técnico do SGI** ocorreu no mês de novembro na unidade Salvador/BA para promover a integração dos profissionais das áreas de Gestão da Qualidade, Segurança de Alimentos e Meio Ambiente. Durante uma semana ocorreram mesas redondas sobre assuntos

Eventos internos (cont.)

técnicos, palestras com profissionais internos e externos, apresentação do Plano da Qualidade Corporativo, apresentação do Diretor Técnico e de Operações, visitas de campo ao porto Cote-gipe, Moinho de Aratu, unidade fabril e Área de Proteção Ambiental (APA) na Baía de Todos os Santos.

- A **Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho - SIPAT** é um grande evento realizado pela área de Segurança do Trabalho, cujo tema no ano de 2016 foi “Comportamento Seguro: Seu exemplo vale mais do que mil palavras”.
- Elaboração e aplicação da **Pesquisa de Percepção da Cultura de Segurança e Saúde** nas unidades Bento Gonçalves/RS e São Caetano do Sul/SP com o objetivo de verificar o nível de percepção da segurança pelos colaboradores.
- O **I Encontro de Segurança do Trabalho** realizado nas unidades Salvador/BA, Bento Gonçalves/RS e São Caetano do Sul/SP teve a finalidade de expor os avanços do Positivo, o Programa de Excelência em Saúde e Segurança Ocupacional da Companhia nas unidades.

- Eventos de fechamento de projetos de **Times de Melhorias** dos pilares TPM (Total Produtividade na Manufatura) como Melhorias Específicas, Manutenção Planejada, Manutenção da Qualidade, Educação e Treinamento, Segurança e Saúde Ocupacional, 5S* foram promovidos nas unidades com o objetivo de reconhecer as iniciativas de redução de perdas no processo industrial. Em 2016, tivemos avanços dos times de Gestão Autônoma nas unidades Eusébio/CE, Maracaná/CE, Bento Gonçalves/RS, Fortaleza/CE, Jaboatão dos Guararapes/PE e Salvador/BA, onde o objetivo principal deu-se na restauração das condições básicas dos equipamentos e na capacitação dos operadores nas linhas de produção e processos industriais. Para suportar a continuidade iniciada em 2014 na implementação da metodologia TPM e seus pilares da metodologia, o curso de Facilitador Interno TPM foi aplicado nas unidades.

- Ao longo do ano, nas diversas unidades, são promovidas ações junto aos colaboradores em **datas comemorativas** como Páscoa, Dia dos Pais, Dia do Trabalho, Dia da Mulher, entre outros. O intuito é homenagear nossos profissionais e proporcionar um bom ambiente de trabalho.

* A Metodologia 5S contempla: senso de utilização, senso de organização, senso de limpeza, senso de saúde e senso de autodisciplina.



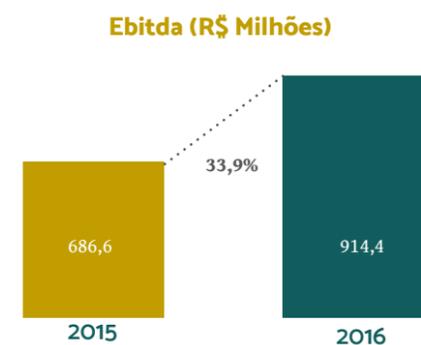
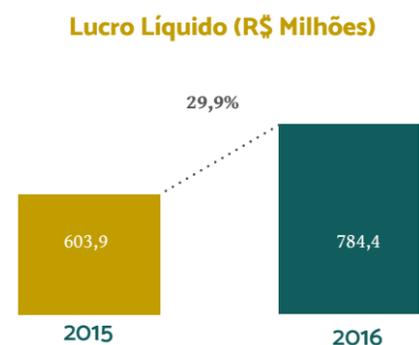
Eventos internos estimulam o desenvolvimento e a integração entre os colaboradores

INDICADORES DE DESEMPENHO

Receita líquida de vendas por linha de produtos *

Linhas de Produto	2016			2015			Variações		
	Rec. Líquida	Peso	Preço Médio	Rec. Líquida	Peso	Preço Médio	Rec. Líquida	Peso	Preço Médio
Biscoitos	2.745,2	521,8	5,26	2.390,9	503,8	4,75	14,8%	3,6%	10,7%
Massas	1.205,0	358,1	3,36	1.043,7	340,2	3,07	15,5%	5,3%	9,4%
Farinha e Farelo	1.002,5	827,7	1,21	887,0	769,3	1,15	13,0%	7,6%	5,2%
Margarina e Gordura	260,4	70,0	3,72	220,2	65,9	3,34	18,3%	6,2%	11,4%
Outras Linhas de Produtos**	115,0	12,9	8,91	80,4	7,9	10,18	43,0%	63,3%	-12,5%
TOTAL	5.328,1	1790,5	2,98	4.622,2	1.687,1	2,74	15,3%	6,1%	8,8%

* Receita Líquida em R\$ milhões, Peso Líquido de Devoluções em Toneladas Mil e o Preço Médio Líquido em R\$/Kg. ** Bolos, Snacks, Mistura para Bolos e Torradas



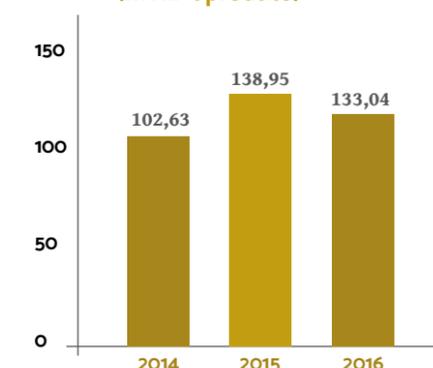
Despesas operacionais

Despesas Operacionais (R\$ milhões)	2016	%RL	2015	%RL	AH%	AH - %RL
Vendas	971,5	18,2%	888,6	19,2%	9,3%	-1 p.p.
Administrativas e gerais	166,8	3,1%	146,0	3,2%	14,2%	-0,1 p.p.
Honorários da administração	11,8	0,2%	11,4	0,2%	3,5%	0 p.p.
Tributárias	24,2	0,5%	17,8	0,4%	36,0%	0,1 p.p.
Depreciação e amortização	24,5	0,5%	20,8	0,5%	17,8%	0 p.p.
Outras desp./ (rec.) operac.	86,3	1,6%	-9,4	-0,2%	n/a	1,8 p.p.
TOTAL	1.285,1	24,1%	1.075,2	23,3%	19,5%	0,8 p.p.

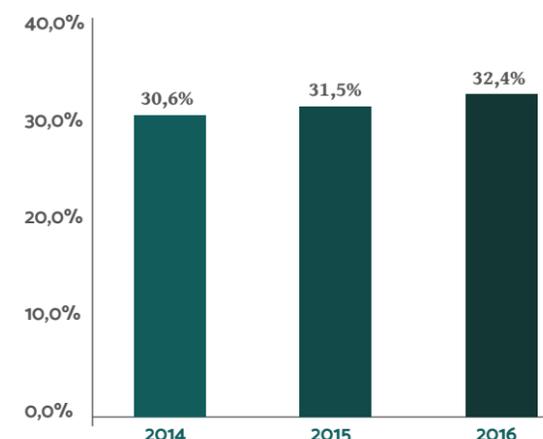
Endividamento

Capitalização (em R\$ milhões)	2016	2015	Variação
Curto Prazo	348,0	392,1	-11,2%
Longo Prazo	295,3	363,1	-18,7%
Endividamento Total	643,3	755,2	-14,8%
(-) Caixa	(860,1)	(348,8)	146,6%
(-) Aplicações Financeiras de Curto Prazo	(0,2)	(6,1)	-96,7%
(-) Aplicações Financeiras de Longo Prazo	(10,3)	(4,1)	151,2%
(=) Dívida Líquida	(227,3)	396,2	-157,4%
Patrimônio Líquido	4.333,6	3.716,9	16,6%
Capitalização	4.976,9	4.472,1	11,3%

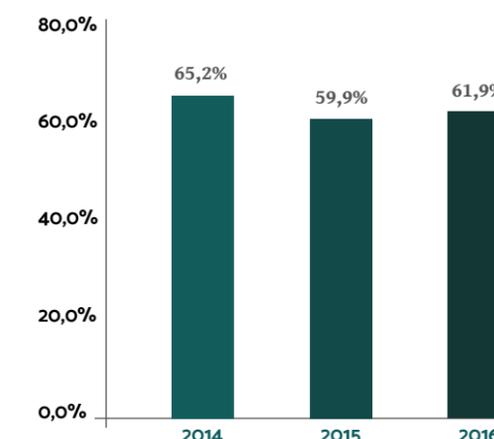
Intensidade energética (kWh/ t produto) G4-EN5



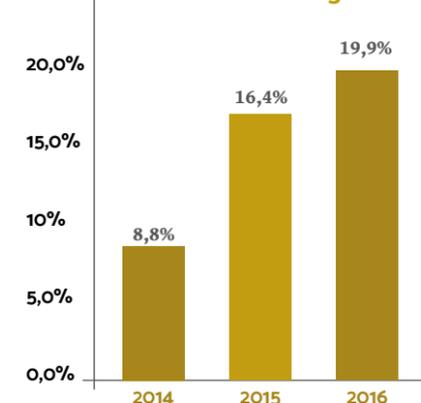
% do valor realizado com adição de nutrientes em relação a receita total FPSD-FP7



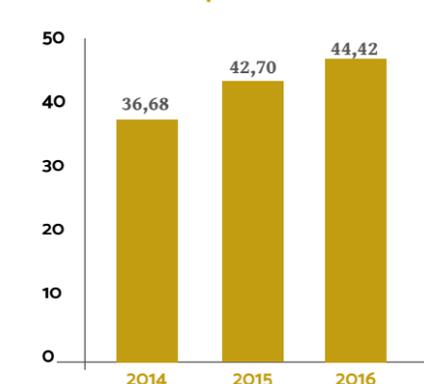
Índice de reciclagem



Índice de reuso de água G4-EN10



Número médio de horas de treinamento por colaborador G4-LA9



SOBRE O RELATÓRIO E A AGENDA DE SUSTENTABILIDADE

Estratégia de sustentabilidade





A publicação de um relatório integrado consolida a visão da Companhia de crescimento sustentável e transparência, ao prestar informações relevantes para o negócio a todos os públicos de interesse.

Pela primeira vez a Companhia publica seu Relatório Anual integrado ao Relatório da Administração. Este Relatório Integrado traz as informações econômico-financeiras consolidadas referentes ao ano de 2016, bem como os resultados das iniciativas sociais e ambientais que estão cada vez mais consolidadas nas práticas empresariais da M. Dias Branco.

O objetivo é mostrar aos nossos públicos de interesse o processo em curso na Companhia de construção de um pensamento integrado, conforme preconizado pelo International Integrated Reporting Council (IIRC), que impulsionará o crescimento sustentável do negócio, gerando valor para os acionistas, colaboradores, governo e sociedade no geral. Essa edição do Relatório, a terceira em que publicamos informação socioambientais, abrange todas as unidades de negócio.

Seguindo os padrões de relato de sustentabilidade estabelecidos pelo Global Reporting Initiative (GRI), a Companhia cumpre a diretriz GRI G4 Essencial, com verificação externa e assegu-
ração dos indicadores considerados materiais e que fazem parte do modelo de gestão da Companhia. A assegu-
ração é realizada por empresa es-

pecializada, conforme consta no Capítulo “Carta de Asseguração”. G4-32

A apuração dos indicadores financeiros atende aos padrões internacionais de contabilidade do 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 socioambientais, foram trazidas pelas certificações (ISO 9001, ISO 14001, FSSC 22000, OHSAS 18001 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).

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

G4-18 A 21, 24 A 26

Os temas estratégicos de sustentabilidade foram definidos pela Companhia 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 trouxeram uma perspectiva abrangente das visões e aspirações de órgãos multilaterais e

reguladores, governos, comunidade acadêmica e organizações não governamentais no Brasil e no mundo. O conceito de sustentabilidade na M. Dias Branco foi construído com a participação do corpo diretivo e gerencial, com apoio consultivo especializado, e considerou as seguintes macro-tendências globais para o setor de alimentos:

Macro-tendências globais para o setor de alimentos



Cada uma dessas macro-tendências possui um ou mais temas estratégicos de sustentabilidade associados, o que coloca a empresa na direção do crescimento sustentável ao longo do tempo. Esses temas associam os interesses do negócio e dos acionistas aos interesses da sociedade. Nos próximos anos a Companhia avalia consultar *stakeholders* chave para ouvir suas perspectivas sobre os temas estratégicos.

Os temas estratégicos priorizados, apresentados em detalhes nas páginas 68 à 125, estão em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável estabelecidos pela ONU em 2015. São oito os temas que orientam a agenda de sustentabilidade da M. Dias Branco:

- Nutrição e saudabilidade;
- Embalagens;
- Resíduos sólidos, água e efluentes;
- Energia e emissões;
- Comunidades e investimento social;
- Cultura de sustentabilidade;
- Saúde e segurança ocupacional;
- Insumos;

Além dos estudos e discussões que são permanentemente atualizados e monitorados, os Canais de Relacionamento apresentados na tabela abaixo permitem à Companhia identificar demandas de partes interessadas em relação aos impactos de suas atividades.

As informações coletadas pelos canais são correlacionadas aos temas estratégicos de sustentabilidade, 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, Cultura de Sustentabilidade, Saúde e Segurança Ocupacional, apresentados em detalhes no capítulo “Desempenho Socioambiental”.

Nesse mesmo capítulo, descrevemos também as diversas iniciativas que contribuíram para a redução de gastos, economia de recursos naturais, satisfação dos colaboradores, melhoria da qualidade de vida no trabalho e cidadania corporativa.

Acreditamos que dessa forma construiremos uma cultura de sustentabilidade que ao longo do tempo tornará os aspectos sociais, ambientais e de governança cada vez mais integrados ao processo da tomada de decisão com foco na geração de valor no curto, médio e longo prazos.

Canais de relacionamento adotados pela Companhia

Canais	Stakeholders						
	Investidores	Liderança	Colaboradores	Soc. Civil	Governo	Clientes	Fornecedores
Pesquisa de Clima		●	●				
SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor				●		●	
Canal Ético		●	●	●			●
Investimento Social			●	●	●		
Questionários de Auto avaliação							●
Sites	●		●	●	●	●	●
Entrevista/Encontro	●	●	●				

Tema Estratégico

Porque o tema é importante para Companhia e para os stakeholders

Linhas de Ação

Expectativas para 2021

Nutrição e Saudabilidade



Além da padronização da qualidade dos alimentos apropriados 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.

- Linha de produtos com perfil mais nutritivo e com ingredientes naturais;
- Redução dos níveis de açúcar, sódio e gordura trans.

- 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, importadores, etc. O tema passa a ser mandatário, ao mesmo tempo em que proporciona oportunidades de criação de novos negócios de reciclagem, com geração de renda e inclusão de catadores.

- Materiais renováveis e sustentáveis;
- Redução no consumo de plástico;
- Design sustentável e Análise de Ciclo de Vida.

- Substituir as embalagens de rafia e polietileno utilizadas em farinhas para papel com selo FSC¹, conforme o aumento da demanda dos consumidores;
- Introduzir filmes para enfiadora com material 100% reciclado nas linhas de massas;
- Reduzir o consumo de plástico considerando uma meta anual acima de 1,2% do consumo total de filmes flexíveis;
- Manter acima de 80% o volume de caixa de papelão ondulado e papel cartão, provenientes de matéria-prima extraída de florestas manejadas com certificação FSC*.

Resíduos Sólidos, Efluentes, Água, Energia e Emissões



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 mandatária, envolvendo também agentes do ambiente externo à Companhia.

- Redução na geração de resíduos de processo;
- Destinação adequada de resíduos de processo;
- Logística reversa de embalagens pós-consumo;
- Redução relativa no consumo de água;
- Reúso de água;
- Preço competitivo da energia elétrica e garantia de abastecimento;
- Eficiência energética;
- Menor intensidade em combustíveis fósseis.

- 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.

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

Tema Estratégico	Porque o tema é importante para Companhia e para os stakeholders	Linhas de Ação	Expectativas para 2021
<p>Investimento Social e Comunidades</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"> • Alocação estratégica do investimento social; • Engajamento e relacionamento com comunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manter o investimento social em 100% das unidades fabris; • Aplicar a metodologia de avaliação de impacto do investimento social em 100% das unidades fabris até 2021.
<p>Transparência e Diálogo (Desenvolvimento de pessoas, segurança e saúde, cultura de sustentabilidade)</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>	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento e valorização do capital humano; • Saúde e segurança no trabalho; • Cultura de sustentabilidade; • Relacionamento com clientes e consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar conteúdos de sustentabilidade em 100% nas trilhas de formação das Escolas da Universidade Corporativa; • Garantir que os colaboradores tenham uma percepção* positiva da Companhia quanto ao seu compromisso com a sustentabilidade, agindo em sintonia com as premissas de sustentabilidade nas suas atividades do trabalho e de voluntariado*; • Taxa de frequência de acidentes: no máximo 0,5; • Sistema de gestão de Segurança do Trabalho, fundamentado no Programa Positivo, implantado em todas as unidades.
<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 ou política pode provocar alterações na agricultura de regiões tradicionais, mudanças na produção de commodities essenciais para a indústria de alimentos e consequente volatilidade dos preços das commodities. Adicionalmente, a competição com outras culturas pode promover a instabilidade do abastecimento dos produtos agrícolas que estão na base do fornecimento da indústria de alimentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação socioambiental de fornecedores/commodities; • Avaliações sistemáticas de alterações climáticas/políticas em áreas de produção de insumos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualificar e monitorar 100% dos 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.

*A percepção será medida por meio de pesquisa.

CONTEXTO DE MERCADO E ESTRATÉGIA

Panorama dos mercados de atuação

Modelo de negócio

Marcas e campanhas

Riscos

Perspectivas





■ Silos de armazenagem de trigo no Moinho localizado no Eusébio

PANORAMA DOS MERCADOS DE ATUAÇÃO

Informações mais detalhadas sobre os mercados de atuação da Companhia podem ser encontrados no Formulário de Referência 2016 em <http://ri.mdiasbranco.com.br>

Indústria de trigo*

As características desse mercado influenciam diretamente os resultados da Companhia já que o trigo é a principal matéria-prima utilizada nos moinhos e na fabricação de seus produtos, como biscoitos, massas e bolos.

De acordo com o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), a safra 2016/17 será marcada por um novo recorde de produção mundial, com 748 milhões de toneladas métricas (MTM), um aumento de 2% em relação ao recorde obtido em 2015/16.

O quarto recorde consecutivo de produção decorre principalmente de origem Russa, com uma colheita de 72,5 MTM, aumento de 19% em relação à 2015/16 e da Argentina, que volta a figurar como um dos grandes produtores mundiais, com 15,0 MTM, 33% superior em relação a safra 2015/2016 e 24% acima da média de 5 anos. A produção de trigo dos EUA foi estimada em 62,9 MTM, 12% acima do ano anterior.

O consumo mundial, previsto em 740 MTM, também marca a quarta alta consecutiva, 4% acima de

* Fonte dessa sessão: USWA – United States Wheat Department – Supply & Demand, Jan 2017; USDA – United States Department of Agriculture – Wheat – World Market and Trade, Jan 2017; Abitrigo – Home Page; Conab – Acompanhamento do safra Brasileira de Grãos – Jan 2017; Do grão ao pão – Farinha de Trigo: história da moagem no Brasil – Abitrigo.

2015/16, principalmente devido ao crescimento do consumo da Índia, aumento de 8,3 MTM, e China, aumento de 6 MTM em relação à safra 2015/16.

O comércio global também é impulsionado para um novo recorde, principalmente por conta do aumento da demanda de importação de vários países asiáticos e do Brasil. O comércio mundial de trigo está projetado para 178 MTM, 11% acima da média dos últimos 5 anos. Os Estados Unidos apresentam um aumento de 26% em suas exportações em relação a 2015/16 com 27,5 MTM. Exportações australianas são estimadas em 23,5 MTM, 49% acima do ano anterior.

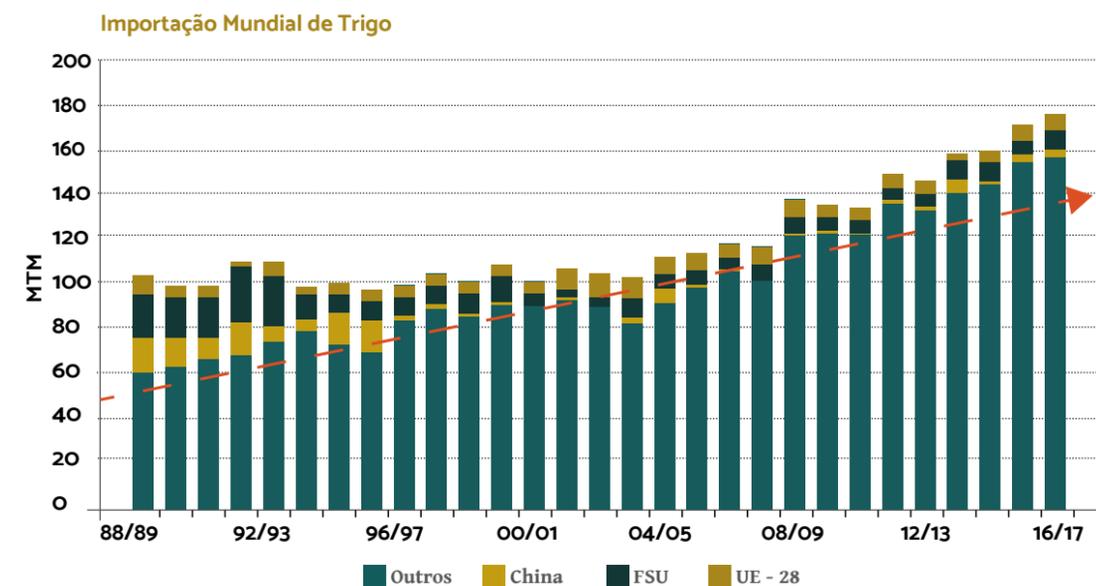
Os estoques finais mundiais também aumentam para um novo recorde de 249 MTM, aumento de 3% em relação a 2015/16. Os estoques da China estão estimados em 111 MTM, representando 45% dos estoques finais mundiais, 60% maior do que a média de 5 anos. Estoques russos estão na ordem de 11 MTM, número 98% maior em relação

a 2015/16. Os EUA crescem seus estoques em 17%, para 31 MTM, o maior número desde 1987/88.

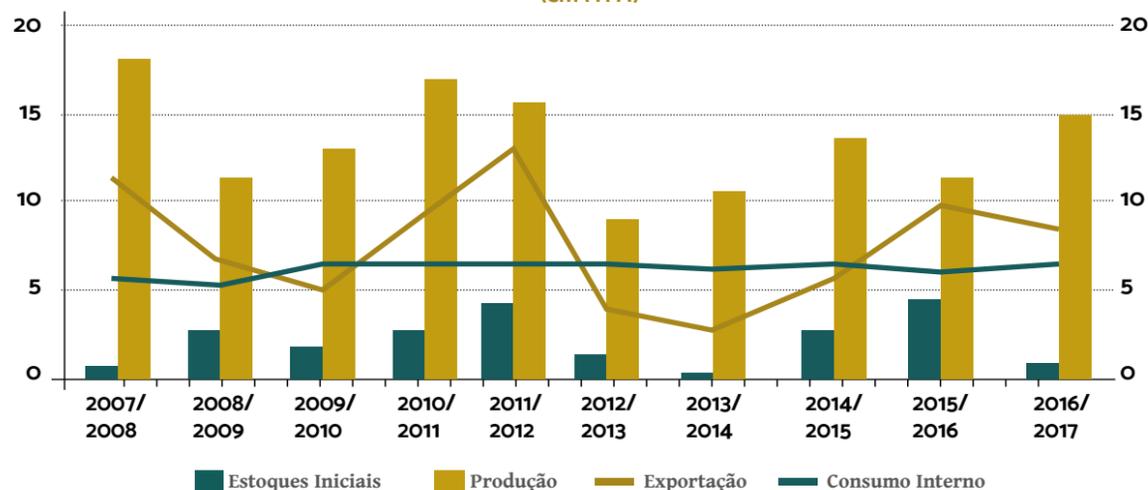
A produção de trigo no Brasil ainda é baixa em relação aos principais produtores mundiais, embora tenha apresentado considerável evolução nos últimos anos. Condições climáticas desfavoráveis à cultura de inverno na maior parte do território nacional, associadas às características do solo, influenciam a qualidade do trigo brasileiro e os custos de produção do grão. Ações de estímulo à pesquisa vêm sendo desenvolvidas no Brasil, no sentido de encontrar variedades mais adaptadas às condições nacionais a fim do país ter tipos de grãos necessários para a confecção de produtos que atendam as demandas de consumidores cada vez mais exigentes.

Apesar do esforço do Estado em garantir a renda do produtor, os fornecedores, em especial a Argentina, conseguem desembarcar o grão em solo nacional a custos in-

178
MTM
é a projeção do mercado mundial de trigo para o período 2016/2017



Situação do Trigo na Argentina (em MTM)



feriores e em padrões de qualidade equivalente ou superior ao brasileiro.

Segundo estimativa da Conab, a produção de trigo no Brasil para 2016/17 será recorde, de 6,7 MTM, representando um aumento de 21,5% em relação às 5,5 MTM da safra 2015/2016. Enquanto no mundo serão cultivados cerca de 221 milhões de hectares de trigo, no Brasil este número será de apenas 2,12 milhões, menos de 1% da área global.

Em virtude das condições econômicas vivenciadas no Brasil, com restrição de consumo da população no ciclo safra 2015/2016 e uma conjuntura de menor produção de trigo, prejudicada por problemas de qualidade, dado o clima desfavorável, principalmente no estado do Rio Grande do Sul, a moagem da indústria foi afetada, recuando em 2,9%, para 10,0 MTM.

Para o ciclo 2016/2017, é esperado o início da recuperação da moagem industrial no Brasil e estima-se incremento de 4% em relação ao ano anterior, para 10,4 MTM. Tal perspectiva advém de um ce-

nário positivo para o consumo, da boa disponibilidade interna do produto e de sua boa qualidade.

Em 2016/2017, o Brasil estará entre os cinco maiores importadores do mundo com volume ao redor de 7,3 MTM, sendo a Argentina a provável maior fornecedora da matéria-prima importada. Figuram também na lista de países exportadores os Estados Unidos, Paraguai, Uruguai e Canadá.

A oferta de trigo nesta safra no Mercosul será ampla, com Argentina voltando a figurar como um importante produtor. Sua produção deve evoluir para 15,0 MTM, aumento de 33% em relação à safra anterior, suprimindo o mercado, principalmente o Brasil com trigo de boa qualidade. Com isso, esse país será superavitário em 9 MTM, exigindo a continuidade de seu bom desempenho como exportador.

Do trigo faz-se a farinha de trigo, um dos alimentos mais consumidos do planeta, fonte de considerável parte de nossas necessidades diárias de carboidratos, proteína, vitaminas e ferro.

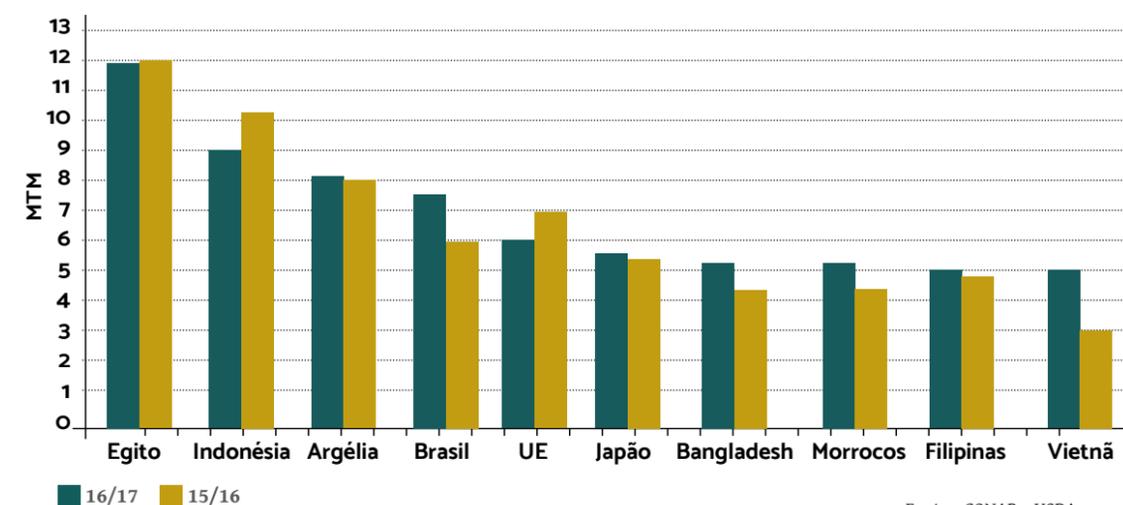
Safras e estimativas mundiais (em MTM)

Safra (MTM)	Estoque Inicial (01 agosto)	Produção	Importação	Suprimento	Exportação	Consumo Interno			Estoque Final (31 de julho)
						Moagem Industrial	Sementes	Total	
2011/2012	2,201.6	5,788.6	6,011.8	14,002.0	1,901.0	9,820.0	324.9	10,144.9	1,956.1
2012/2013	1,956.1	4,379.5	7,010.2	13,345.8	1,683.9	9,850.0	284.3	10,134.3	1,527.6
2013/2014	1,527.6	5,527.8	6,642.4	13,697.8	47.4	11,050.0	331.5	11,381.5	2,268.9
2014/2015	2,268.9	5,971.1	5,328.8	13,568.8	1,680.5	10,300.0	413.7	10,713.7	1,174.6
2015/2016	1,174.6	5,534.9	5,517.6	12,227.1	1,050.5	10,000.0	367.3	10,367.3	809.3
2016/2017	809.3	6,726.8	5,950.0	13,486.1	700.0	10,400.0	317.3	10,717.3	2,068.8

Produção e Consumo Mundial de Trigo (em MTM)



Maiores Importadores de Trigo do Mundo (em MTM)



Fontes: CONAB e USDA

Indústria de massas

O Brasil tem um papel de destaque no cenário mundial, ocupando a posição de terceiro maior produtor de massas alimentícias, atrás apenas da Itália e dos Estados Unidos, com um volume anual de mais de 1 milhão de toneladas. Em 2015*, as vendas de massas alimentícias no país foram de 889 mil toneladas, de acordo com estimativa da Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI).

Ainda conforme a 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. O consumo de massas per capita no Brasil em 2015 foi de 4,35 kg/ano conforme tabela a seguir.

As massas alimentícias secas, no Brasil, são produzidas em quase sua totalidade a partir de trigo soft e estão segmentadas em: massa de sêmola com ovos, massa de sêmola, massa comum e massa tipo caseira. Há produção também de massas de grão duro, a partir de matéria-prima importada e que representa 3,4% do volume total comercializado.

As massas secas têm atualmente a maior representatividade do setor de massas alimentícias, com 83,7% do volume de venda de toda a categoria de massas em 2015, de acordo com dados da AC Nielsen. Considerando os dados do ano de 2015, as vendas de massas secas subdividiram-se em: (i) 44,5% do tipo sêmola sem ovos; (ii) 31,3% sêmola com ovos; (iii) 18,8% do comum; (iv) 3,4% do grão duro; e (v) 2,0% do caseiro.



■ M. Dias Branco amplia sua liderança no mercado de massas do Brasil

*Até a data desta publicação não foram divulgadas informações consolidadas de 2016

Consumo per capita de massas alimentícias (kg/ano)

	País	População	Volume (2015*)	Per Capita
1º	Itália	59,8	1.562,00	26,12
2º	Argentina	43,85	421,8	9,62
3º	França	64,67	607,8	9,4
4º	Alemanha	80,68	741,7	9,19
5º	Irã	80,04	655,5	8,19
6º	Rússia	143,44	1.019,80	7,11
7º	Turquia	79,62	545,2	6,85
8º	Egito	93,39	485,8	5,2
9º	Brasil	204,45	889	4,35
10º	Estados Unidos	324,12	1.143,80	3,53

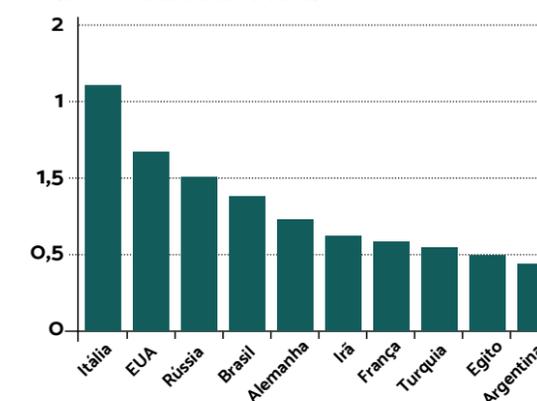
Fonte: <http://www.abimapi.com.br/estatistica-massas.php>

Segundo dados da Nielsen e ABIMAPI, entre 2010 e 2015, os tipos de massas que mais cresceram, foram as massas instantâneas e massas frescas, com crescimento 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 o público infantil, jovem e adulto.

Assim, as empresas aumentaram os investimentos no desenvolvimento de novos produtos de pratos prontos, como por exemplo, a comercialização de massa instantânea com sachê de molho pronto e as lasanhas pré-cozidas. Outro fator determinante para a expansão de novos investimentos na produção do macarrão instantâneo é a rentabilidade. De acordo com a ABIMAPI e AC Nielsen, no varejo, o quilo de massa seca comum custou em 2015, em média, R\$ 4,97 e o instantâneo em torno de R\$ 13,06 o quilo.

Segundo a AC Nielsen, dados do ano de 2015, 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%.

Vendas de massas alimentícias em 2015 (em milhões de toneladas)



Indústria de biscoitos

Os biscoitos são segmentados em Recheados, Crackers e Água e Sal, Wafers, Maria e Maisena, Secos e Doces, Amanteigados, Salgados, Rosquinhas e outros. O Brasil ocupa a posição de 4º maior vendedor mundial de biscoitos com registro de 1.732 milhões de toneladas comercializadas em 2015, segundo os dados da ABIMAPI e Euromonitor.

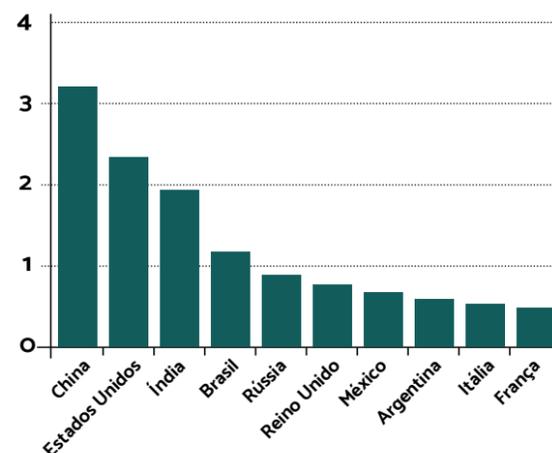
De acordo com dados da AC Nielsen, no ano de 2015, o Sudeste foi responsável pelo maior volume de vendas de biscoitos no Brasil, já que possui a maior renda per capita do país e que o consumo destes produtos é fortemente influenciado pelo poder aquisitivo das famílias. Em 2015, o setor exportou 39 mil toneladas para mais de 80 países, sendo que os 10 maiores destinos representaram 88,0% das vendas internacionais.

Em consumo per capita, atualmente o Brasil consome cerca de 6 kg por habitante ao ano, enquanto países como Argentina e Reino Unido consomem mais de 10 kg por habitante ao ano. A tabela ao lado mostra os últimos dados divulgados de consumo per capita de biscoitos.

A ascensão social da população está incentivando o consumo de biscoitos, inclusive com maior valor agregado, como os recheados e cobertos. Os biscoitos tidos como saudáveis também estão apresentando taxas de crescimento bastante expressivas, evidenciando uma oportunidade de expansão da produção.

Segundo a AC Nielsen, dados do ano de 2015, a região Sudeste é responsável pelo consumo de 45,5% dos biscoitos no País, a região Nordeste por 30,3%, a Sul por 15,1%, o Centro-Oeste por 7,9% e a região Norte por 1,2%.

Vendas de biscoitos em 2015 (em milhões de toneladas)



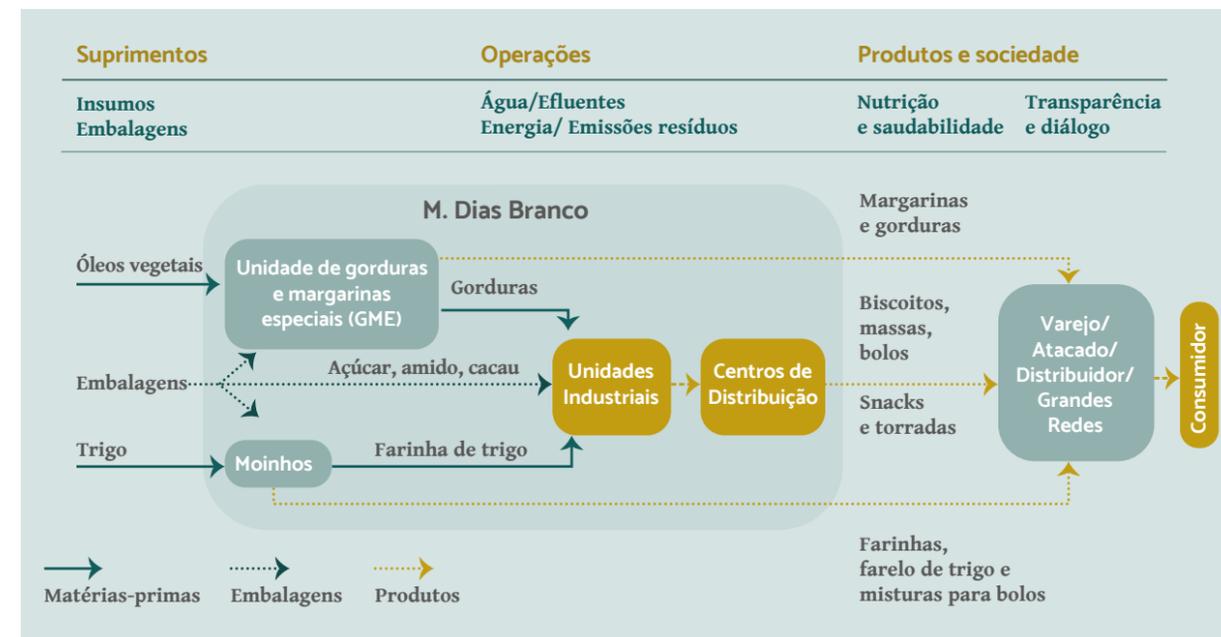
Consumo per capita de biscoitos (kg/ano)

País	População	Volume (2015*)	Per Capita
1º Argentina	43,85	531,5	12,12
2º Reino Unido	65,11	659,5	10,13
3º Itália	59,8	478,4	8
4º Estados Unidos	324,12	2.385,90	7,36
5º Brasil	204,45	1.228,20	6,01
6º Rússia	143,44	855,1	5,96
7º Alemanha	80,68	406,2	5,03
8º México	128,63	601,4	4,68
9º China	1.382,32	3.497,60	2,53
10º Índia	1.326,80	1.948,00	1,47

Fonte: <http://www.abimapi.com.br/estatistica-biscoitos.php>

MODELO DE NEGÓCIO

Cadeia de Valor M. Dias Branco



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 da 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 2016, a Companhia fabricou 93% de toda a farinha de trigo e 88,7% de toda a gordura vegetal utilizadas no seu processo produtivo (em 2015 foi 83,4% e 92,1% respectivamente), expandindo 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. ^{G4-12}

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

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 de somente 1,21% no ano.

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 impactos positivos e negativos no capital natural, como apresentado no Capítulo “Desempenho Socioambiental”.^{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 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) e Associação Brasileira da Indústria de Trigo (ABITRIGO), por exemplo.

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 Companhia opta por adotar marcas regionalmente 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, roscas, maria e maizena, além dos wafers e cookies. 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 e Bonsabor.

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

Em margarinas, a produção engloba os tipos doméstica e industrial, além de gorduras para diversas aplicações, tais como frituras de imersão, sorvete, cobertura, recheio e spray. No caso das margarinas domésticas, as principais marcas são Puro Sabor e Adorita. Já a Medalha de Ouro destaca-se como a margarina industrial destinada ao 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.

MARCAS E CAMPANHAS



Peça publicitária de lançamento do recheado quadrado Treloso

Em 2016, foram realizadas ações de marketing, relações públicas e no ponto de venda (PDV) que reforçaram ainda mais a fidelidade dos consumidores.

Marcas Norte e Nordeste

A marca **Fortaleza** concentrou parte do trabalho na linha de torradas, novo segmento de produto lançado em 2015. Com o mote “Torrada Crocante e Levinha como todo papo em família deve ser”, a marca lançou uma campanha para reforçar o consumo do produto. A campanha focou nas regiões Norte e Nordeste e contou com filme em TV aberta, OOH (mídia out of home), rádio, além de ações de PDV, com materiais exclusivos para a catego-

ria de Torradas, degustação e troca de brindes. A campanha contou ainda com reforço por meio de vinhetas nas capitais dos Estados do Nordeste, exceto Pernambuco. Outra ação que gerou boa visibilidade foi o patrocínio ao Réveillon da cidade de Fortaleza, uma das maiores festas de fim de ano do Brasil. O evento recebeu mais de um milhão de pessoas que assistiram a mais de 15 minutos de queima de fogos.

A **Richester**, marca voltada para o público jovem, investiu no lançamento de dois produtos: Recheado Quadrado Animados Zoo e Cookies Amori. O Biscoito Recheado Quadrado Animados Zoo está disponível em embalagem de 140g nos sabores tipo chocolate suíço e morango. Possui uma saborosa casquinha de leite e muitos nutrientes na formulação, como Ferro, Zinco e Vitaminas B, B1, B2, B6 e PP.

Já o Cookie Amori foi lançado como uma opção prática e saborosa para o dia a dia do público jovem, que se identifica com a marca. A linha Amori já contava com opções de mini cookies. Para reforçar o lançamento, a marca investiu em materiais de PDV.

Dentro do universo infantil, a Richester fez ainda duas ações, uma na Páscoa e outra no Dia das Crianças, com os biscoitos Animados Zoo, em que o consumidor ganhava brindes ao comprar os produtos. As ações aconteceram nos principais PDVs dos Estados do Nordeste. A ação do Dia das Crianças contou ainda com a criação de caixa promocional para a data, com Chocowaffer.

Outra ação que merece destaque para a Richester foi o plano de reforço aos recheados Amori durante o 2º semestre. O foco foi aumentar os volumes

de vendas em relação ao 1º semestre para os biscoitos da linha e restabelecer a força da marca no PDV. Foram realizadas ações de compre e ganhe e distribuídos materiais de merchandising, mídia indoor (PDV), encarte, pontos extras e campanha de incentivo para o distribuidor. A ação alcançou o resultado esperado.

As marcas de margarinas **Amorela** e **Puro Sabor** focaram na manutenção da visibilidade das marcas junto aos consumidores, com ações em redes sociais e divulgações de receitas para a mídia impressa e online via agência de relações públicas.

A marca **Finna** teve dois grandes momentos em 2016: campanha aberta de marketing e a conquista da liderança em participação de mercado de farinhas de trigo na região Nordeste. A marca criou a sua primeira campanha 360º, usando o mote “Finna e você”, integrando um filme para TV aberta, spot de rádio, ativações web e materiais especiais para o PDV. Para gerar experiência, a marca investiu em abordagem, degustação e brindes trabalhados em pack promocional de compre e ganhe. Ligada à campanha de comunicação integrada, a marca renovou o código de cor de sua identidade visual.



Campanha da marca Finna impulsiona vendas e alcança a liderança no Nordeste



Peça publicitária de lançamento do recheado quadrado Animados Zoo

Vitarella lançou a campanha institucional “O sabor das pequenas surpresas”, incentivando seus consumidores a valorizar os pequenos gestos. A ideia foi convocar as pessoas a criar e registrar pequenos grandes momentos em família, cada vez mais difíceis na vida moderna. A marca promoveu também ações e eventos em datas comemorativas, como Carnaval, Semana Santa, São João, Festival de Inverno, Dia do Macarrão e Fim de Ano.

Pilar patrocinou o 12º Festival de Circo do Brasil, que representa um dos maiores eventos dedicados à arte circense no País. O projeto contou com a presença de artistas locais, nacionais e internacionais, que levaram a magia do circo e do teatro para mais de 500 pessoas por apresentação.

O projeto itinerante ocorreu em Recife (Região Metropolitana) e foi executado em dois formatos: apresentações realizadas em um caminhão palco (gratuitos) e espetáculos em teatros (ingressos a preços simbólicos). A marca fez ainda ativações no Carnaval, São João, Semana do Macarrão, Dia dos Avós e eventos de cunho social.

A marca **Treloso** apresentou o novo tamanho dos Recheados Clubinho. O lançamento contou com campanha de marketing, que contemplou vinhetas em TV aberta e rádio, anúncios em revistas e jornais, mídia externa, além de ações em PDV. A marca realizou ainda duas edições do projeto Cine Treloso, no qual levou sessões itinerantes de filmes para as cidades do interior de Pernambuco. O público foi estimulado a trocar embalagens de biscoitos por copos da marca colecionáveis. Na volta às aulas, em fevereiro e agosto, e no Dia das Crianças, a Treloso patrocinou o projeto da Globo de vídeos de alunos. A marca também patrocinou blocos e festas de carnaval.

A **Estrela** também patrocinou festas regionais, como São João de Maracanaú (CE) e Expocrato (CE), com ações de degustação, distribuição de brindes e ativações, impactando mais de 500 mil pessoas. Mais uma vez, o objetivo foi reforçar a lembrança de marca e estreitar os laços com os consumidores. Ao longo do ano, foram feitas ações de PDV, com degustação, compre e ganhe e materiais promocionais exclusivos de Estrela.

A **Salsitos** combinou ações online e off-line para estimular o público a escolher os nomes dos seus personagens. Como resultado, gerou maior interação entre os fãs da fanpage da marca. Já a Delicitos realizou ações no PDV no estilo compre e ganhe. Na compra de seis Delicitos, o consumidor ganhava uma caneca personalizada.

As duas marcas também passaram por uma renovação visual e apresentarão as novas embalagens em 2017. Novos posicionamentos para as marcas também foram definidos e, a partir de 2017, Salsitos será voltada para o universo teen e Delicitos para o universo adulto.

A marca **Pelaggio** mergulhou no universo Disney, com ação de sampling durante o Disney One Ice, evento que leva a magia dos personagens para um show de patinação no gelo. A marca fez ainda ações de PDV de compre e ganhe, focando nos produtos licenciados Disney, como biscoitos e bolinhos.



Peça da campanha de lançamento das torradas Adria

Marcas Sul e Sudeste

O grande destaque da **Adria** foi a campanha de estreia da marca na categoria Torradas. Com o conceito “Seu dia começa e termina com Adria”, foi veiculada campanha em TV aberta, TV a cabo e rádio para divulgar o posicionamento para a categoria. O objetivo da campanha foi reforçar ao consumidor que Adria agora também é Torrada. A marca ainda trabalhou ações de ativação nos principais PDVs, com ações de brindes ao consumidor (ações de compre e ganhe) e degustação.

Na categoria de massas, a marca Adria manteve a parceria de longa data com as maiores festas italianas de São Paulo, “São Vito” e “San Genaro”, com divulgação dos produtos.

A **Isabela** também investiu em mídia para reforçar o segmento de Torradas, produto lançado em 2015. Com o conceito “Pra Você Fazer”, a campanha foi veiculada, em TV aberta, nas principais emissoras do Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. A marca também fez ações de ativação nos princi-

pais PDVs da região Sul, com brindes ao consumidor (ação de compre e ganhe) e degustação.

Patrocinou a Semana Farroupilha, um dos principais eventos culturais do Rio Grande do Sul, com desfiles em homenagem aos líderes da Revolução Farroupilha. Trata-se de uma ação tradicional da marca e de grande afinidade com o consumidor gaúcho.

A **Basilar** (massas), a **Zabet** (biscoitos) e a **Nikito** (biscoitos para o público infantil) fizeram manutenção da visibilidade das marcas junto aos consumidores, com divulgações de receitas e temas nutricionais para a mídia impressa e online via agência de relações públicas alcançando grande visibilidade junto aos públicos consumidores. A Basilar e a Nikito investiram ainda no patrocínio de duas festas importantes no interior de São Paulo: Festa do Peão de Barretos e Festa do Peão de Americana. As marcas fizeram ação de sampling e de ativação nos dois eventos.

RISCOS

A Companhia possui política formal de gestão de riscos, revisada pelo Comitê de Auditoria e aprovada pelo Conselho de Administração.

O objetivo da política de gerenciamento de riscos é estabelecer definições, diretrizes, critérios de avaliação, apetite a risco e responsabilidade sobre o processo de gerenciamento de riscos corporativos, a fim de assegurar que:

- Os riscos de negócio inerentes às atividades da M. Dias Branco sejam identificados, avaliados e minimizados em um nível aceitável;
- A estrutura de controles internos seja continuamente revisada;
- As áreas potenciais de conflitos de interesse sejam identificadas e os riscos associados sejam minimizados;
- Todos os funcionários compreendam claramente os objetivos e seu papel no processo de gestão de riscos;
- Seja definida uma linguagem comum e taxonomia de riscos e controles internos;
- As recomendações aos usuários-chave sejam devidamente implementadas;
- Os objetivos estratégicos da M. Dias Branco sejam plenamente atendidos.

A política de gerenciamento de riscos classifica os principais riscos estratégicos, de mercado, regulatórios, de reporte e operacionais, com base em metodologias de mensuração qualitativa e quantitativa.

A partir da avaliação e mensuração dos riscos realizada pela área de gestão de riscos, a Companhia busca proteção para aqueles que, em seu julgamento, representam maior potencial de afetar de maneira adversa seus resultados. Os principais riscos identificados encontram-se detalhados no Formulário de Referência, arquivado junto à CVM – Comissão de Valores Mobiliários, e também disponível no sítio de relações com investidores da Companhia.

O principal instrumento de mitigação de riscos adotado pela Companhia consiste no aprimoramento contínuo do ambiente de controles devidamente monitorado, testado e atualizado, o qual busca endereçar a cada risco identificado pelo menos um controle interno capaz de mitigá-lo.

Assim como para o gerenciamento de riscos, também no que tange o sistema de controles internos, a Companhia, na busca do contínuo aprimoramento de sua estrutura de governança, risco e controle, adota como referencial as orientações das principais entidades nestas áreas, como o COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), o IIA (Institute of Internal Audit) e o IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa).

Adicionalmente, a Companhia continua expandindo a abrangência do software GRC (Governance, Risk and Compliance) para gestão eletrônica das matrizes de riscos, controles internos, rotinas de testes de auditoria interna e monitoramento dos planos de ações corretivas. Nesta ferramenta de gestão, os controles são especificados de acordo com critérios previamente definidos pela Companhia. Tais critérios levam em consideração o tipo de controle, a forma de execução, sua relevância no contexto organizacional, a frequência de execução, se o controle é chave e a qual classe o controle pertence.

De acordo com o planejamento anual da Diretoria de Auditoria, Gestão de Riscos e Compliance, que possui reporte direto ao Comitê de Auditoria, o ambiente de controle é avaliado em duas perspectivas: se o desenho do controle interno atende às expectativas da Companhia; e se os controles operam de acordo com os critérios previamente definidos e mitigam os riscos correspondentes.

Com referência especificamente à garantia da qualidade das demonstrações financeiras, as atividades realizadas pelos colaboradores são dirigidas por políticas, procedimentos e controles internos aprovados e divulgados em canais acessíveis aos colaboradores envolvidos. Foram definidas rotinas de conciliação para assegurar a integridade e o registro acurado das informações financeiras no sistema da Companhia.

De forma independente, a Auditoria Interna realiza testes periodicamente, emitindo recomendações de melhoria quando necessário. O atendimento destas recomendações é acompanhado pela Administração e pelo Comitê de Auditoria.

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



Todo colaborador, ao ingressar na empresa, recebe treinamento e Código de Ética

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		2016	
	Registradas no período	Solucionadas no período	Registradas no período	Solucionadas no período	Registradas no período	Solucionadas no período
Assédio Moral	3	3	0	0	3	3
Assédio Sexual	1	1	1	1	0	0
Discriminação - Sexo	1	1	0	0	0	0
Responsabilidade Socioambiental	1	1	5	5	2	2
Saúde e Segurança no Trabalho	6	6	0	0	4	4
Total	12	12	6	6	9	9

terceirizado, gratuito e confidencial, acessível por telefone, e-mail, caixa postal ou site na Internet.

Em 2016, esse canal recebeu 9 queixas sobre direitos humanos consideradas procedentes. Em 2015 e 2014, foram 6 e 12, respectivamente. Todas resolvidas no mesmo ano, conforme quadro ao lado. ^{G4-HR12}

Por meio da Universidade Corporativa, foram realizados treinamentos sobre Lei Anticorrupção e Prevenção/Repressão às infrações contra a Ordem Econômica.

O ambiente de controles internos observa os princípios de segregação de função, sendo a concessão de acessos ao sistema em que são preparadas as demonstrações financeiras, subordinada a um processo de avaliação e aprovação das solicitações dos usuários. A Companhia definiu fluxos de trabalhos que respeitam os limites de alçadas necessários para registro de informações, revisões e aprovações das atividades realizadas pelas equipes. Foram definidas rotinas de conciliação para assegurar a integridade e o registro acurado das informações financeiras no sistema da Companhia.

PERSPECTIVAS

No ano de 2016, a M. Dias Branco revisou seu direcionamento estratégico de cinco anos com a participação do seu time de líderes. Foram coletadas sugestões dos gerentes e realizados eventos com os diretores envolvendo palestras, análises de cenários, discussões em grupos e apresentações de propostas por todas as áreas. A proposta de revisão foi consolidada pelo Comitê Executivo e em seguida aprovada pelo Conselho de Administração. O conteúdo foi compartilhado com as gerências no Programa de Desenvolvimento de Líderes (PDL). É uma característica da M. Dias Branco a construção coletiva, envolvendo diversas áreas e percepções.

Para favorecer a execução da estratégia da Companhia, são realizadas reuniões de acompanhamento de resultados - GPD (Gerenciamento pelas Diretrizes), conhecidas como Dia D - Dia de Dialogar, nas quais são acompanhados os indicadores setoriais em todos os níveis hierárquicos. Outra prática fortalecida em 2016, que também favorece o alinhamento das equipes, são as reuniões N5, em que os gestores de uma mesma unidade discutem temas relevantes para a empresa. São cerca de 200 gestores envolvidos nas reuniões de N5 em todo o país.

O Plano estratégico 2016-2020 está estruturado em cinco macro diretrizes:

- Maximização da rentabilidade e do valor aos acionistas;
- Crescimento de mercado com excelência em *supply chain* e relacionamento com clientes;
- Inovação, produtividade e otimização dos recursos;
- Cultura orientada para resultados;
- Compliance e Gestão de Riscos Estratégicos.

Mesmo diante de um cenário macroeconômico que permanece desafiador, a Companhia dará continuidade ao seu plano de investimentos em marketing, inovação, infraestrutura e estrutura organizacional, buscando continuamente o fortalecimento de seus pilares estratégicos: marcas, verticalização, distribuição, expansão orgânica e por aquisições, inovação e eficiência operacional.

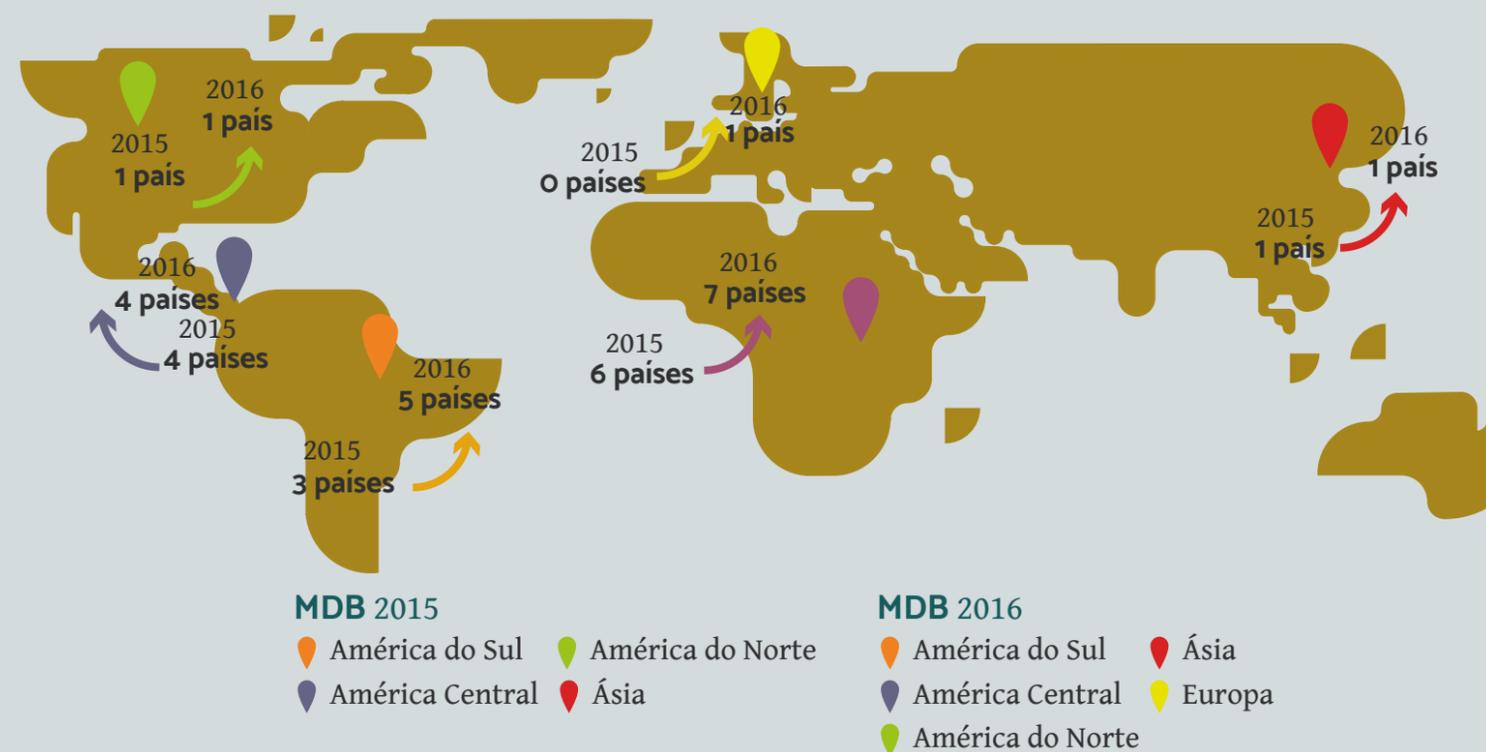
Destaque para os investimentos em curso no Moinho de Bento Gonçalves (RS) e investimentos futuros na unidade de Gorduras e Margarinas, que irão aproximar a Companhia dos 100% de verticalização, além da futura unidade industrial em Juiz de Fora (MG), que será determinante para dar maior robustez à expansão das vendas nas regiões Sudeste e Sul.

Em 2016, a Companhia também reestruturou a área de exportações, obtendo os primeiros resultados satisfatórios e promissores para os planos de longo prazo. Foram mais de 7 mil toneladas vendidas a 19 países nas categorias de massas, biscoitos, margarinas e torradas.

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 da M. Dias Branco, focando em aspectos relevantes, como a força das marcas, o modelo de distribuição, a participação de mercado e o potencial de obtenção de sinergias.

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

Presença Global MDB 2015 x 2016





GOVERNANÇA CORPORATIVA



Em 2016, as áreas comercial, logística e industrial aumentaram sua sinergia

A M. Dias Branco é uma empresa privilegiada, alicerçada em valores sólidos, com uma missão bem definida e um time de colaboradores competentes, focados no crescimento sustentável. Esse conjunto cria um padrão de governança muito elevado e transparente, que habilita a liderança a enfrentar as dificuldades do curto prazo e ao mesmo tempo ter a visão de longo prazo para fazer as escolhas e os investimentos necessários.

A M. Dias Branco se mantém na expectativa constante de evolução de sua maturidade em Governança Corporativa. A Companhia é listada no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA, adotando uma política de 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 eleito com 40% de membros independentes, o que reforça o compromisso da empresa com a qualidade e total transparência de suas informações divulgadas.

O Comitê de Auditoria foi criado em 2007 como órgão não estatutário de assessoramento ao Conselho de Administração formado atualmente por três membros independentes efetivos, e um suplente.

A responsabilidade do Comitê é dar suporte aos acionistas e ao Conselho em suas atividades de supervisão de temas 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, Gestão de 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.



Reuniões entre gestores corporativos fortalecem a integração e a tomada de decisão

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 envio de atas. Nestas reuniões, o Comitê realizou visitas técnicas a algumas unidades operacionais e discutiu com diversos gestores os principais processos e controles da Companhia, sempre com foco em riscos que eventualmente poderiam impactar seus objetivos estratégicos.

O Comitê Executivo, criado em 2010, é um órgão de assessoramento à Diretoria Estatutária (integrada pelo Presidente e Vice-Presidentes), sendo de caráter permanente e tem como objetivo analisar cenários e oportunidades de crescimento, propor

o direcionamento estratégico, coordenar o desdobramento das metas corporativas em metas setoriais e facilitar o processo de monitoramento de resultado. É composto pelos membros corporativos da Diretoria Não Estatutária.

Em 2016 foi criado também o Conselho Executivo, que unifica a Diretoria Estatutária e o Comitê Executivo, no intuito de alinhar cada vez mais os fóruns de governança e abrir espaços formais de debate estratégico e prestação de contas.

A área de Relações com Investidores da Companhia continua dedicada ao pleno atendimento aos investidores e analistas, tendo participado, em

2016, de 5 conferências no Brasil e 2 conferências no exterior. Ao todo foram 328 contatos realizados durante o ano, de forma a responder aos questionamentos das partes interessadas e contribuir com o fortalecimento da transparência dos seus documentos de divulgação de resultados.

A publicação deste Relatório Integrado 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 divulgação e comprometimento com a Governança Corporativa.

Os assuntos relativos aos temas estratégicos, de acompanhamento dos resultados e socioambientais são tratados no âmbito do Comitê Executivo, com reportes sistemáticos à Diretoria Estatutária. Os temas éticos são tratados pelo Comitê de Ética, vinculado diretamente ao Comitê de Auditoria. O Comitê de Ética foi estruturado em 2012, em caráter permanente e não estatutário, e é formado pelos Diretores de Desenvolvimento Organizacional, Jurídico e de Auditoria, Gestão de Riscos e Compliance.

A Companhia mantém desde 2014 um Comitê de Saúde e Segurança do Trabalho para, periodicamente, acompanhar as iniciativas relacionadas a estes temas.

Em 2015, foi estruturado o Comitê de Sustentabilidade, que tem por objetivo assessorar o Comitê 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 (GTs) estabelecidos para cada tema estratégico 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.



5 Conferências no Brasil

2 Conferências no exterior

FÓRUNS DE GOVERNANÇA^{G4-34}

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Nome	Cargo	Idade	Sexo
Maria Consuelo Saraiva Leão Dias Branco	Presidente do Conselho de Administração	82	F
Affonso Celso Pastore	Conselheiro Independente	77	M
Francisco Cláudio S. Leão Dias Branco	Conselheiro	49	M
Maria das Gracas Dias Branco da Escóssia	Conselheira	57	F
O Conselheiro Independente Francisco Queiroz Maia Júnior renunciou em 24/01/2017, sendo substituído pelo suplente.		-	-

COMITÊ DE AUDITORIA

Nome	Cargo	Idade	Sexo
Antônio Carlos Dias Coelho	Membro Independente	70	M
Joanília Neide de Sales Cia	Membro Independente	53	F
José Carlos Pinho de Paiva Timbó	Membro Independente	68	M

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

Nome	Cargo	Idade	Sexo
Francisco Ivens de Sá Dias Branco Júnior	Presidente	56	M
Francisco Cláudio S. Leão Dias Branco	Vice Presidente Industrial	49	M
Francisco Marcos Saraiva L. Dias Branco	Vice Presidente Comercial	52	M
Geraldo Luciano Mattos Júnior	Vice Presidente de Investimentos e Controladoria	53	M
Maria das Gracas Dias Branco da Escóssia	Vice Presidente Financeira	57	F
Maria Regina Saraiva L. D. B. Ximenes	Vice Presidente de Administração e Desenvolvimento	55	F

COMITÊ EXECUTIVO

Nome	Cargo	Idade	Sexo
Antônio Rynaldo Studart Guimarães	Diretor Comercial	74	M
Aristófanes Martins de Alexandre	Diretor Comercial	51	M
César Martins Rosa Vasconcelos Reis	Diretor de Exportação	38	M
Daniel Mota Gutierrez	Diretor Jurídico	43	M
Fábio Cefaly de Campos Machado	Diretor de Novos Negócios e Relações com Investidores	40	M
Fernando Bocchi	Diretor de Pesquisa e Desenvolvimento	50	M

Júlio Borges de Carvalho	Diretor de Auditoria, Gestão de Riscos e Compliance	39	M
Luís Cristiano Prazeires Albuquerque	Diretor Administrativo e de Tecnologia Da Informação	44	M
Luiza Andréa Farias Nogueira	Diretor de Desenvolvimento Organizacional	52	F
Marcos Roberto Pinheiro da Silveira	Diretor de Logística	47	M
Mark Stanley Luyt	Diretor Industrial	55	M
Martim Francisco de A. Ibrahim Bernardara	Diretor de Marketing	39	M
Maurício Freitas de Araújo	Diretor Industrial	61	M
Sidney Leite dos Santos	Diretor Técnico e de Operações	49	M
Vera Maria Rodrigues Ponte	Diretor de Controladoria	52	F

COMITÊ DE ÉTICA

Nome	Cargo	Idade	Sexo
Júlio Borges de Carvalho	Diretor de Auditoria, Gestão de Riscos e Compliance	39	M
Luiza Andréa Farias Nogueira	Diretor de Desenvolvimento Organizacional	52	F
Daniel Mota Gutierrez	Diretor Jurídico	43	M

COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE

Nome	Cargo	Idade	Sexo
Aled Carvalho Parry	Gerente de Sustentabilidade	52	M
Fábio Cefaly de Campos Machado	Diretor de Novos Negócios e Relações com Investidores	40	M
Júlio Borges de Carvalho	Diretor de Auditoria, Gestão de Riscos e Compliance	39	M
Luiza Andréa Farias Nogueira	Diretor de Desenvolvimento Organizacional	52	F
Sidney Leite dos Santos	Diretor Técnico e de Operações	49	M

COMITÊ DE SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

Nome	Cargo	Idade	Sexo
Ezequiel Leite do Nascimento	Gerente Corporativo de QSMA	52	M
Sidney Leite dos Santos	Diretor Técnico e de Operações	49	M
Júlio Borges de Carvalho	Diretor de Auditoria, Gestão de Riscos e Compliance	39	M
Luiza Andréa Farias Nogueira	Diretor de Desenvolvimento Organizacional	52	F
Daniel Mota Gutierrez	Diretor Jurídico	43	M
Marcos Roberto Pinheiro da Silveira	Diretor de Logística	47	M



DESEMPENHO SOCIOAMBIENTAL

Principais resultados socioambientais

Nutrição e saudabilidade

Embalagens

Resíduos

Água e efluentes

Energia e emissões

Comunidades e investimento social

Transparência e diálogo

Insumos - Commodities e suprimentos



Colaboradores de Fortaleza participam de doações e realizam atividades recreativas com crianças carentes

Ser sustentável é cuidar do meio ambiente diminuindo a geração de resíduos, consumir água e energia de forma racional, apoiar as comunidades carentes próximas às unidades, trabalhar de forma eficiente para reduzir desperdícios, produzir alimentos de qualidade, saudáveis e saborosos e buscar sempre proporcionar o bem-estar às pessoas.

Aprovada no início de 2014 pela liderança da Companhia, a Agenda Estratégica de Sustentabilidade priorizou os temas capazes de gerar e proteger o valor para todos *stakeholders* ao longo do tempo. A M. Dias Branco, a cada ano, se prepara para estreitar o diálogo não somente com acionistas, clientes e colaboradores, mas também com governos locais, comunidades do entorno e fornecedores. Fundamentamos nossos relacionamentos nos princípios da economicidade, da ética, da transparência e da cidadania corporativa.

No âmbito corporativo, a gestão da sustentabilidade ocorre por meio de Grupos de Trabalho (GT) formado por gerentes seniores com objetivo de tornar os aspectos sociais e ambientais parte da cultura de negócio. Por meio de iniciativas claras que trazem resultados tangíveis e intangíveis, cada GT possui um planejamento de longo prazo definido, cujas metas são acompanhadas pelo GPD – Gerenciamento pelas Diretrizes, sistema de monitoramento de desempenho utilizado pela Companhia.

Os aspectos operacionais relativos à segurança do trabalho, qualidade, meio ambiente e segurança de alimentos são gerenciados no âmbito industrial. 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.

Com a aplicação da metodologia TPM (Total Performance da Manufatura) nas linhas de produção da indústria, já é possível ver mudanças positivas em vários indicadores que mensuram todo o processo produtivo.

Durante o ano de 2016, os times de melhorias atuaram nas unidades industriais, focados na redução de perdas, restabelecimento de condições básicas, capacitação de pessoas através do uso da melhoria contínua.

Adicionalmente, a partir de 2016, os times foram estimulados a também contribuírem na implementação de legados em sustentabilidade, orientados na redução do consumo de água, consumo de energias e prevenção de acidentes do trabalho.

Portanto, esta nova maneira de atuação dos times de melhorias, possibilita um maior engajamento dos colaboradores nos postos de trabalho, para fortalecer cada vez mais os índices de sustentabilidade da Companhia.

O SGI – Sistema de Gestão Industrial também tem um papel importante para que a Companhia seja Classe Mundial, como estrutura base por propiciar a padronização das atividades internas por meio dos procedimentos fundamentados em normativas internacionais, como as normas ISO.

Em 2016, iniciou-se o processo de implementação do SGI com a publicação de procedimentos relevantes como o Manual do SGI e a Política do SGI, integrando em um único documento as diversas políticas existentes nas unidades referentes aos sistemas de gestão da qualidade, meio ambiente e segurança de alimentos. Também foram publicados procedimentos relacionados tais como Gestão de Qualificação de Fornecedores, Gestão de Não Conformidades, Gestão de Auditorias Internas e Externas do SGI, Plano da Qualidade Corporativo e demais procedimentos da área de Segurança de Alimentos e Meio Ambiente.



Colaboradora voluntária ministra aula para adolescentes das comunidades vizinhas

Seguindo o modelo de gestão compartilhada, foram definidos em cada unidade os Pontos Focais do SGI com o papel de promover a gestão de documentos e registros das áreas. O lançamento do SGI já ocorreu nas unidades abaixo e nas demais ocorrerá conforme Planejamento Estratégico da Companhia.

- 2015: implantado nas unidades de Maracanaú/CE e São Caetano do Sul/SP.
- 2016: implantado nas unidades de Eusébio/CE e Gorduras e Margarinas Especiais em Fortaleza/CE.

O Programa Positivo vem avançando no processo de fortalecimento da percepção de segurança por parte dos colaboradores e já foi implantado nas unidades abaixo e nas demais ocorrerá conforme Planejamento Estratégico da Companhia.

- 2014: unidade Eusébio/CE, Fortaleza/CE, São Caetano do Sul/SP e Salvador/BA.
- 2015: unidade Maracanaú/CE e Bento Gonçalves/RS.

Os resultados da implantação desses processos são apresentados ao longo desse capítulo.



Identidade visual das iniciativas de sustentabilidade

PRINCIPAIS RESULTADOS SOCIOAMBIENTAIS

Tema Estratégico	Linhas de Ação	Principais Resultados 2016
 <p>Nutrição e Saudabilidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Linha de produtos com perfil mais nutritivo e com ingredientes naturais; • Redução dos níveis de açúcar, sódio e gordura trans. 	<ul style="list-style-type: none"> • Em 2016, 32,4% das formulações continham adições de micronutrientes, um salutar aumento de 2,9% em relação ao ano anterior e de 5,9% em relação a 2014 (linha de base); • Redução de sódios de 17% nos biscoitos recheados Vitarella, 30% nos salgadinhos de trigo Delicitos e 30% nos salgadinhos de milho Salsitos.
 <p>Embalagens</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materiais renováveis e sustentáveis; • Redução no consumo de plástico; • Design sustentável e Análise de Ciclo de Vida. 	<ul style="list-style-type: none"> • 83,6% do volume de caixas de papelão e 100% do papel cartão são provenientes de matéria-prima extraída de florestas manejadas; • Na unidade de Bento Gonçalves/RS, embalagens plásticas para as enfiadeiras com material 100% reciclado, o que representa 79.455 kg de embalagem produzida com energia e matéria-prima renovável e práticas sustentáveis trazendo benefícios ambientais e sociais calculados conforme o certificado enviado pelo fornecedor; • Redução na gramatura das embalagens reduziram o consumo de plástico em 199.345 toneladas em 2016, o que representa 1,5% do consumo total de filmes flexíveis no ano; • Substituição das embalagens de rafia e polietileno utilizadas nas embalagens das farinhas de 25 kg por papel com selo FSC.

Tema Estratégico	Linhas de Ação	Principais Resultados 2016
<p>Resíduos Sólidos, Efluentes, Água, Energia e Emissões</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Redução na geração de resíduos de processo; Destinação adequada de resíduos de processo; Logística reversa de embalagens pós-consumo; Redução relativa no consumo de água; Reúso de água; Preço competitivo da energia elétrica e garantia de abastecimento; Eficiência energética; Menor intensidade em combustíveis fósseis. 	<ul style="list-style-type: none"> Redução na geração de resíduos de 14% em relação a 2015 e aumento de 3% em relação 2014; Os resíduos destinados por meio de alternativas sustentáveis tais como reciclagem, reutilização, compostagem e outros representam 90% do total gerado em 2016. O Índice de Reciclagem ficou acima de 60% em 2016, enquanto o de reutilização foi de 11,2%; A unidade Jaboatão dos Guararapes/PE iniciou em 2016 a destinação do resíduo de lodo da ETE para a fabricação de tijolo ecológico; O investimento da Companhia no programa de Logística Reversa de Embalagens “Dê a Mão para o Futuro” foi R\$ 504 mil ou 2,77% do investimento total do programa; O consumo médio de água por tonelada de produto em 2016 foi de 0,47 m³, uma redução de 7,8% em relação aos 0,51 m³ consumidos em 2015; O volume total de água retirada reduziu 2,81% em relação a 2015, mas aumentou 0,63% em relação ao ano base 2014; O consumo de água pluviais diretamente coletadas e armazenadas pela organização representou 15,1% do volume total de água captada, frente 11,1% em 2014; Implantação do sistema de contenção de água da chuva dos telhados na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE para utilização nas torres de resfriamento; Reúso de água aumentou 21% em relação a 2015 e 126,8% em relação ao ano base. Em 2016, a empresa reutilizou 19,9% ou 238 mil m³ de água; Descarte de 250.842 m³ de efluentes, uma redução de 64% em relação ao ano base 2014. Em relação a 2015, a redução foi de 26%; Aumento no consumo de gás natural de 11,7% e uma redução de 67% no consumo de diesel; A intensidade energética teve aumento de 19,5% em relação a 2014, mas houve redução de 4,3% em relação 2015; Migração de 3 unidades para o mercado livre de energia economizou R\$ 4,9 milhões em 2016; Iniciativas de eficiência energética economizaram R\$ 1,3 milhões; As emissões anualizadas de GEE (Gases do Efeito Estufa) fóssil da frota aumentaram em 2016 em relação a 2015, mas intensidade das emissões (tCO₂e fóssil/ litros) apresentou queda de 3,3% em relação ao ano base de 2014; Conquista do Zero Aterro nas destinações dos resíduos gerados na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE.

Tema Estratégico	Linhas de Ação	Principais Resultados 2016
<p>Comunidades e Investimento Social</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Alocação estratégica do investimento social; Engajamento e relacionamento com comunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> 100% das unidades com iniciativas de engajamento de comunidades do entorno implantadas (46% em 2015 e 8% em 2014). Alocação R\$ 3,9 milhões em projetos sociais por meio de Leis de Incentivo. 27 visitas à organizações sociais apoiadas pela Companhia em todo país. Doação de R\$ 487 mil em produtos (R\$ 696 mil em 2015) distribuídos no decorrer do ano para 120 organizações (63 em 2015). R\$ 160 mil em investimento social
<p>Transparência e Diálogo</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento e valorização do capital humano; Saúde e segurança no trabalho; Cultura de sustentabilidade; Relacionamento com clientes e consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> Mais de 697 mil horas de treinamento (em 2015 foram mais de 700 mil), realizadas tanto presencialmente como à distância. Taxa de frequência (TF) aumentou para 1,24 (1,02 em 2015) e a taxa de gravidade (TG) foi reduzida para 18,47 (56,42 em 2015), uma redução de aproximadamente 67% na gravidade dos acidentes. Em relação a 2014 houve redução nos dois indicadores. Identificação e capacitação dos Embaixadores e Parceiros da Sustentabilidade nas unidades. Inserção de 10 assuntos socioambientais no indicador de divulgação de assuntos estratégico da área de Comunicação. 1.099 comunicações recebidas nos SACs. Em 2015 foram 566. Aumento de 16,5% na participação dos colaboradores de todas as unidades no Diálogo de Saúde e Segurança (DSS). Não houve fatalidades na empresa no ano de 2016
<p>Insumos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Avaliação socioambiental de fornecedores; Aspectos socioambientais em commodities agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> Envio de questionário de qualificação para um total de 246 fornecedores, sendo 131 de matéria-prima, 60 de embalagens e 55 de commodities. Publicação procedimento sobre Gestão de Qualificação de Fornecedores extensível as unidades industriais.

NUTRIÇÃO E SAUDABILIDADE

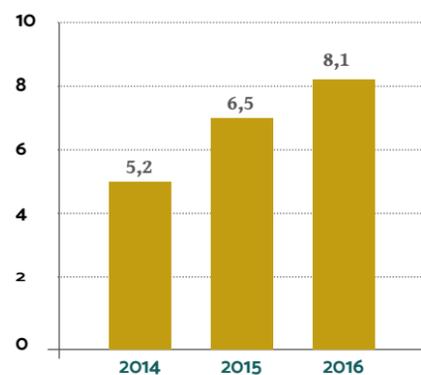
FP7-DMA Com o objetivo de levar ao consumidor produtos mais saborosos e nutritivos, a Diretoria de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) está estruturada em pilares com atuação em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, e conta com apoio das áreas de Assuntos Regulatórios, Análise Sensorial e Marketing.

Buscando desenvolver produtos que contribuam para redução do déficit nutricional de crianças e jovens no país e promover melhorias dos atributos de saudabilidade das linhas já existentes, a Companhia investiu, em 2016, R\$ 8,1 milhões em P&D, um aumento de 55,8% em relação ao ano base de 2014. Esse investimento resultou em 156 projetos entre novos produtos, melhorias e otimizações.

Ainda em 2016, e de acordo com o Plano Estratégico da Companhia para 2020, foi estruturada a área da Gestão de Inovação, definindo e validando os pilares que nortearão os futuros projetos de Pesquisa e Desenvolvimento.

Para 2017, a Companhia trabalhará com um portfólio de 160 projetos, com foco em Saudabilidade, Sustentabilidade e Indulgência, seguindo nova metodologia de inovação estabelecida.

Investimento em P&D (R\$ Milhões)



Destacamos que em 2016 foram criados os primeiros Painéis Técnicos nas unidades de Jaboatão dos Guararapes/PE, Fortaleza/CE, Salvador/BA e São Caetano do Sul/SP. Os Painéis são formados por colaboradores que, voluntariamente, fazem avaliações solicitadas pelas áreas de Marketing, P&D, Suprimentos e Controle de Qualidade.

Para ser um membro do Painel, os colaboradores interessados participaram de uma seleção que comprovou sua habilidade sensorial, de forma a compor uma equipe que atenda a necessidade do projeto e seja diversificada. O objetivo é ter maior aceitabilidade mercadológica nos produtos da empresa.

Linha de produtos com perfil mais nutritivo e com ingredientes naturais

Em 2016 as áreas de P&D e Marketing definiram uma proposta de renovação no mix de vitaminas dos produtos, baseada nos estudos do Radar de Inovação e do Ministério da Saúde. As iniciativas visando melhorar o perfil nutricional dos produtos fundamentam-se em estudos que mostram níveis inadequados na ingestão de micronutrientes, tais como fibras, cálcio e vitaminas A, D e E, entre crianças e jovens no país.

Além dos micronutrientes citados acima, vitaminas do complexo B e minerais como Fe e Zn são adicionados em diversos produtos do portfólio atual. Em 2016, 32,4% das receitas continham adições de micronutrientes, um aumento de 2,9% em relação ao ano de 2015 e de 5,9% em relação a 2014 (linha de base). A tabela a seguir apresenta o percentual do valor realizado com adição de nutrientes em relação a receita total e em relação a receita da categoria de produto.^{FP7-DMA}

Percentual do total do volume de vendas e da 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 FP7-DMA			% do valor realizado com adição de nutrientes em relação à receita da categoria de produto		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Biscoitos	10,7%	11,2%	12,1%	19,5%	20,8%	22,4%
Margarinas e cremes vegetais	4,1%	4,3%	4,6%	99,8%	100,0%	100,0%
Farinhas	15,4%	15,2%	14,4%	100,0%	100,0%	100,0%
Bolos	0,3%	0,3%	0,4%	39,2%	42,8%	58,1%
Snacks	0,0%	0,3%	0,2%	10,1%	60,3%	61,7%
Misturas para bolos	0,0%	0,1%	0,2%	100,0%	100,0%	100,0%
Torradas*	-	0,2%	0,5%	-	27,3%	44,4%
Total geral	30,5%	31,6%	32,4%	-	-	-

Cálculo realizado com base no faturamento líquido de descontos e devoluções (receitas)
Em 2014, as torradas ainda não estavam disponíveis no mercado.



Oferecer produtos com perfil mais nutritivo está de acordo com as tendências de mercado

Houve avanços também no desenvolvimento de produtos com melhor balanço nutricional nas diversas categorias de atuação da empresa, além da realização de pesquisas, entrevistas e workshop com especialistas com o objetivo de agregar valor ao farelo de trigo.

Redução dos níveis de açúcar, sódio e gordura trans

As áreas de P&D e Assuntos Regulatórios continuaram os trabalhos de redução do teor de sódio em todas as categorias de produtos conforme acordo do setor com Ministério da Saúde. Os resultados obtidos foram uma redução de até 30% em alguns segmentos.

A Companhia mantém iniciativas em andamento para avaliação de substitutos de sódio (sal) em algumas categorias, avaliação de matérias-primas e

processos alternativos para eliminação das gorduras parcialmente hidrogenadas dos produtos bem como para redução de açúcar.

A M. Dias Branco monitora com atenção, por meio das entidades de classe, meios de comunicação, consumidores e outros públicos, as tendências regulatórias nacionais e internacionais. Este monitoramento vem subsidiando as decisões quanto aos novos projetos e embasando as ações de sustentabilidade da Companhia.



Equipe de marketing no desenvolvimento das embalagens

EMBALAGENS

As iniciativas da Companhia em relação ao consumo de embalagens estão associadas aos projetos de melhoria e otimização dos setores de P&D - especificamente no que se refere às embalagens e aos suprimentos, obtendo resultados positivos em 2016.

Por meio do conceito de especificação técnica eficaz ou, *design* sustentável, buscamos minimizar o desperdício com iniciativas de melhoria contínua relacionadas aos direcionadores de sustentabilidade: inclusão de material renovável, redução no consumo de plástico, *design* sustentável e análise de ciclo de vida.



Materiais renováveis e sustentáveis

Do consumo total de 26.994 toneladas de caixas de papelão em 2016, 22.555 toneladas foram provenientes de matéria-prima extraída de florestas manejadas, representando um total de 83,6% do volume total. O mesmo ocorre com o papel cartão: 100% das 1.004 toneladas consumidas são provenientes de florestas sustentáveis.



100%
das 1.004 toneladas de papel cartão consumidas são provenientes de florestas manejadas.

Consumo de embalagens de papel e papelão provenientes de florestas sustentáveis.

Consumo total em toneladas	Consumo proveniente de florestas manejadas
Caixa de papelão 26.994	Caixa de papelão 83,6%
Berço de papel cartão 1.004	Berço de papel cartão 100%

Passamos a utilizar em 2016, na unidade de Bento Gonçalves/RS, embalagens plásticas para as enfiadoras com material 100% reciclado, o que representa 79.455 kg de embalagem produzida com energia e matéria-prima renovável e práticas sustentáveis trazendo benefícios ambientais e sociais calculados conforme certificado recebido de fornecedor homologado.

Redução no consumo de plástico

A redução nas dimensões ou na gramatura/espessura das embalagens, utilizadas na fabricação de biscoitos e massas nas unidades da Companhia, diminuíram o consumo de plástico em 199.345 toneladas em 2016, o que representa 1,5% do consumo total de filmes flexíveis no ano.

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

Outra iniciativa foi a substituição das embalagens de rafia e polietileno utilizadas nas embalagens das farinhas de 25 kg por papel com selo FSC.

Design sustentável e Análise de Ciclo de Vida

Foi iniciada em 2016 uma frente de discussão sobre material plástico biodegradável e ACV - Análise de Ciclo de Vida.

A longo prazo a Companhia buscará introduzir filmes plásticos sustentáveis com material 100% reciclado para utilização nas enfiadoras. Continuaremos com os projetos de redução no consumo de plástico e iniciativas em ACV.

Consumo anual das principais embalagens. ^{G4-EN1}

Material	Volume anual			Var% 2016/2015	Var% 2016/2014	
	2014	2015	2016			
Não renovável	Filmes flexíveis (laminado, laminado metalizado e monocamada) - toneladas	11.803.707	12.739.529	13.481.697	5,8%	14,2%
	Embalagens rígidas - unidades	50.233.678	53.573.646	58.660.386	9,5%	16,8%
Renovável	Embalagens de papel (recicladas, kraft e semi-kraft) - unidades	95.792.334	103.909.337	104.671.512	0,7%	9,3%

RESÍDUOS

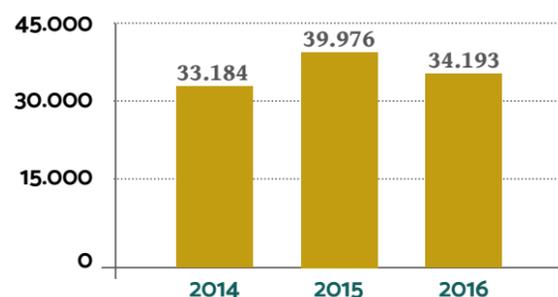
G4-DMA A gestão de resíduos sólidos na M. Dias Branco é realizada pelas Gerências de Meio Ambiente e Administrativa, que seguem os preceitos da Política do SGI. Este documento aborda os compromissos ambientais da Companhia e do Sistema de Gestão Ambiental fundamentado na ISO 14001. Atualmente, as unidades de Eusébio/CE e Jaboatão dos Guararapes/PE possuem essa certificação.

Todas as unidades possuem profissionais especializados em meio ambiente, e a parceria com fornecedores e recicladores garantem a excelência técnica dos procedimentos implantados de gestão e destinação de resíduos sólidos.

Redução na geração de resíduos de processo

O gerenciamento de resíduos sólidos da Companhia trouxe ótimos resultados em 2016, com redução na geração de 14% em relação a 2015, conforme gráfico abaixo. Em relação ao ano base (2014), houve aumento de 3%, embora o volume de produção tenha aumentado no período.

Geração total de resíduos (em toneladas)



Destinação adequada de resíduos de processo

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. A venda de resíduos sólidos gerados no processo e de produtos impróprios gerou R\$ 2 milhões em 2016 (R\$2,2 milhões em 2015).

A Companhia continua dando preferência a alternativas sustentáveis para a destinação de resíduos mesmo em um contexto econômico desafiador. Os resíduos destinados por alternativas sustentáveis tais como reciclagem, reutilização, compostagem e outros representaram 90% do total gerado em 2016. O índice de Reciclagem manteve-se em patamar acima de 60%, enquanto a reutilização foi de 11,2%.

Histórico de destinação de resíduos (toneladas) G4-EN23

Destinação	2014		2015		2016	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Reciclagem	21.643	65,2%	23.939	59,9%	21.173	61,9%
Reutilização	4.353	13,1%	2.459	6,2%	3.813	11,2%
Compostagem	1.909	5,8%	4.548	11,4%	2.028	5,9%
Aterro	4.854	14,6%	2.990	7,5%	3.424	10,0%
Co-processamento	105	0,3%	224	0,6%	293	0,9%
Incineração	43	0,1%	20	0,1%	32	0,1%
Tratamento Biológico (lagoas de estabilização)	0	0,0%	5.789	14,5%	0	0,0%
Descontaminação de Lâmpadas	0	0,0%	1	0,0%	3	0,0%
Rerrefino	0	0,0%	5	0,0%	6,97	0,0%
Outros	277	0,8%	1	0,0%	3420	10%
Total	33.185		39.975		34.193	

Principais resíduos e sua destinação:

- 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 contaminado, sacos plásticos com resíduos de gordura vegetal, sacos big bag, contentor, filmes e pequenas 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;
- Rerrefino: rejeito de óleo usado (queimado e amarelo), óleo diesel;
- Outros: bateria de paleteira (devolvida ao fornecedor – logística reversa).

Destinação de resíduos perigosos e não perigosos (toneladas) G4-EN23

Destinação	Não Perigosos	Perigosos	Total	%
Reciclagem	20.772,45	401,10	21.173,55	61,9%
Reutilização	3.812,40	0,57	3.812,97	11,2%
Compostagem	2.028,19	0,00	2.028,19	5,9%
Aterro	3.408,96	14,55	3.423,52	10,0%
Coprocessamento	250,56	42,42	292,98	0,9%
Incineração	0,00	31,99	31,99	0,1%
Descontaminação de lâmpadas	0,00	3,14	3,14	0,0%
Rerrefino	0,00	6,97	6,97	0,0%
Outros	3.416,45	3,70	3.420,15	10,0%
Total	33.689,01	504,44	34.193,45	

A unidade Jabotão dos Guararapes/PE iniciou, em 2016, a destinação do resíduo de lodo da ETE - Estação de Tratamento de Efluente para a fabricação de tijolo ecológico. O trabalho fez parte do plano de melhoria da destinação de resíduos. Antes o lodo era destinado para a compostagem, resultando em adubo.

A partir do estudo de outras práticas do mercado, foi visualizada a possibilidade de trabalhar em ajustes do processo e a especificação do lodo para atender as exigências da fabricação de tijolos ecológicos e, agora, por meio de um fornecedor licenciado, o resíduo é encaminhado para uma olaria devidamente licenciada para a fabricação desse tipo de produto.

O processo está alinhado com a PNRS - Política Nacional de Resíduos Sólidos de acordo com a Lei 14.236/2010 de reciclagem dos resíduos provenientes do processo de tratamento de esgoto. A ação traz vários benefícios, diminui a extração de argila nas jazidas, aumentando sua vida útil e reduzindo os impactos ambientais decorrentes da atividade, em que 5% da massa da produção do tijolo é lodo. Desta forma, é realizada uma destinação mais nobre para o resíduo gerando também redução do custo para seu tratamento.

Iniciativas como essa aproximam a Companhia do conceito de economia circular, que propõe que o valor dos recursos extraídos e produzidos seja mantido em circulação por meio de cadeias produtivas integradas.

Destinação adequada de resíduos de processo

Em 2016, a M. Dias Branco firmou sua participação, por meio da ABIMAPI - Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados, no comitê do programa de recolhimento de embalagens pós consumo DAMF - Dê a Mão para o Futuro. Tal programa foi instituído para atendimento da PNRS, no que tange a obrigação da implantação de sistemas de logística reversa. Os principais resultados alcançados em 2016 (dados disponíveis até novembro de 2016) foram:

- 129 cooperativas (centros de triagem) filiadas e apoiadas pelo programa, atingindo a meta estabelecida em 97,7%.
- Foram comercializados por essas cooperativas 74.346 toneladas de resíduos.

- O número de cooperados foi de 4.036, sendo que em janeiro de 2016 havia somente 696 cooperados, um crescimento superior a 570%.
- A renda bruta média por cooperado em novembro de 2016 foi de R\$ 1.043,05, possibilitando uma vida mais digna aos catadores de resíduos sólidos.
- A produtividade média por cooperado foi de 2,17 toneladas por mês.

O investimento no programa Dê a Mão para o Futuro em 2016 totalizou R\$ 20,3 milhões sendo que a M. Dias Branco representou R\$ 504 mil ou 2,77% do investimento total no ano.



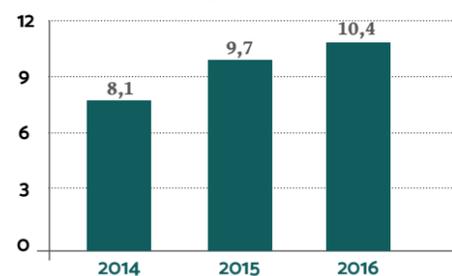
Equipe técnica realiza controle de qualidade da água

ÁGUA E EFLUENTES

G4-DMA A Área de Meio Ambiente tem a responsabilidade de gerenciar os aspectos e impactos ambientais na Companhia. Foi criada há quatro 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.

Os gastos ambientais no ano de 2016 somaram R\$ 10,4 milhões, um aumento em relação aos R\$ 9,7 milhões gastos em 2015. Esse valor inclui: gastos com profissionais de meio ambiente e operação de ETES (R\$2,7 milhões), despesas com monitoramento de efluentes, emissões de gases, destinação de resíduos perigosos e outros serviços (R\$ 6,1 milhões) e investimentos principalmente para a melhoria das ETES (1,6 milhões). **G4-EN31**

Investimentos gastos com proteção ambiental (em R\$ milhões)



A Companhia recebeu um total de quatro notificações de órgãos ambientais em decorrência de não conformidades com leis e regulamentos ambientais, sem nenhum valor monetário envolvido. Das quatro notificações recebidas, duas foram resolvidas (unidades Salvador/BA e Bento Gonçalves/RS) e duas estão em andamento (unidade Gorduras e Margarinas Especiais em Fortaleza/CE). **G4-EN29**

Em 2016, a equipe de meio ambiente desenvolveu, aplicou e analisou os resultados de uma metodologia de balanço hídrico. Além disso, realizou um estudo de viabilidade tecnológica para o tratamento de efluente industrial para fins de reúso na unidade Maracanaú/CE.

Os times de melhoria contínua que atuam com foco na redução do consumo de água foram implantados nas unidades de Salvador/BA e Cabedelo/PB. Esses times atuam também nas unidades de Eusébio/CE e Fortaleza/CE desde 2015.

Outra iniciativa foi o início da implantação do SGA - Sistema de Gestão Ambiental com base na ISO 14001 nas unidades Maracanaú/CE, São Caetano do Sul/SP, além do início da migração do SGA da unidade Eusébio/CE para o modelo corporativo em atendimento ao plano estratégico do SGI - Sistema de Gestão Industrial de Meio Ambiente.

Redução relativa no consumo de água

G4-DMA O consumo médio de água por tonelada de produto em 2016 foi de 0,47 m³, uma redução de 7,8% em relação aos 0,51 m³ consumidos em 2015. O volume total de água retirada reduziu em 2,81% em relação a 2015, mas aumentou 0,63% em relação ao ano base de 2014, embora o volume de produção tenha sido maior em 2016. O volume total de água retirada foi de 1,19 milhões de m³ conforme tabela abaixo.

Volume total de água retirada por fonte (m³) **G4-EN8**

Fontes	2014	2015	2016	Var% 2016/2015	Var% 2016/2014
Águas superficiais	-	-	17.114	-	-
Águas subterrâneas	675.524	680.566	629.530	-7,5%	-6,8%
Águas pluviais diretamente coletadas e armazenadas pela organização	131.912	167.649	180.455	7,6%	36,8%
Abastecimento municipal / outras empresas de abastecimento de água	373.533	378.254	350.670	-7,3%	-6,1%
Abastecimento com caminhão-pipa	7.138	3.397	17.567	-417,1%	146,1%
Total	1.188.107	1.229.866	1.195.336	-2,81%	0,63%

A principal fonte de abastecimento de água utilizada pela Companhia são águas subterrâneas, representando, em 2016, 52,7% do volume total de água captada. Esse percentual reduziu em relação a 2014, quando o consumo de água subterrânea representava 56,9%. O consumo de águas pluviais diretamente coletadas e armazenadas pela organização, por sua vez, representou 15,1% do volume total de água captada, frente 11,1% em 2014. Esse resultado mostra que a Companhia gerencia com atenção esse recurso natural que é vital para nossas operações.

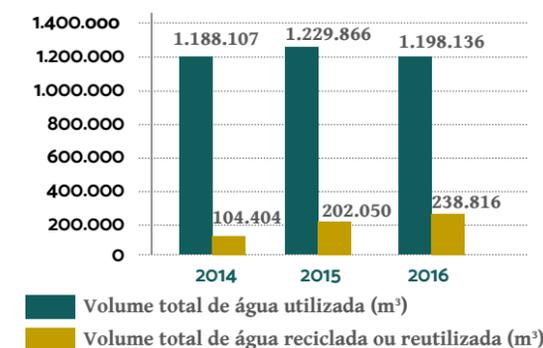
Em 2016, iniciou-se na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE a captação de água da chuva para utilização na torre de resfriamento. Foram realizadas análises da água, definição de especificação para a água da torre de resfriamento, definição de métodos de monitoramento e tratamento e construção de estrutura para captação de água de chuva.



7,8%
de redução do
consumo médio
de água em 2016

Reúso da água

O reúso de água também avançou, com aumento de 21% em relação a 2015 e de 126,8% em relação ao ano base. Em 2016, a empresa reutilizou 19,9% ou 238 mil/m³.



238 mil/m³
de água foram
reutilizados em 2016

Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada G4-EN10

	2014	2015	2016	VaR% 2016/2015	VaR% 2016/2014
Volume total de água utilizada (m3)	1.188.107	1.229.866	1.198.136	-2,6%	0,8%
Volume total de água reciclada ou reutilizada (m3)	104.404	202.050	238.816	18,2%	128,7%
% de água reutilizada ou reciclada	8,8%	16,4%	19,9%	21,3%	126,8%

Iniciativas como captação e armazenamento de águas pluviais e reúso de água são fundamentais para garantir o abastecimento da Companhia ao longo do tempo, pois algumas unidades estão localizadas em bacias hidrográficas classificadas pela ANA – Agência Nacional de Águas como em situação de escassez.

Disponibilidade hídrica das bacias hidrográficas onde a Companhia possui unidades

Unidade	Bacia Hidrográfica	Disponibilidade (m³ / hab / ano)
Jaboatão dos Guararapes/PE	Capibaribe	422 ●
Natal/RN	Trairi/Piranji	470 ●
Cabedelo/PB	Baixo Paraíba	470 ●
São Caetano do Sul/SP	Alto Tietê	136 ●
Eusébio/CE	Metropolitana - CE	1.467 ●
Maracanaú/CE		
Gorduras e Margarinas, em Fortaleza/CE		
Moinho Dias Branco em Fortaleza/CE		
Salvador/BA	Paraguaçu	3.266 ●
Lençóis Paulista/SP	Tietê Jacaré	2.050 ●
Bento Gonçalves/RS	Taquari/Antas	17.939 ●

Fonte: Ministério do Meio Ambiente. Atlas das Regiões Hidrográficas do Brasil. 2006 | Planos de Bacias – Alto Tietê, Mogi-Guaçu, Tietê-Jacaré e Taquari-Antas.

Índice de Falkenmark usado pela ONU para determinar a situação quantitativa da água por habitantes (relação entre a vazão média e a população (m3/hab/ano):

- < 500 m³/hab./ano – situação de escassez.
- de 500 a 1.700 m³/hab./ano – situação de estresse.
- > 1.700 m³/hab./ano – situação confortável.

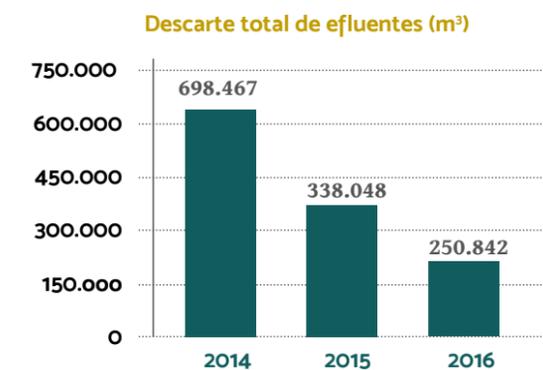
As informações sobre disponibilidade de água, níveis de reservatórios e atividade pluviométrica nas regiões próximas às unidades industriais são temas constantes na agenda da gestão industrial e ambiental. A tabela ao lado mostra que 84% da água utilizada pela Companhia encontra-se em regiões hídricas em situação de escassez (32%) e estresse (52%). São justamente nas unidades localizadas nessas regiões onde 98,5% da água reutilizada é usada.

Total de água utilizada e reutilizada nas regiões hídricas onde a Companhia possui unidades

Situação hídrica	% total de água utilizada	% de água reciclada ou reutilizada
Situação de escassez	32,1%	44,0%
Situação de estresse	51,7%	54,5%
Situação confortável	16,2%	1,5%

Tratamento de efluentes

A Companhia continua investindo em ETEs - Estações de Tratamento de Efluentes. Em 2016, foi descartado um total de 250.842 m³ de efluentes, uma redução significativa em relação ao ano base de 2014 (64%). Em relação ao ano anterior a redução foi de 26%.



Reservatório de captação de água das chuvas

G4-DMA Os métodos de tratamento e a destinação dos efluentes de todas as unidades são descritos na tabela a seguir: G4-EN22

Unidade	Descrição do processo	Total de Efluente Descartado em m³
Eusébio/CE	O tratamento é feito por lodos ativados, com aeração contínua. O efluente tratado é descarregado no Rio Coaçu, 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: Portaria SEMACE 151/2002, Portaria SEMACE 154/2002, Portaria SEMACE 111/2011, Resolução CONAMA 357/2005 e Resolução CONAMA 430/2011.	41.598
Gorduras e Margarinas, em Fortaleza/CE	Para tratamento do efluente industrial é utilizado tratamento físico-químico seguido por biológico (lodos ativados) e o esgoto doméstico é encaminhado para a rede pública coletora de esgoto (CAGECE). Ambos são destinados ao corpo receptor. Normas seguidas: Portaria SEMACE 151/2002, Portaria SEMACE 154/2002, Portaria SEMACE 111/2011, Resolução CONAMA 357/2005 e Resolução CONAMA 430/2011.	158.366
Maracanaú/CE	Tratamento primário e secundário com destinação de efluentes para ETE pública (CAGECE). Adequação a Portaria SEMACE 154/2002.	*
Natal/RN	Os efluentes são encaminhados diretamente para concessionária local.	*
Cabedelo/PB	Os efluentes são direcionados para ETE com tratamento físico e biológico composto por: tanque decanto digestor, reator UASB, filtros de areia, tanque de reúso e caixas de infiltração do solo. Corpo receptor: solo (infiltração). Legislação: Resolução CONAMA 357/2005 e Resolução CONAMA 430/2011.	*
Salvador/BA	Os efluentes são enviados para a estação de tratamento da concessionária local.	34.346
São Caetano do Sul/SP	O tratamento do efluente líquido é feito pela concessionária local.	*
Lençóis Paulista/SP	Os efluentes são enviados para a estação de tratamento da concessionária local.	*
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.	8.074
Moinho Dias Branco em Fortaleza/CE	Efluente encaminhado para concessionária local.	*
Jaboatão dos Guararapes/PE	Tratamento: físico químico e biológico de lodo ativado. Destinação: 92% - Reúso interno (banheiros, irrigação, lavagem de fachadas, pisos externos e processo ETE) / 8% - Destinado para o Rio Jaboação. Norma exigente: 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.	8.458
Total		250.842

* Nessas unidades não há medição do efluente descartado, porém há estudos em andamento.



Brincadeiras educativas com os colaboradores sobre o consumo consciente de energia

ENERGIA E EMISSÕES

G4-DMA A área de Engenharia tem alcançado resultados importantes na gestão da energia, aspecto que se torna cada vez mais estratégico para a M. Dias Branco. Em 2016, as ações realizadas na Semana de Meio Ambiente em todas as unidades da Companhia foram voltadas para a conscientização sobre conservação de energia.

Os resultados apresentados nas tabelas a seguir, mostram um aumento no consumo de gás natural de 11,7% e uma redução substancial de 67% no consumo de diesel.

Consumo total de energia (milhares de GJ) ^{G4-EN3}

	2015	2016	Var% 2016/2015
Consumo de energia dentro da organização (milhares de GJ) ^{G4-EN3}	1.935.052	2.158.445	11,5%
Energia Elétrica (milhares de GJ)	1.006	1.001	-0,5%
Gás Natural (milhares de GJ)	1.894.561	2.115.692	11,7%
GLP (milhares de GJ)	36.106	40.632	12,5%
Diesel (milhares de GJ)	3.379	1.120	-66,9%

^{G4-DMA} Em relação ao gás natural, a transferência da produção da unidade de Jaboticabal-SP (que foi desativada) para São Caetano do Sul-SP, propiciou este aumento no consumo, pois Jaboticabal operava com óleo combustível. Além disso, a adaptação da caldeira para operar com o gás natural na unidade Natal/RN, também propiciou o aumento de consumo.

A redução no consumo de diesel na unidade Cabedelo/PB foi de 98,6%, por não ter utilizado os geradores no horário de ponta em 2016, assim como, a unidade Eusébio/CE não realizou os testes nos geradores para garantir o funcionamento, se ne-

cessário. Os testes por dois dias eram uma prática adotada em 2015.

Em 2016, a intensidade energética teve aumento de 19,7% em relação ao ano base de 2014, mas diminuiu 4,3% em relação ao ano de 2015. Essa redução se deve ao aumento da produção em São Caetano do Sul de aproximadamente 53% e uma variação de 11,81 kwh/ton na intensidade energética desta unidade. Além disso, a redução no volume de produção em 5,5%, somada a algumas ações de eficiência energética, também contribuíram para a redução deste indicador.

Intensidade energética (kwh/tonelada de produto) ^{G4-EN5}

	2014	2015	2016	VAR% 2016/2015	VAR% 2016/2014
Intensidade energética	102,63	138,95	133,04	-4,3%	29,6%

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

Preço competitivo da energia elétrica

^{G4-DMA} Continuar buscando o preço competitivo da energia elétrica é uma diretriz estratégica do negócio em função do custo significativo. Em 2016, a Companhia realizou a migração para o mercado livre de energia em três unidades: Eusébio, Gorduras e Margarinas Especiais e Moinho Dias Branco, todas no estado do Ceará.

Adicionalmente, já negociou aquisição de energia neste mercado para as unidades de Salvador/BA e do moinho de trigo em Rolândia/PR, que migrarão no primeiro trimestre de 2017. Estas ações representaram uma economia de R\$ 4,9 milhões em 2016.

Eficiência energética

As ações de eficiência energética continuaram avançando em 2016 por meio da instalação de sistemas de iluminação mais eficientes (LED), aquisição de instrumentos de medição de consumo de gás natural por linha de produção, substituição de equipamentos (motores de baixo rendimento e sistema de vácuo), otimização da combustão

nos fornos de biscoito e avaliação de novas fontes de energia (eólica e solar).

Essas iniciativas implementadas em diversas unidades geraram uma economia em 2016 de R\$ 1,3 milhões, conforme tabela abaixo.

Iniciativas de eficiência energética e economia gerada

Iniciativas	Economia (R\$)
Automação do acionamento dos compressores na Fábrica O2 (Biscoitos) na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE	48.714
Caça vazamento no sistema de distribuição de ar comprimido nas unidades Salvador/BA e Maracanaú/CE	140.699
Luminárias LED nos galpões das linhas de biscoito e das masseiras na unidade Maracanaú/CE	59.414
Luminárias LED na Fábrica O1 (Massas) e na Fábrica O2 (Biscoitos) na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE	251.846
Luminárias LED no sistema viário da unidade Eusébio/CE, Centros de Distribuição em Maracanaú/CE e Teresina/PI e na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE	452.110
Medidor de vazão e tanque pulmão de ar comprimido na unidade Eusébio/CE	57.624
Substituição dos motores elétricos pelo modelo de alto rendimento na Fábrica O1 na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE	59.918
Regulagem da combustão dos fornos de wafer na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE	248.919
Total	1.319.244

Menor intensidade em combustíveis fósseis

G4-DMA As emissões da M. Dias Branco 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) e resíduos deixados pela matéria prima utilizada nos veículos (pneus, lubrificantes, etc).

A gestão das emissões da frota própria é feita pela área de Logística, com o auxílio de sistemas de abastecimento, que passaram por uma fusão em 2016. Todos os veículos de atendimento à Dis-

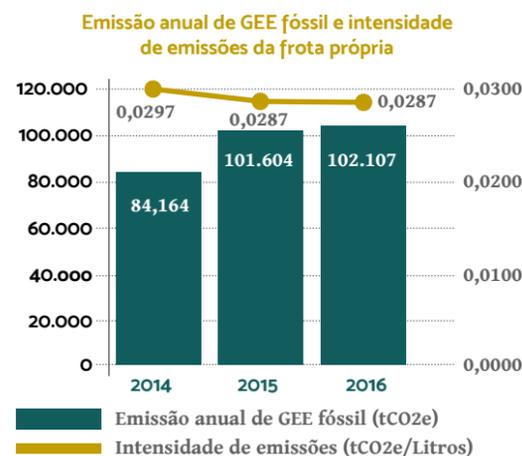
tribuição, adquiridos a partir de 2013, dispõem da tecnologia (SCR/EGR) que atende à legislação Proconve P7 (Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos), com menor consumo e menos emissão de gases poluentes. **G4-EN30**

Para 2017, uma empresa parceira realizará treinamentos de direção econômica em todas as unidades com frota própria de distribuição, a fim de obtermos maior conscientização de nossos motoristas com relação ao consumo de combustíveis.

Dados consolidados da operação da frota própria e emissões de GEE (em toneladas) **G4-EN15**

Ano	Qtde de portadores	Combustível (litros)	Valor gasto (RS mil)	CO2 Fossil (ton)	CH4 (tCO2e)	N2O (tCO2e)	Emissão mensal de GEE de Impacto Climático (tCO2e)	Emissão mensal de Biomassa (tCO2e)	Emissão mensal de GEE total G4-EN15
2014	597	2.832.588	7.212	6.971	12	30	7.014	402	7.416
2015	627	3.545.298	10.489	8.305	18	144	8.467	685	9.152
2016	623	3.563.218	11.310	8.346	9	67	8.509	690	9.199

As emissões anualizadas de GEE fóssil aumentaram em 2016 em relação a 2015 mesmo com uma quantidade menor de veículos na frota. Por outro lado, a intensidade das emissões (tCO2e fóssil/litros) apresentou queda de 3,6% em relação ao ano base de 2014, mesmo com 26 veículos a mais na frota. Isso mostra que as iniciativas de gestão eficiente da frota apresentam resultados.



No que se refere às emissões atmosféricas de fontes fixas mais significativas - NOx e SOx - a Companhia segue todas as normas estabelecidas pelos órgãos ambientais. **G4-EN21**

- Resolução CONAMA 436/2011 (Anexo I); Resolução CONAMA 382/2006 (Anexo II). CETESB L9.221 JUL/1990 Determinação de pontos de Amostragens 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

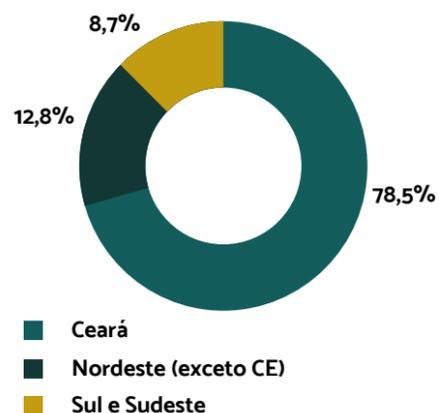
G4-DMA As ações sociais da M. Dias Branco, gerenciadas pela área de Sustentabilidade e apoiada pela área Administrativa das unidades, concentram-se em apoiar projetos sociais, culturais e ambientais por meio:

- da utilização de Leis de Incentivo e apoio direto a projetos.
- de doação de alimentos, bens e equipamentos.
- de ações de voluntariado em organizações parceiras.
- de atividades nas dependências de algumas unidades.

Conforme relatado ao longo dessa seção, as doações de alimentos, ações de voluntariado e apoio direto e via Leis de Incentivo, permitiram à Companhia implantar iniciativas de engajamento e relacionamento com comunidades do entorno em 100% das unidades fabris em 2016 (em 2015, 46% das unidades e 8% em 2014). **G4-S01**

Em 2016, houve um crescimento do investimento social, mantendo-se a concentração dos recursos no Ceará em função da sede da Companhia ser localizada neste Estado, além de quatro unidades fabris. A Companhia prioriza, sempre que possível, apoiar organizações que atuam no entorno das unidades e cujo escopo de atuação seja alinhado com nossa Política de Responsabilidade Social.

Distribuição regional do investimento social incentivado em 2016



A Companhia realiza reuniões e visitas periódicas às entidades apoiadas como parte de seu modelo de governança. Em 2016, foram realizadas 27 visitas a organizações que recebem doações mensais e 9 a projetos apoiados por meio de leis de incentivo fiscal em todo Brasil. Essas visitas são acompanhadas pelos líderes comunitários com os quais a companhia mantém um canal direto e permanente de diálogo.

Engajamento em projetos apoiados por meio de Leis de Incentivo em 2016 ^{G4-SO1}

Lei do esporte Total R\$ 300.000

Sociedade Educativa Cultural Poliesportiva Bento Gonçalves

O Projeto busca a formação desportiva, técnico profissionalizante para as categorias base (mirim infantil e infante juvenil). Contribui para aprimorar as capacidades coordenativas e físicas dos beneficiados.

Unidade/Cidade: Bento Gonçalves/RS
Valor do projeto: R\$ 744.943
Investimento social MDB 2016: R\$ 140.000



Projeto estimula a prática de esportes e a educação

Vida e Esporte III

Focado nas crianças e adolescentes da comunidade em parceria com outras empresas, atende 390 crianças de 7 a 16 anos e 30 adultos dependentes químicos. As ações possibilitam aos beneficiários uma significativa melhoria na qualidade de vida, preenchendo de maneira positiva o tempo ocioso e oferecendo novas perspectivas de futuro.

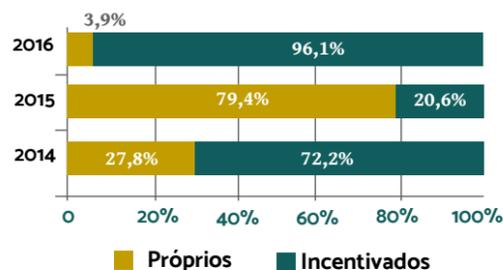
Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: R\$ 320.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 160.000

Leis de incentivo e apoio direto

Diferentemente de 2015, quando a Companhia doou R\$ 2,8 milhões em recursos próprios para projetos sociais e R\$ 727 mil por meio de Leis de incentivo. Em 2016, priorizou-se a alocação de recursos em projetos beneficiados por leis de incentivos fiscais.

Nesse ano, foi alocado um total de R\$ 3,9 milhões em projetos enquadrados na Lei Rouanet, Fundo de Amparo à Criança e ao Adolescente, Lei de Esporte e Lei do Idoso. O valor total investido praticamente dobrou em relação ao ano base 2014.

Alocação de investimento social entre recursos próprios e incentivados



Investimento social (R\$)

Recursos	2014	2015	2016
Próprios	575.000	2.800.000	160.000
Incentivados	1.490.000	727.000	3.995.600
Total	2.065.000	3.527.000	4.155.600

Lei Rouanet Total R\$ 2.420.600



■ Apoio da M. Dias Branco viabiliza manutenção de projeto social de referência no mundo

Edisca

Ações no campo da arte, cultura e educação, tendo como público alvo as crianças, adolescentes e jovens em circunstância de grande desvantagem social. Referência no mundo, com ordem do mérito cultural, estava enfrentando grande desafio para assegurar sua continuidade quando a Companhia apostou, investindo com projeto de incentivo fiscal. Atende 250 crianças e adolescentes e oferece também suporte para os familiares. Já ganhou prêmios da Unesco, Unicef e Funarte. Hoje somos mantenedores master.

■
Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: R\$ 682.583
Investimento social MDB 2016: R\$ 450.000

Livro Rian Fontenele

Este projeto tem como objetivo disponibilizar ao público 1.500 exemplares de um livro que documentará a poética e o processo criativo das obras do artista contemporâneo Rian Fontenele.

■
Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: R\$ 360.789
Investimento social MDB 2016: R\$ 250.000

O Povo

- Livro: Breve História da Arquitetura Cearense - Fundação Demócrito Rocha. Publicação de obra harmônica, em formato especial e na tiragem de 1.000 exemplares, mostrando o cenário de nossa arquitetura histórica (desde o período dos arruadores) e seus produtores, sua importância no desenvolvimento do estado e sua relevância como expressão cultural. Serão livro, DVD (documentário) e evento de lançamento do projeto.
- Filme: Padre Cícero 40 anos/O Filme - Fundação Demócrito Rocha. Resgata, registra e documenta a memória da produção cinematográfica brasileira "Padre Cícero" O patriarca do sertão. Primeiro filme ficcional sobre a vida do religioso e o primeiro longa-metragem colorido gravado inteiramente no Ceará.

■
Unidade/Cidade: Todas as unidades do estado do Ceará
Valor dos projetos: R\$ 449.822 e 501.090
Investimento social MDB 2016: R\$ 400.000

Laboratório de Criação Dragão do Mar

Desenvolve 15 projetos culturais, genuinamente cearenses por meio de processos, pesquisa e orientação artística com consultores reconhecidos nacionalmente em áudio visual e nas artes cênicas como teatro e dança.

■
Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: R\$ 1.309.700
Investimento social MDB 2016: R\$ 170.000

Fundação Gilberto Freyre

Ciclo de palestras sobre a influência multicultural na formação do povo nordestino, ressaltando a importância das contribuições dos diferentes povos para a formação cultural e étnica do nordeste brasileiro.

■
Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: R\$ 283.108
Investimento social MDB 2016: R\$ 100.000

Museu Brinquedim - Crescer com Arte

Este museu é pautado por uma política cultural ancorada nos princípios de democratização incentivando a cultura lúdica e a defesa do direito de brincar. O seu acervo também é utilizado como ferramenta para pesquisadores de diversas universidades brasileiras com temas de brinquedos tradicionais, arte ludicidade, design, oficina de artes visuais e danças folclóricas. Já recebeu 50.000 visitantes.

Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Investimento social MDB 2016: R\$ 40.600

Livro Zé Tarcísio

Obra artística multimídia do cearense José Tarcísio Ramos que narra os seus 55 anos de arte, com distribuição de 1.000 exemplares.

Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: 283.108
Investimento social MDB 2016: 40.000

Um Toque de Vida - Acordes do Coração

Promove a musicalidade de jovens carentes por meio de cursos específicos, aprimorando a criatividade, a sensibilidade e criando oportunidades de expressões artísticas. Trabalha conceitos musicais nacionais e internacionais, com intercâmbio musical e cultural em grupos de crianças de 7 a 15 anos. Foi escolhida a Escola Mauro Sales, para ser beneficiada pelo projeto. Apresentações foram realizadas para os colaboradores da Companhia.

Unidade/Cidade: Cedro/CE
Valor do projeto: R\$ 60.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 60.000

Unidade/Cidade: João Pessoa/PB
Valor do projeto: R\$ 50.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 50.000

Unidade/Cidade: Natal/RN
Valor do projeto: R\$ 50.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 50.000

Núcleos Estaduais de Orquestras Juvenis e Infantis da Bahia (Neojiba)

Em parceria com as Obras Sociais da Irmã Dulce (OSID), desenvolve atividades de prática orquestral, coral e iniciação musical com adolescentes e jovens da região de Aratu/BA. O projeto gera sensibilização e envolvimento da comunidade com a música e beneficia instituições próximas à unidade Salvador/BA.

Unidade/Cidade: Salvador/BA
Valor do projeto: R\$ 8.177.289
Investimento social MDB 2016: R\$ 290.000



▶ Crianças têm aulas de música com mestres da música brasileira

Tapera das Artes - Encontro mestre aprendiz - Tocando Fortíssimo

Oferece conceito de estímulo ao diálogo entre estudantes cearenses de música e grandes mestres da música instrumental brasileira, proporcionando avanço no aprendizado nas oficinas pedagógicas e a formação de plateia através dos concertos desses artistas. As apresentações ocorrem no teatro do projeto, que teve o terreno cedido pela Companhia, bem como dentro da unidade Eusébio/CE.

Unidade/Cidade: Eusébio/CE, Gorduras e Margarinas Especiais e Moinho Dias Branco - Aquiraz/CE
Valor do projeto: R\$ 682.583
Investimento social MDB 2016: R\$ 360.000

Baile Menino Deus (Ronaldo Brito)

Por suas características de teatro popular de rua, a cidade do Recife incorporou este espetáculo como uma das principais celebrações de Natal. A peça conta a história do nascimento do menino Jesus, é montada na praça pública do Marco Zero para um público superior a 70.000 pessoas de várias classes sociais, com acesso gratuito.

Unidade/Cidade: Recife/PE
Valor do projeto: R\$ 1.137.500
Investimento social MDB 2016: R\$ 100.000

Fundo de Amparo à Criança e ao Adolescente

Total R\$ 630.000



M. Dias Branco apoia APAE próxima à unidade de São Caetano do Sul/SP

APAE

Tem caráter assistencial, educacional, desportivo, de saúde, estudo e pesquisa, cultural e outros. Atende pessoas com deficiências desde o nascimento até o envelhecimento na comunidade de São Caetano do Sul/SP, com atividade esportiva, patinação, dança, ginástica, jogos, informática, música e artes plásticas. O projeto apoiado pela M Dias Branco atenderá 32 integrantes com vivências de instrumentos. Além dos recursos alocados, no mês das crianças, os colaboradores atuaram como voluntários.

Unidade/Cidade: São Caetano do Sul/SP
Valor do projeto: R\$ 34.526
Investimento social MDB 2016: R\$ 34.000

Creche Pleno Viver - Fundação Terra

Atende crianças de 4 meses até 3 anos e 11 meses em período integral. Contribui com a melhoria da qualidade de vida dos moradores da comunidade de Maracanaú/CE inclusive com algumas ações voltadas para os familiares e a comunidade como um todo. Fazemos doações de produtos mensalmente e, no mês das crianças, os colaboradores atuaram como voluntários na creche.

Unidade/Cidade: Maracanaú/CE
Valor do projeto: R\$ 519.228
Investimento social MDB 2016: R\$ 216.000

Grupo de Bailarinos Cristo Amor e Doações (BCAD)

Promove a inserção sociocultural de crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social, transformando as crianças em cidadãos com práticas de esporte (balé e judô) e inclusão social. O projeto desenvolve-se na escola Maria Felícia, localizada no entorno da unidade Gorduras e Margarinas Especiais.

Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: R\$ 189.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 80.000

Associação Peter Pan

A Associação atua há mais de 20 anos para elevar o índice de cura e melhorar a qualidade de vida de crianças e adolescentes portadores de câncer e de seus familiares. Possui um hospital que realiza suas ações através de três diretrizes: tratamento especializado, atendimento humanizado e diagnóstico precoce. Em 2016, foram atendidos 2.365 crianças e adolescentes e hoje o hospital é referência no Brasil. A Companhia ajudou com a ação social do Mc Dia Feliz, na compra de 2.340 sanduíches (os mesmos foram revertidos aos colaboradores da Companhia e aos alunos da Escola Manoel Ferreira Gomes, localizada no entorno da unidade Eusébio/CE). Além disso, a M. Dias Branco realizou algumas doações de bens e produtos para a Associação.

Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: R\$ 3.234.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 100.000

Associação Vidança*

O foco da Associação é ensinar dança para crianças e adolescentes em situação de risco e exclusão social, atendendo um público de 150 beneficiados. Visa incorporar as referências populares da região, mediante intervenção sociocultural e educativa, em uma das cinco maiores áreas de violência da cidade de Fortaleza/CE, visando a melhoria da qualidade de vida desta comunidade.

Unidade/Cidade: Fortaleza-CE
Valor do projeto: R\$ 129.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 60.000

* O valor do investimento foi 50% realizado pela M. Dias Branco e 50% pelo acionista controlador (DIBRA).



Projeto Abraçaí em Bento Gonçalves

Abraçaí

A entidade atende de forma diária a 250 crianças e adolescentes e seus familiares que se encontram em situação de vulnerabilidade social, proporcionando o fortalecimento de vínculos e o incentivo à socialização por meio da música. Além dos recursos alocados, no mês das crianças, os colaboradores atuaram como voluntários.

Unidade/Cidade: Bento Gonçalves/RS
Valor do projeto: R\$ 159.401
Investimento social MDB 2016: R\$ 90.000

Casa de Abrigo Amorada

Atende por ano 50 crianças e adolescentes que moram na casa tendo como foco o acolhimento institucional, trabalhando com a família para superarem os motivos que deram causa ao acolhimento. Os colaboradores atuaram como voluntários na instituição.

Unidade/Cidade: Lençóis Paulista/SP
Valor do projeto: R\$ 25.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 25.000

Hospital Pequeno Príncipe

Promove a saúde da criança e do adolescente por meio da assistência, do ensino e da pesquisa. Beneficia as comunidades das unidades de Pinhais e de Rolândia, bem como todo o estado do Paraná.

Unidade/Cidade: Paraná
Valor do projeto: R\$ 13.000.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 25.000

Lei do Idoso • Total R\$ 630.000

Irmandade Santa Casa de Misericórdia de Fortaleza**

Sob a sua administração, estão dois hospitais, um geral e outro psiquiátrico, que juntos possuem 486 leitos, sendo 94% destinados aos pacientes do SUS - Sistema Único de Saúde. Paralelamente à atividade principal, a instituição mantém o Cemitério São João Batista, cujas receitas contribuem na manutenção dos hospitais.

Como o principal cliente é o SUS, a Santa Casa encontrou nas parcerias a forma de promover os investimentos necessários à manutenção de suas atividades. Tem na sociedade o maior parceiro, pois são suas doações que contribuem para a realização dos investimentos.

Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Valor do projeto: R\$ 2.225.000
Investimento social MDB 2016: R\$ 280.000



Aporte financeiro viabiliza manutenção do hospital, beneficiando toda a sociedade

Lar Torres de Melo

A entidade visa a assistir integralmente a pessoa idosa, buscando assegurar e preservar seus direitos e condições de vida digna. Presta apoio e acolhimento de longa permanência a 220 idosos.

Unidade/Cidade: Maracanaú/CE
Valor do projeto: R\$ 3.780.909
Investimento social MDB 2016: R\$ 250.000

Associação Regional da Caridade de São Vicente de Paulo

Na Associação, residem 26 idosas que exercem atividades como terapia, fisioterapia, atividades espirituais, cursos de artesanato, horta, jardinagem, músicas, poesia e atividades motivacionais. A Instituição existe há 37 anos em Fortaleza.

Unidade/Cidade: Fortaleza/CE
Investimento social MDB 2016: R\$ 100.000

** O valor do investimento foi 89% realizado pela M. Dias Branco e 11% pelo acionista controlador (DIBRA).

Além dos projetos já descritos, a Companhia direcionou recursos de incentivos estaduais no Ceará para dois projetos: Escola Mauro Sales (R\$ 45.000,00) e Associação Pizon (R\$ 30.000,00). Como apoio direto, a M. Dias Branco investiu R\$ 160.000,00 no projeto Ceará Natal de Luz.

Interação com as comunidades

O GT Investimento Social e Comunidades, que conta com participação das áreas Jurídica, RH, Sustentabilidade e Meio Ambiente, discute, avalia e monitora os impactos sociais e ambientais em conjunto com as comunidades. Em 2016, a Companhia implantou iniciativas de engajamento e relacionamento com comunidades do entorno em 100% das unidades (em 2015, 46% das unidades e em 2014 8%), conforme explicitado a seguir. ^{G4-S01}

A Companhia investe em iniciativas de Educação Ambiental destinadas às comunidades do entorno. Apoiar 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 recebe uma atenção especial em relação às questões de meio ambiente, pois 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.

Nessa unidade, a empresa apoia projetos de alternativa de renda, como por exemplo, “Na Arte do Corte e da Costura” e projetos educacionais, tais como “Plantando Tudo Dá”, “Brincar e Aprender” e “Reforçando o Conhecimento”. A Companhia apoia também iniciativas culturais na comunidade, celebra datas comemorativas, realiza campanhas, palestras e treinamentos. ^{G4-EC8}

O impacto ambiental positivo se dá mediante a conscientização ambiental desenvolvida pelos projetos apoiados pela M. Dias Branco com as crianças, pescadores, marisqueiras e toda comunidade que vive no entorno dessa unidade.

Na unidade de Bento Gonçalves/RS, a Companhia avalia os impactos ambientais e os monitora continuamente em função da instalação de um novo moinho. Na Escola Manoel Ferreira Gomes, situada ao lado da ETE - Estação de Tratamento de Efluentes da unidade Eusébio/CE, a Companhia realiza avaliações de impactos ambientais e monitoramento contínuo com a comunidade. ^{G4-S01}

Já nas unidades de Fortaleza/CE, Gorduras e Margarinas Especiais e Moinho Dias Branco, a Companhia participa de reuniões mensais com representantes das comunidades do entorno, empresas vizinhas e órgãos municipais e estaduais, para avaliações de impactos ambientais e monitoramento contínuo. Esse relacionamento permite acompanhar as necessidades das comunidades locais. ^{G4-S01}

Nas demais unidades, embora não tenha havido reclamações relativas aos impactos ambientais, as avaliações preventivas são sempre realizadas. Nessas unidades, também apoiamos iniciativas sociais, culturais e esportivas.

Por exemplo, em Maracanaú/CE apoiamos uma creche que promove a inserção sociocultural de crianças em situação de vulnerabilidade social, bus-

cando transformar suas realidades. Da mesma forma que em outras unidades, realizamos doações de produtos. A Companhia mantém ainda parceria com projeto social local, focado na preparação de atletas portadores de deficiência.

Iniciativas semelhantes ocorrem em Lençóis Paulista/SP, Jaboatão dos Guararapes/PE, Cabedelo/PB e Natal/RN. Já nas unidades de Rolândia/PR e São Caetano do Sul/SP, as entidades apoiadas garantem assistência aos membros das comunidades que necessitam de seus serviços.

Todas as entidades apoiadas pela Companhia trabalham com aspectos relacionados ao desenvolvimento local de zonas industriais localizadas em centros urbanos, tais como saúde, educação, cultura e meio ambiente, priorizando públicos vulneráveis como crianças, jovens e idosos.

Nos últimos dois anos, a M. Dias Branco estruturou sua Política de Investimento Social (Política de Doação de Alimentos e Produtos) e seu Plano de Relacionamento com o Entorno. Nos próximos anos, pretende-se desenvolver uma metodologia para avaliar os impactos do investimento social. Adicionalmente, para 2017, planeja-se fortalecer o relacionamento com líderes comunitários do entorno das quatro unidades do Ceará e de Bento Gonçalves/RS.

Em 2016, não ocorreram operações com impactos negativos significativos nas comunidades locais do entorno de nenhuma unidade. ^{G4-S02}

Doações

A política de Doação de Alimentos elaborada em 2014 teve sua implantação finalizada em 2016, com a definição de procedimentos internos padronizados para todas as unidades e de critérios para a seleção das organizações a serem beneficiadas. São realizadas doações semanais de produtos dentro do prazo de validade, cuja pro-

ximidade do vencimento inviabiliza sua comercialização.

Em 2016, foram doados R\$ 487 mil em produtos (R\$ 696 mil em 2015) distribuídos no decorrer do ano em 120 organizações (63 em 2015) localizadas no entorno das unidades fabris e dos centros de distribuição. A quantidade de organizações beneficiadas quase dobrou em relação ao ano anterior, embora o valor tenha diminuído. ^{G4-EC8}

Valor e quantidade de organizações beneficiadas por doações de alimento



Além disso, foram doadas 1.629 peças de medicamento sem condições de aproveitamento pelos colaboradores. As doações são realizadas após a retirada da logomarca da Companhia e beneficiam costureiras do entorno da Unidade de Eusébio/CE para aproveitamento do tecido.

Em 2016, foram doados 100 computadores para o entorno da Unidade de Maracanaú/CE, a fim de ensinar os jovens a montarem e aproveitarem as peças existentes. Os computadores também são usados em cursos profissionalizantes.

Buscando formalizar o reconhecimento aos projetos sociais beneficiados, placas foram fixadas em todas as organizações apoiadas para identificar que a M. Dias Branco apoia o trabalho social desenvolvido no local.

Voluntariado

Em 2016, os colaboradores foram convidados a participar de forma mais ativa, seja nas entregas das doações ou atuando como facilitadores de palestras em escolas públicas.

Na campanha “Presentes que Causam Sorrisos”, os colaboradores participaram com doações de brinquedos e livros novos e seminovos, ministraram aulas e realizaram recreações. Esta iniciativa contou com a participação de 193 colaboradores voluntários no Brasil, exercendo diversas atividades nas escolas localizadas no entorno das unidades. Ao todo, foram 2.735 brinquedos e livros doados para escolas beneficiando 1.791 crianças.

Crianças e jovens carentes necessitam de atenção, cuidado e orientações sobre o futuro e como cuidar do meio ambiente de forma mais consciente. Para isso, a M. Dias Branco conta com a parceria da Júnior Achievement para realizar ações de voluntariado nas escolas próximas de suas unidades. Em 2016, colaboradores das unidades Eusébio/CE, Gorduras e Margarinas Especiais e Moinho Dias Branco, Fortaleza/CE, Maracanaú/CE e Jaboatão dos Guararapes/PE foram às salas de aula para participar da formação desses jovens. O tema escolhido foi a importância da educação para o futuro dos alunos. ^{G4-EC8}

Resultados da campanha “Presentes que Causam Sorrisos” em 2016

Unidade	Entidade	Crianças beneficiadas	Brinquedos arrecadados	Voluntários
Eusébio/CE	Escola Mauro Sales	100	316	21
Fortaleza/CE	Escola Maria Felício	389	389	11
Maracanaú/CE	Fundação Terra-Creche Pleno Viver	115	168	20
Jaboatão dos Guararapes/PE	Escola Cristo Vive	90	270	18
Salvador/BA	Pérola de Cristo	83	400	25
São Caetano do Sul/SP	APAE-Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais	280	400	33
Lençóis Paulista/SP	Casa Abrigo Amorada	30	30	1
Bento Gonçalves/RS	Abraçáí	61	61	6
Natal/RN	Escola Estadual Izabel Gondin	70	100	20
João Pessoa/PB	Casa Pequeno Davi	46	50	10
CD São Luís/MA	Associação Comunitária Lar Educação	150	150	6
CD Crato/CE	Creche São Miguel	70	80	6
CD Teresina/PI	Centro de Apoio à Criança “Michele de Gruttola”	57	71	10
CD Manaus	Instituto Filippo Smaldone	250	250	6
Total		1.791	2.735	193

Atividades socioculturais nas unidades



Centro Histórico: visitantes conhecem a trajetória de mais de 60 anos da empresa

Na unidade Eusébio/CE, o **Projeto Escola** realiza uma importante iniciativa junto ao público de instituições escolares públicas, privadas e universidades, recebendo visitas diárias de estudantes com idade de 06 a 12 anos, bem como universitários. Esta iniciativa tem como objetivo estreitar os laços com os nossos clientes consumidores e a comunidade em geral, alcançando um público bastante diversificado. O trabalho realizado divulga as nossas marcas e produtos, de forma acolhedora e lúdica.

Contamos com uma equipe de profissionais capacitados e uma infraestrutura completa para o recebimento de visitas guiadas que incluem espetáculo teatral com temas educativos, além de uma significativa experiência de presenciar a fabricação dos biscoitos e massas. O Projeto Escola realiza ainda outras ações socioculturais, como visita dos filhos dos colaboradores, teatro animado nas escolas e ações educativas em associações das quais somos parceiros, além de programações nos pontos de vendas de supermercados. ^{G4-EC8}

Em 2016, o Projeto Escola recebeu mais de 100 escolas e 50 universidades, totalizando mais de 12 mil visitantes. Tornou-se uma referência em programas de visitas à empresa, compartilhando seu aprendizado com profissionais de outras empresas que resolveram aplicar esse sistema de visitas para seus clientes.

A Companhia possui estruturas de lazer nas suas unidades fabris. Destacamos o **Centro Cultural M. Dias Branco**, que fomenta a cultura e o bem-estar dos colaboradores, disponibilizando sala de leitura, salão de jogos, sala de multimídia, galeria de artes, sala de repouso, sala de cinema, TV, teatro e uma biblioteca com acervo diversificado e atualizado, beneficiando mais de 2.000 colaboradores com o serviço de empréstimo. Promove ainda ações culturais e educativas, tais como oficinas de artes, peças teatrais e apresentações musicais.

Em 2016, mais de 900 colaboradores participaram dos cursos de reciclagem em artes. Foram realizadas apresentações musicais com coral, grupo vocal



Salão de Jogos no Centro Cultural do Eusébio/CE

Tarantella e banda Massa Brasil, beneficiando mais de 2.000 colaboradores com a arte da música.

Também foram oferecidos cursos de interpretação teatral, com formação de um grupo artístico "Artemassa", beneficiando 200 colaboradores. Foram realizados vários eventos culturais como o tradicional Arraiá Cultural (festa tradicional junina), contando com uma programação diversificada, beneficiando 3.000 colaboradores. Outra ação cultural que mereceu destaque foi o Campeonato de Jogos de Salão, com a participação de 300 colaboradores. Foram realizadas 120 apresentações do grupo teatral, além da Sexta Musical, evento que ocorre semanalmente e em determinadas datas comemorativas.

As ações culturais são iniciativas também das unidades de Salvador/BA e Jaboatão dos Guararapes/PE. O Centro Cultural Vitarella, da unidade de Jaboatão dos Guararapes, inaugurou a Biblioteca Ivens Dias Branco, que disponibiliza aos colaboradores um acervo de 3.166 livros, promovendo, através de campanhas educativas, o incentivo à leitura, bene-

ficiando mais de 1.000 colaboradores em 2016. O Centro possui uma estrutura com salão de jogos, sala de multimídia, sala de TV, sala de descanso e sala de artes. Em 2016, foram promovidas várias oficinas de artes como: origami, escultura em argila, pintura em tecidos, arte em feltro, reciclagem em lonas e papelão, revelando talentos e beneficiando 400 colaboradores.

Em 2016, foram promovidas várias oficinas de artes como: origami, escultura em argila, pintura em tecidos, arte em feltro, reciclagem em lonas e papelão, aplicados através das ações de sustentabilidade da empresa, revelando muitos talentos e beneficiando 400 colaboradores.

Foram realizadas apresentações com o Coral Canta Vitarella em diversos lugares de Pernambuco e Paraíba, com músicas regionais, valorizando a arte e a cultura local, beneficiando mais de 5.000 pessoas em Recife.

Houve ainda, em 2016, a realização do 1º Campeonato de Jogos de Salão, premiando os três melhores competidores das modalidades arbitradas, beneficiando 200 colaboradores, que competiram nessa primeira edição do Campeonato.

Na unidade de Salvador/BA, situada na baía de Aratu, várias ações culturais foram implantadas em 2016. A idealização do Coral GMA beneficiou 18 colaboradores, que realizaram seis apresentações musicais, tendo como público-alvo os nossos colaboradores. Contando, também, com uma estrutura para o lazer dos colaboradores, a unidade disponibiliza um salão de jogos, sala de descanso e sala de cinema. Foram ministradas oficinas de artes com material reciclado por nossos colaboradores/voluntários nas datas comemorativas, onde 53 colaboradores participaram das aulas, além dos eventos musicais, com destaque para a Sexta Cultural e o Festival de Música, com a participação de 85 colaboradores.



Memorial Ivens Dias Branco

O **Centro Histórico M. Dias Branco**, localizado no Eusébio/CE, resgata e preserva a história da Companhia através de um vasto acervo, incluindo textos, documentos, fotos, embalagens, máquinas, sons, imagens, troféus, relíquias e comerciais. O espaço é composto por cinco ambientes temáticos, onde os visitantes acompanham desde a chegada do fundador, Manuel Dias Branco, ao Brasil, até os mais recentes acontecimentos.

As visitas guiadas atendem ao público interno e externo com ações educativas. Tivemos uma ação comemorativa pelos 63 anos de fundação, que beneficiou 2.000 colaboradores. Em 2016, o Centro Histórico recebeu mais de 10 mil visitantes.

Outro espaço histórico é o **Memorial Ivens Dias Branco**, inaugurado em dezembro de 2016, anexo ao Centro Histórico M. Dias Branco.

TRANSPARÊNCIA E DIÁLOGO

A adoção de ferramentas de gestão e o investimento em treinamento mobilizam os times em todas as unidades a realizar um esforço coletivo para o alcance dos resultados corporativos. A Companhia estimula, assim, o crescimento profissional preconizado na Política de Gestão de Pessoas*.

Em 2016, o investimento em desenvolvimento e valorização do público interno foi de R\$ 229,1 milhões (R\$ 203,5 milhões em 2015 e R\$ 191,9 milhões em 2014), contemplando programas de saúde ocupacional e assistencial, alimentação, transporte, segurança laboral, capacitação, Participação nos Lucros e Resultados (PLR) e outros benefícios.

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

Desenvolvimento e valorização do capital humano

Perfil dos colaboradores

Em 2016, a Companhia possuía 16.460* colaboradores, 4,8% a menos que em 2015. O perfil dos colaboradores distribuídos por faixa etária, gênero, região geográfica, nível de carreira e área é descrito na tabela a seguir. Grande parte dos nossos colaboradores trabalha na área industrial em cargos de nível operacional, seguida pela área comercial (vendedores e promotores de vendas). O perfil de gênero permaneceu igual ao ano anterior, ou seja, 73% são homens e 27% mulheres.

* Este quantitativo exclui estagiários e aposentados por invalidez.

Perfil dos colaboradores em 31/12/2016. G4-10

Gênero	2015		2016		VAR% 2016/2015
	qtd	%	qtd	%	
Feminino	4.612	26,7%	4.378	26,6%	-5,1%
Masculino	12.680	73,3%	12.082	73,4%	-4,7%
Idade	qtd	%	qtd	%	VAR% 2016/2015
Até 25 anos	3.143	18,2%	2.703	16,4%	-14,0%
De 26 até 35 anos	7.401	42,8%	6.660	40,5%	-10,0%
De 36 até 45 anos	4.576	26,5%	4.721	28,7%	3,2%
De 46 até 55 anos	1.821	10,5%	1.941	11,8%	6,6%
Acima de 56 anos	351	2,0%	435	2,6%	23,9%
Região	qtd	%	qtd	%	VAR% 2016/2015
Região Centro-Oeste	80	0,5%	85	0,5%	6,3%
Região Nordeste	14.442	83,5%	13.518	82,1%	-6,4%
Região Norte	70	0,4%	68	0,4%	-2,9%
Região Sudeste	1.615	9,3%	1.626	9,9%	0,7%
Região Sul	1.085	6,3%	1.163	7,1%	7,2%
Área	qtd	%	qtd	%	VAR% 2016/2015
Administrativa	1.789	10,3%	1.839	11,2%	2,8%
Comercial	3.670	21,2%	3.286	20,0%	-10,5%
Industrial	9.421	54,5%	9.048	55,0%	-4,0%
Logística	2.412	13,9%	2.287	13,9%	-5,2%
Nível de carreira	qtd	%	qtd	%	VAR% 2016/2015
Especialistas (profissionais e analistas)	647	3,7%	621	3,8%	-4,0%
Gestão	1.188	6,9%	1.162	7,1%	-2,2%
Operacional	12.235	70,8%	11.792	71,6%	-3,6%
Vendas e promoção	3.222	18,6%	2.885	17,5%	-10,5%
Total Geral	17.292		16.460		-4,8%

Os dados de 2015 não contemplam os colaboradores aposentados. A partir de 2016 passamos a contemplar estes colaboradores no quantitativo apresentado.

Educação Corporativa

G4-DMA Em 2016, a Universidade Corporativa M. Dias Branco promoveu treinamentos presenciais e à distância, ministrados por parceiros externos e pelos próprios colaboradores, aderentes aos interesses, objetivos e estratégias da empresa. Ao longo de 2016, foram geradas mais de 697 mil horas de treinamento (em 2015 foram mais de 700 mil), realizadas tanto presencialmente como à distância.

Número médio de horas de treinamento por ano por colaborador, discriminado por gênero e categoria funcional ^{G4-LA9}

	2014	2015	2016	VAR% 2016/2015	VAR% 2016/2014
Média total	36,68	42,70	44,42	4%	21%
Média de horas de treinamento acumulada até dezembro por gênero					
Masculino	32,11	35,54	37,50	6%	17%
Feminino	48,87	63,01	64,18	2%	31%
Média de horas de treinamento acumulada até dezembro por nível de carreira					
Especialistas (Profissionais e Analistas)	55,55	72,86	50,74	-30%	-9%
Nível de Gestão	49,15	47,92	45,33	-5%	-8%
Nível de Operacional	40,31	48,75	50,04	3%	24%
Nível de Vendas (Vendas e Promoção)	13,69	11,80	19,71	67%	44%

* Não estão inclusos estagiários e aposentados por invalidez.

Parceiros do Conhecimento

Buscando fortalecer a disseminação do conhecimento entre os colaboradores e o intercâmbio de experiências, o Programa Parceiros do Conhecimento foi intensificado em 2016. A iniciativa gerou 15.627 horas de treinamento ministradas pelos próprios colaboradores, sendo 6.087 oportunidades de capacitação, em 296 turmas e com 111 temas. Este programa estimula constantemente o desenvolvimento de competências, ajudando a desenvolver uma cultura de compartilhamento que valoriza o time interno e favorece o negócio.

Programa de Desenvolvimento de Líderes - PDL

G4-DMA Para responder aos desafios de 2016, o conteúdo do PDL Gerencial foi relacionado às metas anuais e ao direcionamento estratégico da Companhia. A maior parte do conteúdo foi ministrado pelos diretores e a participação dos líderes em todo o país foi assegurada por meio de transmissão ao vivo, a partir de evento presencial realizado na sede da empresa, com otimização dos recursos.

Para a média liderança e a liderança operacional, a programação do ano priorizou o desenvolvimento de habilidades de cooperação e trabalho em equipe. Ao todo, tivemos 1.158 líderes capacitados, gerando mais de 11.922 horas de treinamento.

Em 2016, foi lançado o Programa de Desenvolvimento de Equipes, direcionado aos diretores corporativos e seus líderes diretamente vinculados. O programa objetiva trabalhar competências individuais e coletivas que facilitam o alcance dos objetivos estratégicos da área, além de fortalecer os vínculos entre os membros do time em torno da missão da área e de seu impacto no negócio. Foi realizada uma turma piloto, estando planejada a continuidade das demais diretorias nos anos seguintes.

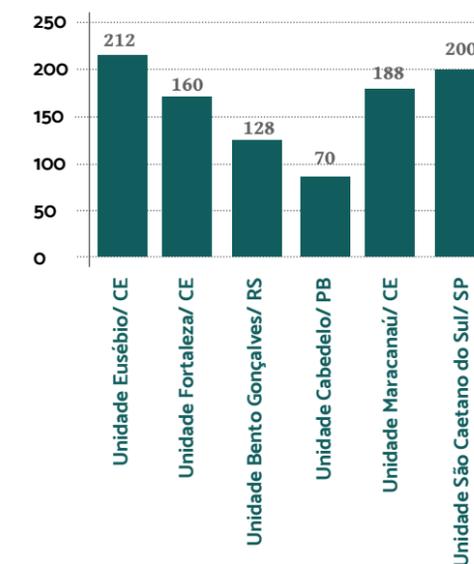
Educação On-line

Foram ofertadas 5.000 vagas de treinamento on-line em 2016. Os cursos ofertados abordaram temas nas áreas de Administração e Gestão, Informática, Meio Ambiente, Bem-Estar, entre outros. Esta modalidade de educação permite aos colaboradores ampliarem as oportunidades de manterem-se atualizados, de uma forma simples e acessível.

Capacitação do Sistema de Gestão Industrial

Foram realizados diversos treinamentos nas unidades de forma presencial ou por videoconferência (dentro do espírito de racionalização da Campanha R3 – Repense, Reduza, Reinvente) sobre os novos procedimentos corporativos do SGI, totalizando 6.597 horas de treinamento por meio da Universidade Corporativa. Foram promovidas turmas para treinamentos de Metodologia de Análise de Solução de Problemas (MASP), a fim de capacitar os colaboradores no uso de ferramentas da qualidade para estudo de análise de causa raiz dos problemas e geração de ações corretivas e preventivas.

Treinamento de MASP (horas de treinamento)





■ Líder conversa com colaborador da sua equipe sobre pontos fortes e oportunidades de melhoria

Programa Gestão de 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 treinamento e desenvolvimento, 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 percep-

ção do desempenho dos colaboradores pelas suas áreas clientes e fornecedoras. Os feedbacks individuais são realizados após as mesas de calibração, com elaboração em conjunto pelo gestor e colaborador avaliado do respectivo Plano de Desenvolvimento Individual – PDI. Ao final de cada ciclo de avaliação ocorre o reconhecimento dos colaboradores considerados destaques para a empresa.

Atualmente, o programa contempla 1.359 participantes, todos ocupantes de cargos especializadas, médias lideranças e gerências. ^{G4-LA11}

Fóruns de Desenvolvimento

^{G4-DMA} Outra importante iniciativa para os nossos colaboradores foi a criação dos Fóruns de Desenvolvimento. Em 2016 os fóruns tiveram como foco impulsionar a integração de colaboradores de uma mesma diretoria, discutindo tema de interesse da área, sob condução de seu respectivo diretor. Os encontros aconteceram presencialmente ou por videoconferência, contando em alguns casos com a participação de outro diretor convidado. Foram realizados 10 encontros no ano, gerando 834 horas de treinamento.

Benefícios concedidos aos colaboradores ^{G4-LA2}

Tipo de Benefícios	Disponibilidade	
	Todos colaboradores	Todas unidades industriais
Seguro de vida	●	
Plano de saúde	●	
Refeição (em refeitório da empresa ou vale-refeição)	●	
Alimentação (Vale-alimentação)	●	
Convênio com Instituições (concessão de desconto aos colaboradores em farmácias, faculdades, cursos de idiomas, academias, óticas, colégios)	●	
Cesta de Natal (com os produtos da empresa)	●	
Transporte (rota própria ou vale-transporte)	●	
Programa de Participação nos Lucros e Resultados*	●	
Programa de ginástica laboral**		●
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).		●
Reconhecimento por tempo de serviço		●

*Exceto aprendizes.

** Exceto as unidades Bento Gonçalves/RS e Rolândia/PR

Programa de Trainees

Em 2014, a M. Dias Branco abriu seleção para sua segunda turma do Programa de Trainees, que contou com a inscrição de aproximadamente 8 mil jovens talentos de todo o Brasil, entre eles colaboradores que já trabalhavam na empresa. Depois de uma criteriosa seleção, 20 candidatos foram escolhidos para fazer parte desse time. Em janeiro de 2016, 17 desses jovens concluíram o Programa e passaram a ocupar posições estratégicas em diversas unidades do negócio.

Relações Sindicais

A Companhia negocia com todos os sindicatos das categorias em que atua. A negociação sindical pode ser realizada 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}

Papo Aberto

Os encontros do programa Papo Aberto possibilitam um diálogo informal dos líderes (diretores e gerentes) com grupos de colaboradores, onde são abordados temas como carreira, valores, estratégias, perspectivas, entre outros assuntos. Como resultado desse diálogo aberto, gera-se uma maior proximidade e alinhamento entre os profissionais, com melhorias também no ambiente de trabalho. Em 2016, foram realizadas 35 reuniões de Papo Aberto em 13 unidades.

Porta-Vozes

O programa Porta-Vozes tem como principal objetivo abrir um canal de comunicação entre os colaboradores das áreas operacionais e os gestores, esclarecendo assuntos de interesse geral. Em 2016, foi aperfeiçoado o processo de acompanhamento dos retornos aos questionamentos apresentados. É realizado em 12 unidades industriais e envolve cerca de 140 colaboradores que atuam como

Porta-Vozes, representantes de diferentes setores, escolhidos por sua postura exemplar e capacidade de boa comunicação. As reuniões com os Porta-Vozes ocorrem mensalmente em cada unidade.

Estes dois programas, Papo Aberto e Porta-Vozes, impactam positivamente no clima organizacional da M. Dias Branco.



■ Papo Aberto: líderes dialogam com colaboradores

Veículos de Comunicação Interna

Para manter uma boa comunicação com o colaborador, a Companhia possui uma equipe de Comunicação dedicada à divulgação de informações e desenvolvimento de campanhas educativas. Para isso, dispõe de veículos internos como jornal mural, informe impresso, intranet, e-mail, entre outros. Todos possuem uma linha editorial específica e são atualizados constantemente, conforme o perfil dos diversos públicos.

Em 2016, destaca-se a reformulação da Revista Corporativa “Sabor da Notícia”, que dissemina melhores práticas e informações para contextualizar todo o time sobre o negócio. Outro destaque foi o desenvolvimento do aplicativo para smartphone “Meu MDB” que vai melhorar o acesso à informação para os profissionais da equipe comercial, que realizam suas atividades fora das dependências da Companhia.

Segurança e saúde no trabalho

Com o fortalecimento das iniciativas de segurança no trabalho, com crescente envolvimento dos gestores em questões de segurança e avanços conquistados com o Programa Positivo (que é o Programa de Excelência em Saúde e Segurança Ocupacional da companhia), a M Dias Branco tomou a decisão de incluir em sua Declaração de Valores um novo valor: 'Segurança'. Essa decisão foi amplamente divulgada junto aos colaboradores, tornando visível a relevância dada ao assunto. Vale mencionar que o Tribunal Regional do Trabalho e o Jornal O Povo, ambos do Ceará, destacaram os avanços do Programa Positivo em seus canais de comunicação.

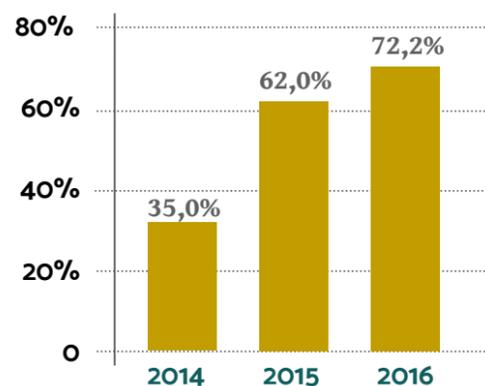
A Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho – SIPAT é um grande evento anual realizado pela área de Segurança do Trabalho, simultaneamente, nas diversas unidades da Companhia. A temática abordada em 2016 foi “Comportamento Seguro: Seu exemplo vale mais do que mil palavras”, buscando uma maior conscientização da responsabilidade de cada um na prevenção de acidentes, já que o comportamento seguro é fator primordial para a segurança individual e de todos.

Outro destaque foi a conquista, na unidade de Jabotão dos Guararapes/PE, da Certificação na Norma OHSAS 18.001, reforçando a importância do assunto para a Companhia.

O DSS - Diálogo de Segurança e Saúde teve uma evolução de 16,5% na participação de seus colaboradores, saindo de patamares de 62% de participação em 2015 para 72,2% em 2016. A evolução em relação ao ano base de 2014 foi de 106,3%.

Apesar de o número de acidentes estar acima da meta de redução estabelecida para o ano de 2016, as ações adotadas influenciaram diretamente na redução da gravidade destes acidentes. Desta forma, mesmo a taxa de frequência (TF) tendo aumentado para 1,24, a taxa de gravidade (TG) foi reduzida para

Participação nos diálogos de saúde e segurança



18,47 quando comparada com o ano anterior, o que representa uma redução de aproximadamente 67% na gravidade dos acidentes. Em relação ao ano base (2014), houve redução nos dois indicadores. Não ocorreram fatalidades com nossos empregados no ano de 2016^{G4-LA6}.

Um dos fatores que contribuiu para a redução das taxas de frequência e gravidade de acidentes em relação a 2014 foi o fortalecimento dos trabalhos de reconhecimento dos riscos ocupacionais por meio do LPDR – Levantamento de Perigos, Riscos e Danos e da APR – Análise Preliminar de Riscos.

Na unidade de Jabotão dos Guararapes/PE, as principais ações implementadas foram: realização de treinamento de comportamento seguro, campanhas de conscientização (abordando temas como bloqueio elétrico, prevenção à dengue, relatos de incidentes, utilização de EPIS, etc.), adequação das vias externas e internas, com instalação de sinalização horizontal e vertical e definição de rotas seguras de circulação (pessoas e equipamentos), adequações ergonômicas nos postos de trabalho e revisão do levantamento de perigos e riscos.

Taxa de Frequência e Taxa de Gravidade dos acidentes de trabalho ^{G4-LA6}

	2014	2015	2016	VAR% 2016/2015	VAR% 2016/2014
Taxa de frequência (TF)	1,35	1,02	1,24	22%	-8%
Taxa de gravidade (TG)	29,13	56,42	18,47	-67%	-37%

^{G4-DMA} A equipe de saúde das unidades industriais de Eusébio/CE, Fortaleza/CE e Maracanaú/CE iniciou um projeto piloto para acompanhamento dos colaboradores afastados por motivo de doença/acidente, com afastamento superior a 15 dias. O contato com estes colaboradores demonstra a preocupação da empresa com suas condições de saúde e presta auxílio no processo de afastamento junto ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). A taxa de Frequência de Doenças Ocupacionais com emissão de Comunicação de Acidente de Trabalho - CAT, permaneceu zero em 2016. ^{G4-LA6}

Visando ainda a prevenção de agravos, promoção da saúde e qualidade de vida dos colaboradores, o programa preventivo de Gestão Ergonômica iniciou, em 2016, a atualização das avaliações ergonômicas nas unidades Cabedelo/PB, Lençóis Paulista/SP, Salvador/BA e São Caetano do Sul/SP, bem como realizou diagnóstico de gestão ergonômica na unidade Eusébio/CE. O objetivo deste programa é subsidiar o planejamento de ações a serem executadas na gestão da ergonomia.

Na unidade Jabotão dos Guararapes/PE foram realizadas adequações ergonômicas que resultaram na redução de 70 postos de trabalho classificados como 'amarelos' em ergonomia no método RULA de Avaliação Rápida da Postura dos Membros Superiores. Houve ainda melhoria da condição térmica dos postos de trabalho com aumento de 85 para 87

dos postos com atividades moderadas e de 277 para 292 dos postos com atividades leves.

Conforme cronograma de ações de Medicina Preventiva, no ano de 2016, realizaram-se 180 ações de saúde nas unidades industriais da Companhia, utilizando diversas abordagens com palestras, blitz posturais e educativas, campanhas de vacinação, dentre outras, com objetivo de conscientizar o colaborador sobre a importância da prevenção de diversas doenças como dengue, hipertensão arterial e diabetes, obesidade, saúde oral, preservação e conservação auditiva, doenças osteomusculares, combate a drogas, prevenção ao câncer de mama, útero e próstata, dentre outras.

No ano de 2016, não houve surgimento de casos sugestivos de perda auditiva induzida por Ruído - PAIR, não tendo sido necessária emissão de CAT - Comunicação de Acidente de Trabalho por PAIR nos colaboradores da área industrial em nenhuma unidade fabril da Companhia, de acordo com o Anexo I da Norma Regulamentadora - NR 07, Portaria 19, de 07/04/1998 do Ministério do Trabalho e Emprego. Para atingimento deste resultado satisfatório, prosseguiram-se com as ações preconizadas pelo PCA - Programa de Conservação Auditiva, voltadas para a promoção e a preservação da saúde auditiva de todos os colaboradores expostos a ruído. ^{G4-LA7}

Cultura de Sustentabilidade

O desenvolvimento da cultura de sustentabilidade na Companhia ocorre mediante ações de educação e de comunicação. Em 2016, destacamos as seguintes iniciativas:

- Fortalecimento dos conteúdos de sustentabilidade na Universidade M. Dias Branco, em especial na Escola de Liderança;
- Identificação e capacitação dos Embaixadores e Parceiros da Sustentabilidade nas unidades, com as atribuições a seguir:
 - **Embaixadores:** Fazer contatos com as comunidades circunvizinhas, acompanhar as doações realizadas pela Companhia, ser um representante da equipe de Sustentabilidade, apoiar o projeto de voluntariado, viabilizar a realização do Encontro de Sustentabilidade e atuar como multiplicador de treinamentos. ^{GR4-S01}
 - **Parceiros:** Multiplicar os temas de sustentabilidade em suas respectivas unidades, facilitar treinamentos junto aos colaboradores, apoiar a divulgação de campanhas internas, incentivar o voluntariado junto aos colaboradores e buscar informações sobre ações de sustentabilidade realizadas na unidade.
- Continuidade dos treinamentos sobre sustentabilidade por meio de palestras para líderes, Embaixadores e Parceiros da Sustentabilidade;
- Inserção do tema Sustentabilidade no indicador de divulgação de assuntos estratégicos adotado pela área de Comunicação Interna;
- Realização de uma enquete sobre sustentabilidade;
- Inserção de conteúdo estratégico de sustentabilidade em newsletters;



■ A campanha R3 teve grande adesão dos colaboradores e impacto real nos indicadores de produção

- Divulgação dos projetos sociais na Revista Sabor da Notícia, LinkedIn, site institucional e veículos internos de comunicação;
- Intensificação de ações internas com impacto na redução do consumo de recursos naturais (Campanha R3 – Repense, Reduza, Reinvente);
- Disseminação do Relatório Anual junto aos públicos interno e externo.

O objetivo final dessas ações é garantir que todos os colaboradores tenham uma percepção positiva da Companhia na sua atitude sustentável, agindo em sintonia com essa prática.

Relacionamento com clientes e consumidores

No mundo contemporâneo, em que os consumidores estão cada vez mais conscientes e críticos sobre alimentos, a qualidade dos produtos e a segurança do alimento são pré-requisitos para qualquer empresa do setor independentemente do porte.

A M. Dias Branco adota as melhores práticas na gestão da Qualidade e Segurança de Alimentos em seu processo produtivo. O modelo adotado é baseado nas normas internacionais ISO 9001 (Gestão da Qualidade) e ISO 22000 (Gestão de Segurança de Alimentos), segue a Política do SGI (Sistema de Gestão Industrial) que contém os compromissos da Companhia com as questões de qualidade e segurança de alimentos. Nesse contexto, a Companhia possui as seguintes certificações:

- ISO 9001 - Sistema de Gestão da Qualidade: unidades Eusébio/CE, Fortaleza/CE, Bento Gonçalves/RS, Jaboatão dos Guararapes/PE e Moinho Dias Branco/CE
- FSSC 22000 - Sistema de Gestão de Segurança do Alimento: unidade Jaboatão dos Guararapes/PE.
- HACCP - Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle: unidade Salvador/BA.
- ISO 22000 - Sistema de Gestão de Segurança de Alimentos: unidades Eusébio/CE e Fortaleza/CE.

Soma-se a isso, a necessidade de transparência na relação com clientes visando a não somente atender, mas principalmente entender suas expectativas, demandas e interesses. Nesse sentido, um canal aberto em que a Companhia possa escutar, avaliar e responder às críticas e sugestões de seus consumidores é um instrumento importante, que, quando bem aproveitado, pode trazer *insights* importantes para o processo de inovação no negócio.

O Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) cumpre esse papel na Companhia. Em 2016, foram registradas pela central do SAC da unidade de Eusébio/CE, 1.068 “Reclamações de Serviço” (563 em 2015). As principais queixas foram relacionadas ao 0800 do SAC ocupado, falta de produto no mercado, falta de atendimento comercial, prazo de entrega dos produtos, produto ressarcido com defeito etc. O total de manifestações recebidas no SAC foi de 27.656 ocorrências, sendo que 97% desses atendimentos foram concluídos. ^{G4-PR2, G4-27}

O SAC da unidade Jaboatão dos Guararapes/ PE recebeu 31 “Reclamações de Serviços” dos estados de Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Amazonas, Bahia, São Paulo, Espírito Santo e Rio de Janeiro. As principais queixas referem-se à falta de produto no PDV, demora na entrega do produto, produtos entregues com data crítica, entre outras. Das ocorrências registradas, o maior número de reclamações foi no Estado de Pernambuco com 8 registros da falta do produto no PDV, seguido do Estado de São Paulo com 6 reclamações no ano de 2016. ^{G4-PR2}

Não houve em 2016 nenhum caso confirmado de não conformidade relativo a informações e rotulagem de produtos e serviços ^{G4-PR4}, tampouco casos de venda de produto proibido ou contestado ^{G4-PR-6}, nem registro de reclamação de comunicação, patrocínio, publicidade ou propaganda. ^{G4-PR7}

Da mesma forma, não houve pagamento de multas significativas por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços. ^{G4-PR9}

A empresa também mantém seu site institucional www.mdiasbranco.com.br (versões em português, inglês e espanhol) e seu perfil na rede social LinkedIn constantemente atualizados, mantendo diálogo e encaminhando todos os contatos realizados para as áreas responsáveis.



Equipe do SGI planeja ações da área

INSUMOS – COMMODITIES E SUPRIMENTOS

Avaliação socioambiental de fornecedores

G4-DMA A gestão de fornecedores faz parte dos processos contemplados pelo SGI - Sistema de Gestão Industrial. As áreas responsáveis por esse processo na Companhia são Suprimentos, Commodities, Gestão de Sistemas, Segurança de Alimentos, Meio Ambiente, Gestão de Terceiros e P&D.

A área de Gestão de Fornecedores foi criada em 2015 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. Em 2016, a Companhia publicou procedimento sobre Gestão de Qualificação de For-

necedores extensível a todas unidades industriais.

As principais categorias de suprimentos comprados 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. A preferência é dada para fornecedores locais e com certificação FSC no caso de papel e papelão.

A Área de Suprimentos e de Commodities recebeu documentos e questionários de qualificação para

um total de 246 fornecedores, sendo 131 de matéria-prima, 60 de embalagens e 55 de commodities. Esse número representa 76% do total de fornecedores que já eram homologados (324). Os pendentes estão provisoriamente em qualificação. A documentação recebida está em processo de análise pela área técnica (Qualidade e Segurança de Alimentos). ^{G4-LA14}

O critério utilizado para seleção de quais fornecedores receberiam o questionário foi baseado no que é adquirido destes fornecedores e onde esses materiais são aplicados. Portanto, são fornecedores de materiais diretos, ou seja, itens que fazem parte do produto final da companhia ou entram em contato no processo de fabricação. Os itens estão distribuídos em três categorias: commodities, matérias-primas e embalagens.

As questões envolveram aspectos relacionados à legislação trabalhista (tais como PPRA, PCMSO, e ASO, treinamentos nas NR10, NR33 e NR35), não contratação de menores de 16 anos de idade, polí-

ticas contra trabalho forçado, contratação de portadores de deficiência física ou mental, programas de qualidade de vida para colaboradores, ações de relacionamento com entorno, práticas de gestão da sustentabilidade, incluindo envolvimento da alta liderança, etc.

A avaliação das respostas indica que, de maneira geral, no que se refere às práticas legais, a grande maioria dos fornecedores cumprem de forma satisfatória as exigências legais. Por outro lado, boas práticas socioambientais não obrigatórias, tais como programas de qualidade de vida, relacionamento com entorno e envolvimento da alta direção em questões dessa natureza, estão em processo de implementação ou existem, mas não são documentadas.

O monitoramento dessas questões é importante para levarmos para a cadeia de suprimentos exigências consideradas importantes para os negócios da Companhia, bem como para mitigar riscos de co-responsabilização.

Aspectos socioambientais em commodities agrícolas

G4-DMA O tema de sustentabilidade na área de commodities é fundamental no contexto do negócio, pois a maior parte do balanço de massa* 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 1,9 milhão de toneladas em 2016 (1,8 milhão em 2015 e 1,7 milhão em 2014), 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 no campo, são endereçados indiretamente pela cadeia de fornecedores. Por outro lado, a Companhia tem um grande desafio de impulsionar nos fornecedores nacionais de commodities as práticas socioambientais. O questionário de qualificação de fornecedores é um passo nessa direção.

No que se refere aos impactos da mudança climática decorrentes de eventos extremos, a Companhia, por meio de serviços de meteorologia e informações de agentes de negociação de commodities, acompanha as questões relacionadas à precipitação e secas e tendências de volatilidade em regiões produtoras de trigo.

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



DESEMPENHO ECONÔMICO- FINANCEIRO

- Resultado econômico-financeiro
- Informações de mercado
- Performance no mercado de ações

O ano de 2016 foi marcado pelos melhores resultados da história. Mesmo diante de um cenário econômico recessivo, a Companhia foi capaz de adaptar-se rapidamente, com um grande controle de gastos e uma busca constante por ganho de produtividade

RESULTADO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Receita Líquida

Em 2016, a receita líquida totalizou R\$ 5.328,1 milhões, apresentando um crescimento de 15,3% em relação a 2015, influenciado pela evolução do volume de vendas em 6,1% e aumento do preço médio em 8,8%, em consequência, principalmente, do repasse do aumento dos custos da Companhia, ocorrido de forma mais acentuada no último trimestre de 2015.

A manutenção de um patamar elevado de vendas ao longo de 2016 demonstrou que a Companhia se adaptou rapidamente ao cenário ainda recessivo no Brasil e implantou iniciativas estruturantes que impulsionaram o crescimento das vendas em todas as regiões, dentre as quais destacam-se:

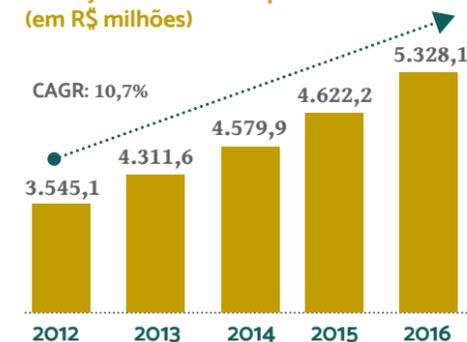
- **Reestruturação da área comercial:** a área passou de uma organização por marcas para uma abordagem multimarca nas diversas regiões do Brasil, o que proporcionou uma atuação mais

otimizada a um custo operacional menor, com redução das despesas comerciais, ganhos nas negociações com clientes, melhorias nas ações de trademchandising, melhor posicionamento de preços entre marcas e regiões, dentre outros;

- **Reestruturação da área de marketing:** a área de marketing passou a atuar de forma muito mais alinhada com a área comercial e teve seu orçamento ampliado, dando mais robustez e precisão ao posicionamento das marcas em cada região e maior sustentação ao lançamento de novos produtos;

- **Política de preços:** foram realizados ajustes de preços coerentes com a realidade de cada linha de produtos e com o posicionamento das marcas, contribuindo para o aumento de 8,8% do preço médio em comparação com o ano de 2015.

Evolução da Receita Líquida (em R\$ milhões)



(1)Compound annual growth rate



Todo o time engajado resulta em aumento de produtividade

Receita líquida de vendas por linha de produtos *

Linhas de Produto	2016			2015			Variações		
	Rec. Líquida	Peso	Preço Médio	Rec. Líquida	Peso	Preço Médio	Rec. Líquida	Peso	Preço Médio
Biscoitos	2.745,2	521,8	5,26	2.390,9	503,8	4,75	14,8%	3,6%	10,7%
Massas	1.205,0	358,1	3,36	1.043,7	340,2	3,07	15,5%	5,3%	9,4%
Farinha e Farelo	1.002,5	827,7	1,21	887,0	769,3	1,15	13,0%	7,6%	5,2%
Margarina e Gordura	260,4	70,0	3,72	220,2	65,9	3,34	18,3%	6,2%	11,4%
Outras Linhas de Produtos**	115,0	12,9	8,91	80,4	7,9	10,18	43,0%	63,3%	-12,5%
TOTAL	5.328,1	1.790,5	2,98	4.622,2	1.687,1	2,74	15,3%	6,1%	8,8%

* Receita Líquida em R\$ milhões, Peso Líquido de Devoluções em Toneladas Mil e o Preço Médio Líquido em R\$/Kg. ** Bolos, Snacks, Mistura para Bolos e Torradas

Custo dos produtos vendidos

Custos operacionais

Custos Operacionais (R\$ milhões)	2016	%RL	2015	%RL	AH%	AH - %RL
Matéria-Prima	2.263,4	42,5%	2.085,8	45,1%	8,5%	-2,6 p.p.
Trigo	1.394,9	26,2%	1.303,7	28,2%	7,0%	-2 p.p.
Óleo	353,6	6,6%	301,3	6,5%	17,4%	0,1 p.p.
Açúcar	180,4	3,4%	118,0	2,6%	52,9%	0,8 p.p.
Farinha de Terceiros	71,4	1,3%	142,3	3,1%	-49,8%	-1,8 p.p.
Gordura de Terceiros	19,7	0,4%	12,3	0,3%	60,2%	0,1 p.p.
Outros insumos	243,4	4,6%	208,2	4,5%	16,9%	0,1 p.p.
Embalagens	361,7	6,8%	329,3	7,1%	9,8%	-0,3 p.p.
Mão de obra	451,8	8,5%	398,0	8,6%	13,5%	-0,1 p.p.
Gastos Gerais de Fabricação	286,0	5,4%	284,8	6,2%	0,4%	-0,8 p.p.
Depreciação e Amortização	94,3	1,8%	85,2	1,8%	10,7%	0 p.p.
TOTAL	3.457,2	64,9%	3.183,1	68,9%	8,6%	-4 p.p.

O custo dos produtos vendidos (CPV) totalizou R\$ 3.457,2 milhões em 2016, representando 64,9% da receita líquida (68,9% em 2015), conforme tabela acima.

O aumento de 8,6% nos custos dos produtos vendidos em 2016 em relação a 2015 representou um crescimento inferior ao da Receita Líquida (+15,3%), o que repercutiu no aumento da margem bruta. Dentre os fatores que explicam o comportamento dos custos, destacam-se:

- Redução no custo médio do trigo consumido pela Companhia em 6,1%, em consequência da baixa dos preços em reais dos trigos adquiridos;
- Aumento do custo médio do óleo vegetal consumido na Companhia em 10,5% em função da alta dos preços em reais praticados no mercado;
- Redução do volume de farinhas consumidas de terceiros, decorrente do aumento da verticalização. No ano de 2015, 16,6% da farinha consumida na Companhia foi adquirida de terceiros, enquanto que em 2016 esse percentual ficou em 7,0%;

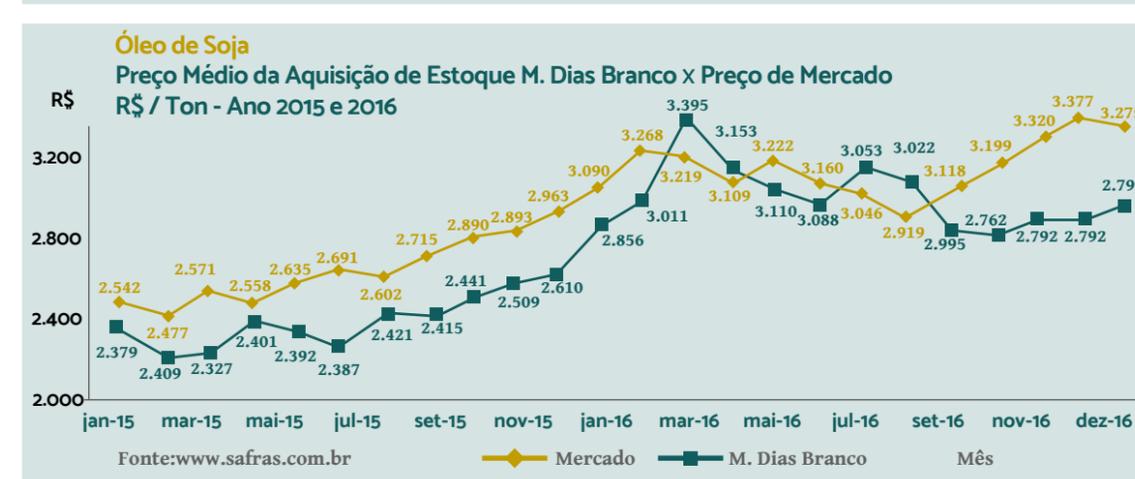
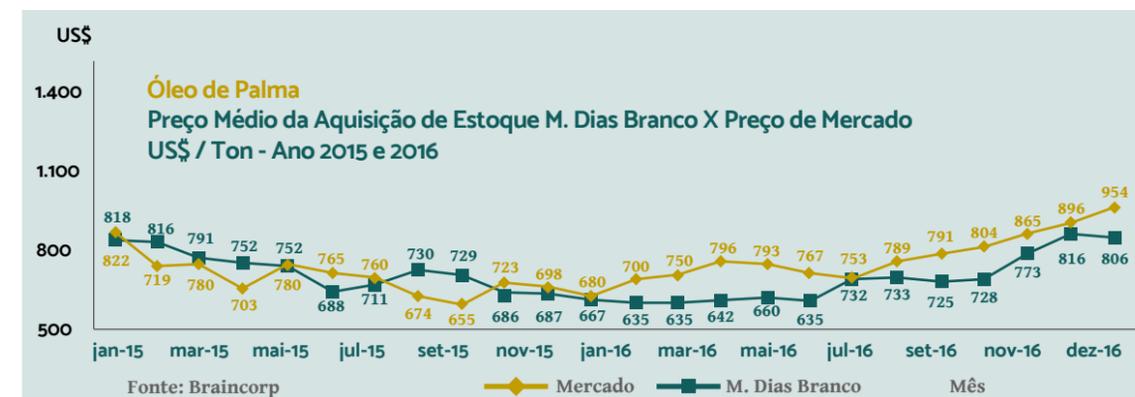
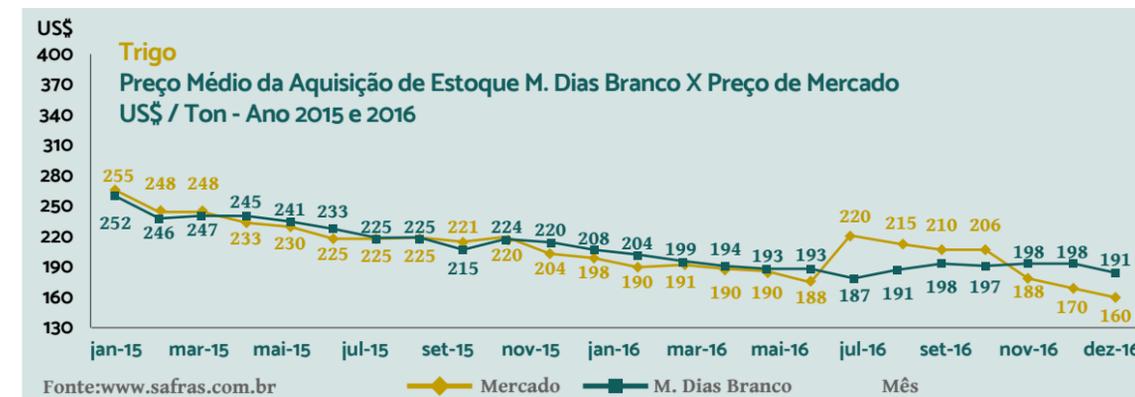
- Crescimento do custo médio do açúcar em 50,1%, em função das estimativas de déficit na oferta global desse insumo;

- Aumento dos gastos com mão-de-obra proveniente dos acordos e convenções coletivas e aumento de encargos com INSS, impactado pelo término da desoneração da folha de pagamento. Vale destacar que os ganhos de eficiência promovidos pela otimização dos turnos de produção minimizaram esse efeito desfavorável.

- Crescimento no volume de produção, o que contribuiu para maior diluição da parcela fixa dos gastos gerais de fabricação.

Importante ressaltar que a queda da representatividade dos custos dos produtos vendidos sobre a receita líquida (4,0 p.p.), deve-se, também, ao aumento no preço médio dos produtos, fruto de repasse de aumento de custos ocorrido desde 2015.

Preço médio de aquisição no estoque das principais matérias-primas X preço médio de mercado



Produção e utilização da capacidade de produção

Em 2016, a Companhia aumentou sua capacidade de produção em 7,0%, principalmente nas linhas de produto farinha e farelo, fruto dos investimentos realizados que entraram em operação em outubro de 2015 (Moinho Eusébio - CE e Moinho de Rolândia - PR), com o objetivo de promover o crescimento da verticalização. Já a produção cresceu 8,0% com relação a 2015, refletindo um nível de utilização da capacidade total de 80,3% (79,6% em 2015).

Produção Efetiva / Capacidade de Produção *	Biscoito		Massas		Farinhas e farelos		Marg. e Gorduras		Outras Linhas de Produtos**		Total	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Produção Total	538,2	526,4	368,8	353,8	1.557,2	1.392,5	148,7	150,3	13,9	9,2	2.626,8	2.432,2
Capacidade Total de Prod.	704,1	710,7	438,0	459,5	1.912,0	1.674,8	180,0	180,0	35,8	31,5	3.269,9	3.056,5
Nível de Utilização da Capacidade	76,4%	74,1%	84,2%	77,0%	81,4%	83,1%	82,6%	83,5%	38,8%	29,2%	80,3%	79,6%

* Em mil toneladas

** Bolos, Snacks, Mistura para Bolos e Torradas

Subvenções para investimentos

As subvenções governamentais recebidas pela Companhia têm a natureza de subvenções para investimentos, e se dividem em estaduais e federais, sendo todas monetárias. Os recursos recebidos constituem fonte de reposição do capital investido nos empreendimentos econômicos resultantes dos projetos de investimento implementados pela Companhia e enquadrados nos respectivos programas públicos de fomento ao desenvolvimento. Em 2016, a Companhia fez jus a R\$ 214,8 milhões (R\$ 216,7 milhões em 2015) de subvenções estaduais e R\$ 98,3 milhões (R\$ 44,4 milhões em 2015) de subvenções federais. ^{G4-EC4}

Subvenções para investimentos estaduais (R\$ milhões)	2016	%RL	2015	%RL	AH%	AH - %RL
Subvenções para investimentos	214,8	4,0%	216,7	4,7%	-0,9%	-0,7 p.p.

O decréscimo no valor das subvenções estaduais para investimentos decorreu da redução do custo médio de aquisição do trigo.

Lucro bruto

Em função do crescimento dos volumes de vendas, ajustes de preços e aumento dos custos dos produtos vendidos em proporção inferior ao crescimento da receita líquida, o Lucro Bruto atingiu R\$ 2.085,7 milhões em 2016, um aumento de 26,0% em relação a 2015, apresentando um incremento de 3,3 p.p. na representatividade sobre a receita líquida.

Despesas operacionais

Despesas Operacionais (R\$ milhões)	2016	%RL	2015	%RL	AH%	AH - %RL
Vendas	971,5	18,2%	888,6	19,2%	9,3%	-1 p.p.
Administrativas e gerais	166,8	3,1%	146,0	3,2%	14,2%	-0,1 p.p.
Honorários da administração	11,8	0,2%	11,4	0,2%	3,5%	0 p.p.
Tributárias	24,2	0,5%	17,8	0,4%	36,0%	0,1 p.p.
Depreciação e amortização	24,5	0,5%	20,8	0,5%	17,8%	0 p.p.
Outras desp./rec. operac.	86,3	1,6%	-9,4	-0,2%	n/a	1,8 p.p.
TOTAL	1.285,1	24,1%	1.075,2	23,3%	19,5%	0,8 p.p.

As despesas operacionais aumentaram 19,5% em 2016 em relação a 2015 e apresentaram um incremento de 0,8 p.p. na sua representatividade sobre a receita líquida.

Em atendimento ao CPC 26 - Apresentação das Demonstrações Contábeis, adotamos na Demonstração dos Resultados a classificação das despesas por função. As despesas com depreciação e amortização foram incluídas nas despesas com vendas e administrativas, e as despesas tributárias foram adicionadas às outras despesas (receitas) líquidas. Para maiores informações, consultar Nota Explicativa nº 23 das demonstrações financeiras do exercício findo em 31 de dezembro de 2016.

No sentido de promover uma melhor compreensão das variações ocorridas nas despesas operacionais, evidenciamos de forma segregada as despesas com depreciação e amortização e despesas tributárias, conforme tabela acima.

É relevante destacar que as despesas operacionais do ano 2016 incluem gastos não recorrentes, como despesas rescisórias de contratos com distribui-

dores e com reestruturação de pessoal (R\$ 17,5 milhões) e estão impactadas pelo aumento dos encargos sociais devidos sobre a folha de salário, em razão do término da desoneração do INSS (findo em nov/15), além de outros eventos extraordinários que são registrados como "outras despesas e receitas operacionais", detalhados posteriormente.

Em 2016, as despesas com vendas apresentaram um aumento de 9,3% e uma redução de 1,0 p.p. de representatividade sobre a receita líquida em relação a 2015, em função dos seguintes fatores: (i) redução de quadro de pessoal, em virtude de reestruturação da área comercial, reajustes salariais e gastos com indenizações trabalhistas; (ii) aumento das despesas com fretes, em função do crescimento do volume de vendas, reajustes salariais e de tarifas; e (iii) aumento de investimentos em marketing, com destaque para as campanhas publicitárias para promoção da linha de torradas e da marca Finna (farinha doméstica e mistura para bolos).

As despesas administrativas registraram aumento de 14,2%, decorrente do aumento de gastos com pessoal, especialmente pelo término da desoneração da folha de pagamento e reestruturação de pessoal, conforme já mencionado, e contratação de serviços de consultorias.

As outras receitas e despesas operacionais passaram de uma receita de R\$ 9,4 milhões para uma despesa de R\$ 86,3 milhões no período comparativo de 2015 versus 2016. Dentre os eventos registrados em 2016, destacam-se os seguintes:

- Provisões para riscos cíveis, trabalhistas e tributários, bem como débitos de tributos extemporâneos, no montante de R\$ 48,1 milhões (R\$37,4 milhões em 2015);
- Contribuição ao Fundo Estadual de Equilíbrio Fiscal (FEF) no valor de R\$7,5 milhões;

- Perdas estimadas por redução ao valor recuperável de ativo intangível referente a uma das marcas de produtos (Predilieto), no valor de R\$7,7 milhões;
- Perdas com sinistro na unidade industrial localizada em Cabedelo (PB) no valor de R\$5,4 milhões, em decorrência do desabamento de silos metálicos

Em 2015, além de provisões para contingências tributárias, baixa de ativos não realizáveis e gastos com a reestruturação em decorrência da desativação da unidade Jaboticabal (SP), a Companhia reconheceu créditos tributários em virtude de ação transitada em julgado relativa aos impostos PIS/Cofins, incidentes sobre importações, no montante de R\$53,9 milhões, e receita pela venda de veículos através de leilão.

Resultado financeiro

No sentido de promover uma melhor compreensão das variações ocorridas no resultado financeiro, evidenciamos as variações cambiais e operações com swap do período de forma segregada das demais receitas e despesas financeiras, conforme a tabela ao lado:

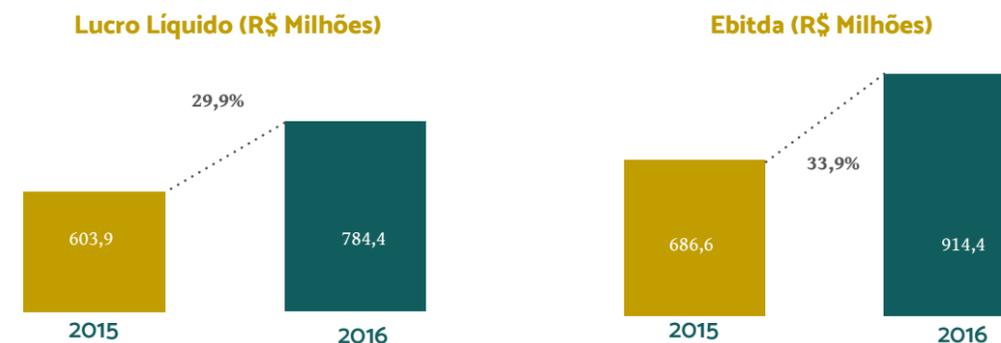
Resultado financeiro (R\$ milhões)	2016	2015	AH% 2015-2016
Receitas Financeiras	110,1	124,1	-11,3%
Despesas Financeiras	(41,7)	(44,5)	-6,3%
Variações Cambiais	50,1	(112,2)	-144,7%
Perdas/Ganhos com swap	(86,9)	94,0	-192,4%
Total	31,6	61,4	-48,5%

O resultado financeiro passou de uma receita de R\$ 61,4 milhões em 2015 para uma receita de R\$ 31,6 milhões, em virtude, principalmente, do reconhecimento em 2015 da atualização dos créditos tributários de PIS/Cofins Importação, registrados por conta de ação judicial transitada em julgado (R\$ 43,6 milhões). Desconsiderado este aspecto, o resultado financeiro em 2016 é superior ao do ano anterior em função do maior rendimento das aplicações financeiras, fruto dos aumentos da taxa de juros e dos volumes aplicados.

Por oportuno, reafirma-se o compromisso da M. Dias Branco com uma política conservadora manifestada pela utilização de contratos de swap, que consiste na troca do risco cambial mais taxa prefixada por percentual do CDI, para proteção das transações de importação de insumos e ativo fixo, que são registrados pelo valor justo e cujos resultados são contabilizados no resultado financeiro.

Lucro líquido e Ebitda

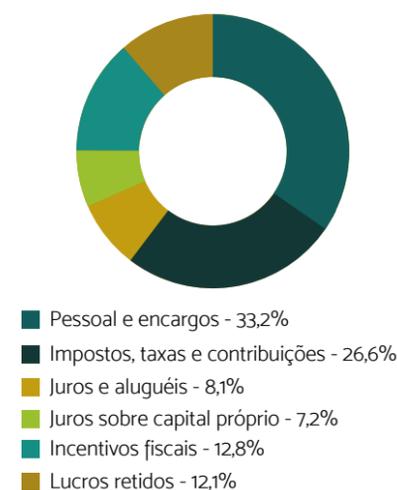
O lucro líquido evoluiu de R\$ 603,9 milhões no exercício de 2015 para R\$ 784,4 milhões em 2016 (representando 13,1% da receita líquida em 2015 e 14,7% em 2016), registrando um crescimento de 29,9%. O Ebitda alcançou R\$ 914,4 milhões em 2016 (17,3% da receita líquida), apresentando incremento de 33,9% em relação a 2015.



Valor Adicionado

Destaca-se no gráfico abaixo a distribuição da riqueza gerada pela Companhia em 2016:

Distribuição do valor adicionado - 2016



O valor econômico direto gerado e distribuído é apresentado a seguir: ^{G4-EC1}

Em R\$ Mil	2015	2016
(A) Valor econômico direto gerado:	5.623.150	6.346.248
Receitas operacionais	5.461.303	6.140.841
Receitas financeiras	161.847	205.407
(B) Valor econômico distribuído:	5.157.085	5.736.999
Custos operacionais	3.649.398	3.924.603
Salários e benefícios de empregados	762.058	808.758
Pagamentos ao governo	502.926	649.836
Pagamentos a provedores de capital	238.307	348.985
Investimentos comunitários (sociais* e ambientais)	4.396	4.817
(A-B) Valor econômico retido	466.065	609.249

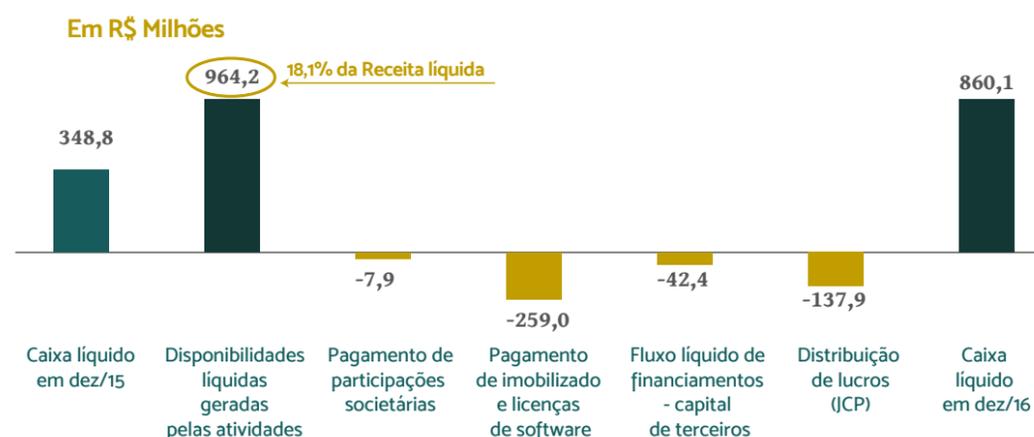
* Inclui investimento social realizado por meio de Leis de Incentivo.

Dívida, capitalização e fluxo de caixa

Ao final de 2016 e de 2015, a dívida bruta e a dívida líquida da Companhia atingiram os seguintes valores e percentuais de variação:

Capitalização	2016	2015	Variação
Curto Prazo	348,0	392,1	-11,2%
Longo Prazo	295,3	363,1	-18,7%
Endividamento Total	643,3	755,2	-14,8%
(-) Caixa	(860,1)	(348,8)	146,6%
(-) Aplicações Financeiras de Curto Prazo	(0,2)	(6,1)	-96,7%
(-) Aplicações Financeiras de Longo Prazo	(10,3)	(4,1)	151,2%
(=) Dívida Líquida	(227,3)	396,2	-157,4%
Patrimônio Líquido	4.333,6	3.716,9	16,6%
Capitalização	4.976,9	4.472,1	11,3%

Ao final de 2015, a alavancagem financeira era de 10,7%, enquanto que em 2016 registrou-se dívida líquida negativa, em decorrência da queda no endividamento, aliada ao crescimento de caixa, conforme demonstrado a seguir.



A Companhia mais que dobrou as suas disponibilidades no ano de 2016, com crescimento de R\$ 511,3 milhões (146,6%). O incremento do faturamento e aumento das margens proporcionaram disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais da ordem de R\$ 964,2 milhões. Foram aplicados R\$ 259,0 milhões no pagamento de ativo imobilizado e licenças de softwares, R\$ 42,4 milhões decorrentes do fluxo líquido de financiamentos com capital de terceiros, R\$ 137,9 milhões no pagamento de juros sobre capital próprio e R\$ 7,9 milhões no pagamento de dívida de aquisições em participações societárias.

Investimentos

Os investimentos totalizaram R\$ 263,9 milhões em 2016 (R\$ 456,9 milhões em 2015), distribuídos entre expansão e manutenção. Dentre os itens que compuseram os gastos com investimentos em 2016, destacam-se: (i) aquisição de máquinas mais modernas para fabricação de massas alimentícias longas e curtas na unidade localizada em Jaboatão dos Guararapes/PE; (ii) gastos com obras civis, máquinas e equipamentos para o moinho de trigo localizado na unidade de Eusébio/CE; (iii) cons-

trução de nova unidade moageira na cidade de Bento Gonçalves/RS; (iv) aquisição de máquinas e equipamentos de embalagens para linhas de biscoitos da unidade Jaboatão dos Guararapes/PE; (v) construção de almoxarifado de produtos acabados e restaurante industrial na unidade Maracanaú/CE; e (vi) construção de almoxarifado de matéria-prima e embalagem na unidade Eusébio/CE, bem como ampliação da área de armazenagem em outras unidades.



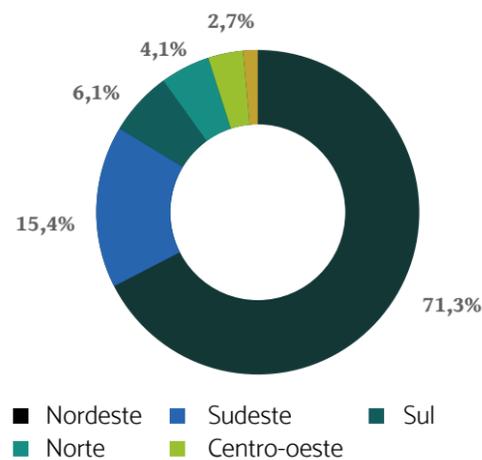
Centro de distribuição do Eusébio-CE recebeu investimentos para ampliação

INFORMAÇÕES DE MERCADO

Canal de vendas

Destaque para o aumento da participação do canal “Cash & Carry”, que vem apresentando elevadas taxas de crescimento nos últimos anos, com a abertura de novas lojas em todas as regiões do Brasil. Em adição, vale mencionar que ao longo de 2016, foram rescindidos contratos com alguns distribuidores, e nos mercados em que eles atuavam o atendimento ao cliente passou a ser diretamente com a Companhia.

Vendas por Região - 2016
(% da Receita Líquida de Descontos)



*Obs: 0,4% referentes às exportações

Mix de Clientes

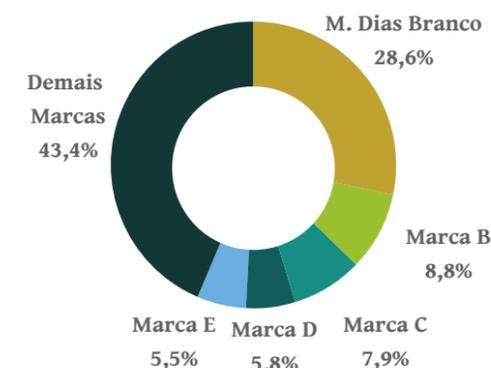
	2016	2015	Varição
Pequeno Varejo	33,8%	35,4%	-1,6 p.p.
Atacado	30,3%	30,5%	-0,2 p.p.
Key Account, Redes Nacionais e Regionais	13,9%	13,8%	0,1 p.p.
Cash & Carry	15,0%	12,7%	2,3 p.p.
Distribuidores	5,3%	5,6%	-0,3 p.p.
Indústria	1,3%	1,5%	-0,2 p.p.
Outros	0,4%	0,5%	-0,1 p.p.
Total	100,0%	100,0%	

Maiores Clientes

Seqüência	Acumulado	Receita 2016 (R\$ milhões)	Participação na Receita Líquida de Descontos	
			Na faixa	Acumulada
Maior Cliente	1	644,5	10,2%	10,2%
49 Subsequentes	50	1.607,2	25,5%	35,7%
50 Subsequentes	100	479,4	7,6%	43,3%
900 Subsequentes	1.000	1.781,3	28,2%	71,5%
Demais Clientes	Todos	1.794,6	28,5%	100,0%
Total		6.307,0		

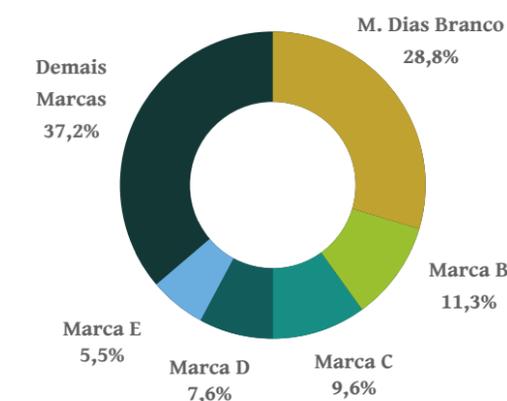
Market Share

Market Share Biscoitos* 2016 - Brasil
(em % de volume vendido)



*Dados da AC NIELSEN

Market Share Massas* 2016 - Brasil
(em % de volume vendido)



*Dados da AC NIELSEN

Em 2016, mantivemos a liderança nas linhas de massas e biscoitos com aumento de market share em ambas, fruto da recuperação observada ao longo do segundo semestre na região Nordeste e do bom desempenho em outras regiões.

Evolução histórica Market Share* - Brasil
(em % de volume vendido)

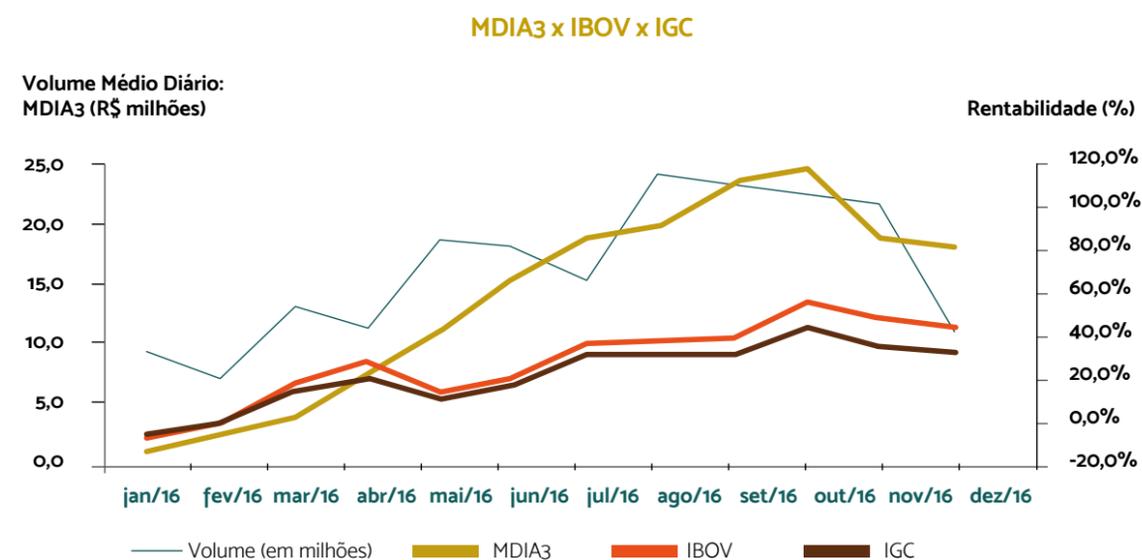


*Dados da AC NIELSEN | Obs: Os dados consideram Pilar e Estrela a partir de 2011 e Moinho Santa Lúcia a partir de 2012.

PERFORMANCE NO MERCADO DE AÇÕES

A Companhia negocia suas ações na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBovespa), com o código MDIA3, listada no segmento Novo Mercado. Em 30 de dezembro de 2016 havia 28.371.697 ações em circulação no mercado, representando 25,11% do capital total da Companhia, cotadas a R\$ 115,01 cada, totalizando R\$ 3.263,0 milhões. A média de volume diário negociado em 2016 foi de R\$ 15,0 milhões.

Desde o início da negociação das ações até o final de 2016, houve uma valorização de cerca de 450%. O gráfico a seguir demonstra a performance da ação MDIA3 em relação ao Ibovespa e IGC no ano de 2016.



A M. Dias Branco faz parte de importantes índices nacionais e internacionais do mercado de ações: IBRX-100, o IGC (Índice de Governança Corporativa) e o ICON (Índice de Consumo), Índice de Ações com Tag Along Diferenciado (ITAG), Índice de Governança Corporativa Trade (IGCT), Índice de Governança Corporativa – Novo Mercado (IGC-NM), Índice MidLarge Cap (MLCX), Índice do Setor Industrial (INDX), Índice Brasil Amplo BM&FBovespa (IBrA) da BM&FBovespa e o MSCI Brazil, do MSCI.

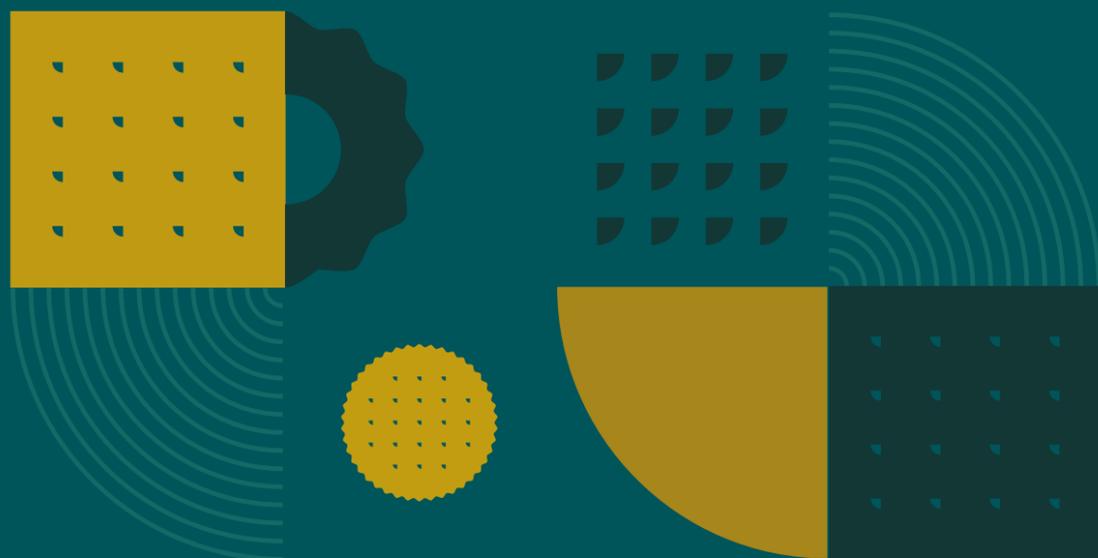
Remuneração dos acionistas

Na Reunião do Conselho de Administração realizada no dia 01 de agosto de 2016, foi aprovado o crédito no valor de R\$ 56,5 milhões aos acionistas, a título de juros sobre o capital próprio, os quais foram imputados ao dividendo mínimo obrigatório relativo ao exercício social de 2016, nos termos do §3º do artigo 24 do Estatuto Social. O crédito foi efetuado no dia 10 de agosto de 2016, com base nas posições acionárias existentes no fechamento do pregão da BM&FBovespa do dia 04 de agosto de 2016, e o pagamento aos acionistas ocorreu no dia 15 de agosto de 2016.

Em adição, no dia 12 de dezembro de 2016, o Conselho de Administração aprovou o crédito de ju-

ros sobre o capital próprio no valor R\$ 118,6 milhões, com pagamento previsto para 28 de abril de 2017, dentro dos limites estabelecidos pela lei nº 9.249/1995. Assim, os juros sobre o capital próprio relativo ao exercício de 2016 totalizaram R\$ 175,1 milhões (R\$ 165,8 milhões, líquidos de IRRF).

Essa distribuição de resultado, consignada nas demonstrações financeiras de 2016, representa 40,5% do lucro distribuível, o equivalente a R\$ 1,5500 por ação (R\$ 1,2200 em 2015), destinados aos acionistas pessoas jurídicas, que sejam dispensados de retenção de imposto de renda, ou R\$1,3175 por ação (R\$ 1,0370 em 2015), líquido de IRRF, destinados aos acionistas pessoas físicas.



7

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

- Balanço patrimonial
- Demonstração de resultados
- Demonstração do resultado abrangente
- Demonstração da mutação do patrimônio líquido
- Demonstração de fluxos de caixa
- Demonstração do valor adicionado

BALANÇO PATRIMONIAL

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015
(Em milhares de Reais, exceto o lucro líquido por ação)

Ativo	Controladora		Consolidado		Passivo	Controladora		Consolidado	
	2016	2015	2016	2015		2016	2015	2016	2015
Circulante					Circulante				
Caixa e equivalentes de caixa	859.290	348.448	860.104	348.800	Fornecedores	142.425	135.946	142.333	135.946
Contas a receber de clientes	725.363	597.942	725.363	597.952	Financiamentos e empréstimos com instituições financeiras	297.622	370.582	297.622	370.582
Estoques	587.721	675.280	587.745	675.304	Financiamento de impostos	5.354	13.980	5.354	13.980
Tributos a recuperar	156.160	238.785	156.225	238.838	Financiamentos diretos	45.052	7.467	45.052	7.467
Aplicações financeiras	204	6.142	204	6.142	Obrigações sociais e trabalhistas	140.510	124.688	140.695	124.855
Instrumentos financeiros derivativos	0	23.129	0	23.129	Imposto de renda e contribuição social a pagar	5.764	399	5.800	399
Outros créditos	17.371	15.737	17.702	15.943	Obrigações fiscais	56.873	58.312	56.950	58.350
Despesas antecipadas	4.528	1.716	4.528	1.716	Adiantamentos de clientes	7.036	11.286	7.036	11.286
					Instrumentos financeiros derivativos	14.497	1.026	14.497	1.026
	2.350.637	1.907.179	2.351.871	1.907.824	Outras contas a pagar	46.458	30.077	45.364	28.968
					Dividendos propostos	51.524	21.668	51.524	21.668
					Subvenções governamentais	4.714	9.175	4.714	9.175
						817.829	784.606	816.941	783.702
Não circulante					Não circulante				
Realizável a longo prazo					Financiamentos e empréstimos com instituições financeiras	262.454	294.616	262.454	294.616
Aplicações financeiras	10.339	4.070	10.339	4.070	Financiamento de impostos	3.878	1.551	3.878	1.551
Depósitos judiciais	75.534	71.801	75.539	71.806	Financiamentos diretos	29.056	66.948	29.056	66.948
Tributos a recuperar	81.514	85.015	81.514	85.015	Obrigações fiscais	968	968	968	968
Incentivos fiscais/outras créditos	9.079	12.699	9.077	12.696	Imposto de renda e contribuição social diferidos passivo	130.391	129.984	130.391	129.984
					Outras contas a pagar	4.140	9.858	4.182	9.906
	176.466	173.585	176.469	173.587	Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	99.569	94.957	99.569	94.957
						530.456	598.882	530.498	598.930
Investimentos					Patrimônio líquido				
Propriedades para investimento	23.065	22.862	23.065	22.862	Capital social	1.705.452	1.701.692	1.705.452	1.701.692
Imobilizado	2.296.033	2.155.275	2.297.077	2.156.361	Reservas de capital	16.529	16.529	16.529	16.529
Intangível	832.423	838.803	832.423	838.803	Ajustes acumulados de conversão	98	120	98	120
					Reservas de lucros	2.544.398	1.938.909	2.544.398	1.938.909
					Dividendos adicionais	67.129	59.695	67.129	59.695
	3.331.254	3.193.254	3.329.174	3.191.753	Total do patrimônio líquido dos acionistas controladores	21	4.333.606	3.716.945	4.333.606
Total do ativo	5.681.891	5.100.433	5.681.045	5.099.577	Total do passivo e patrimônio líquido		5.681.891	5.100.433	5.681.045

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015
(Em milhares de Reais, exceto o lucro líquido por ação)

	Controladora		Consolidado	
	2016	2015	2016	2015
Receita operacional líquida	5.328.071	4.622.164	5.328.071	4.622.164
Custos dos produtos vendidos	(3.458.266)	(3.182.868)	(3.457.167)	(3.183.076)
Subvenções para investimentos estaduais	214.774	216.680	214.774	216.680
Lucro bruto	2.084.579	1.655.976	2.085.678	1.655.768
Receitas (despesas) operacionais				
Despesas de vendas	(980.905)	(897.267)	(980.905)	(897.267)
Despesas administrativas	(179.616)	(157.751)	(179.957)	(158.076)
Honorários da administração	(11.833)	(11.416)	(11.833)	(11.416)
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	(112.298)	(8.309)	(112.379)	(8.324)
Resultado antes das receitas (despesas) financeiras líquidas, equivalência patrimonial e impostos	799.927	581.233	800.604	580.685
Receitas financeiras	205.352	161.812	205.407	161.847
Despesas financeiras	(173.833)	(100.444)	(173.835)	(100.447)
Receitas (despesas) financeiras líquidas	31.519	61.368	31.572	61.400
Resultado da equivalência patrimonial	560	(516)	0	-
Resultado antes do imposto de renda e da contribuição social	832.006	642.085	832.176	642.085
Imposto de renda e contribuição social	(47.607)	(38.160)	(47.777)	(38.160)
Lucro do exercício	784.399	603.925	784.399	603.925
Resultado atribuível aos: Acionistas controladores	784.399	603.925	784.399	603.925
Lucro líquido do exercício	784.399	603.925	784.399	603.925
Lucro por ação ordinária - básico e diluído - R\$	6,94158	5,33679	6,94158	5,33679
Quantidade média de ações (ex-ações em tesouraria)	113.000.000	113.162.592	113.000.000	113.162.592

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO ABRANGENTE

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015
(Em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado	
	2016	2015	2016	2015
Lucro líquido do exercício	784.399	603.925	784.399	603.925
Outros resultados abrangentes a serem reclassificados para o resultado do exercício em períodos subsequentes				
Diferenças cambiais de conversão de controladas no exterior	(22)	47	(22)	47
Ganhos em participações societárias	-	(3)	-	(3)
	(22)	44	(22)	44
Total dos resultados abrangentes	784.377	603.969	784.377	603.969

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras

DEMONSTRAÇÃO DA MUTAÇÃO DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO

Exercício findo em 31 de dezembro de 2015
(Em milhares de Reais)

	Reservas de capital				Reservas de lucros							Total do Patrimônio Líquido
	Capital social	Reserva de incentivos fiscais	Reserva especial	Reserva de incentivos fiscais	Reserva Legal	Reserva para plano de investimento	Ajuste de Avaliação Patrimonial	Ajustes acumulados de conversão	(-) Ações em Tesouraria	Lucros acumulados	Dividendos adicionais	
Saldos em 31 de dezembro de 2014	990.014	-	16.529	1.098.244	152.884	972.836	3	73	-	-	55.060	3.285.643
Aumento de capital	711.678	-	-	(711.678)	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido do exercício	-	-	-	-	-	-	-	-	-	603.925	-	603.925
Outros resultados abrangentes a serem reclassificados para o resultado do exercício em períodos subsequentes												
Diferenças cambiais de conversão de operações no exterior	-	-	-	-	-	-	-	47	-	-	-	47
Ganhos em Participações Societárias	-	-	-	-	-	-	(3)	-	-	-	-	(3)
Total dos resultados abrangentes	-	-	-	-	-	-	(3)	47	-	603.925	-	603.969
Transações com acionistas, registrados diretamente no patrimônio líquido												
Distribuições para os acionistas												
Aprovação dos dividendos adicionais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(55.060)	(55.060)
Dividendos mínimos obrigatórios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(78.165)	-	(78.165)
Dividendos adicionais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(59.695)	59.695	-
Aquisição de ações em tesouraria	-	-	-	-	-	-	-	-	(39.442)	-	-	(39.442)
Cancelamento de ações em tesouraria	-	-	-	-	-	(39.442)	-	-	39.442	-	-	-
Outras distribuições do lucro:												
Reserva legal	-	-	-	-	30.197	-	-	-	-	(30.197)	-	-
Reserva de incentivos fiscais - IRPJ	-	-	-	44.388	-	-	-	-	-	(44.388)	-	-
Reserva de incentivos fiscais - ICMS	-	-	-	216.680	-	-	-	-	-	(216.680)	-	-
Reserva estatutária	-	-	-	-	-	174.800	-	-	-	(174.800)	-	-
Saldos em 31 de dezembro de 2015	1.701.692	-	16.529	647.634	183.081	1.108.194	-	120	-	-	59.695	3.716.945

DEMONSTRAÇÃO DA MUTAÇÃO DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO

Exercício findo em 31 de dezembro de 2016
(Em milhares de Reais)

	Reservas de capital			Reservas de lucros					Total do Patrimônio Líquido	
	Capital social	Reserva de incentivos fiscais	Reserva especial	Reserva de incentivos fiscais	Reserva legal	Reserva para plano de investimento	Ajustes acumulados de conversão	Lucros acumulados		Dividendos adicionais
Saldos em 31 de dezembro de 2015	1.701.692	-	16.529	647.634	183.081	1.108.194	120	-	59.695	3.716.945
Aumento de capital	3.760	-	-	3.760	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido do exercício	-	-	-	-	-	-	-	784.399	-	784.399
Outros resultados abrangentes a serem reclassificados para o resultado do exercício em períodos subsequentes										
Diferenças cambiais de conversão de operações no exterior	-	-	-	-	-	-	(22)	-	-	(22)
Total dos resultados abrangentes	-	-	-	-	-	-	(22)	784.399	-	784.377
Transações com acionistas, registrados diretamente no patrimônio líquido										
Distribuições para os acionistas										
Aprovação dos dividendos adicionais	-	-	-	-	-	-	-	-	(59.695)	(59.695)
Dividendos mínimos obrigatórios	-	-	-	-	-	-	-	(108.021)	-	(108.021)
Dividendos adicionais	-	-	-	-	-	-	-	(67.129)	67.129	-
Outras distribuições do lucro:										
Reserva legal	-	-	-	-	39.220	-	-	(39.220)	-	-
Reserva de incentivos fiscais - IRPJ	-	-	-	98.320	-	-	-	(98.320)	-	-
Reserva de incentivos fiscais - ICMS	-	-	-	214.774	-	-	-	(214.774)	-	-
Reserva estatutária	-	-	-	-	-	256.935	-	(256.935)	-	-
Saldos em 31 de dezembro de 2016	1.705.452	-	16.529	956.968	222.301	1.365.129	98	-	67.129	4.333.606

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXOS DE CAIXA - MÉTODO INDIRETO

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015
(Em milhares de Reais, exceto o lucro líquido por ação)

	Controladora		Consolidado	
	2016	2015	2016	2015
Fluxos de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido antes do imposto de renda e da contribuição social	832.006	642.085	832.176	642.085
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	118.814	105.951	118.814	105.951
Custo na venda de ativos permanentes	1.473	317	1.473	317
Equivalência patrimonial	(560)	516	-	-
Atualização dos financiamentos e das aplicações financeiras, variações cambiais ativas e passivas	(16.373)	150.105	(16.373)	150.105
Atualização Créditos tributários de Pis e Cofins s/ importação	(3.790)	(98.678)	(3.790)	(98.678)
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	4.612	36.014	4.612	36.014
Provisão / perda do valor recuperável de clientes	14.046	23.308	14.046	23.308
Perda do valor recuperável dos estoques	5.837	1.342	5.837	1.342
Provisão / Perda para redução do valor recuperável do imobilizado e intangível	10.650	-	10.650	-
Variações nos ativos e passivos				
(Aumento) em contas a receber de clientes	(141.467)	(29.804)	(141.457)	(29.621)
(Aumento) redução nos estoques	84.743	(210.388)	84.927	(210.193)
(Aumento) redução nas aplicações financeiras	6.338	(4.656)	6.338	(4.656)
(Aumento) redução nos impostos a recuperar	110.280	(7.010)	110.280	(7.012)
(Aumento) redução em outros créditos	17.698	(17.031)	17.574	(17.117)
Aumento (redução) em fornecedores	6.480	48.437	6.388	48.426
Redução nos impostos e contribuições	(21.434)	(7.360)	(21.395)	(7.368)
Redução nas subvenções governamentais	(4.461)	(234)	(4.461)	(234)
Aumento em contas a pagar e provisões	36.263	22.730	36.268	22.811
Juros e variações cambiais pagos	(55.152)	(128.372)	(55.152)	(128.372)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(46.127)	(36.950)	(46.274)	(36.956)
Liberação de incentivos para Reinvestimentos	3.761	533	3.761	533
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	963.637	490.855	964.242	490.685
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisição de imobilizado e intangível	(258.964)	(398.548)	(259.107)	(398.549)
Amortização de dívida da aquisição de empresas	(7.887)	(11.205)	(7.887)	(11.205)
Aplicação financeira a longo prazo	(6.454)	-	(6.454)	-
Resgate aplicação financeira a longo prazo	815	-	815	-
Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades de investimentos	(272.490)	(409.753)	(272.633)	(409.754)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Juros sobre capital próprio pagos	(137.860)	(194.112)	(137.860)	(194.112)
Financiamentos tomados	388.514	476.684	388.514	476.684
Aquisição de ações de emissão da própria companhia	-	(39.442)	-	(39.442)
Pagamentos de financiamentos	(430.959)	(422.544)	(430.959)	(422.544)
Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades de financiamentos	(180.305)	(179.414)	(180.305)	(179.414)
Demonstrações do aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa				
No início do exercício	348.448	446.760	348.800	447.283
No fim do exercício	859.290	348.448	860.104	348.800
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	510.842	(98.312)	511.304	(98.483)

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015
(Em milhares de Reais, exceto o lucro líquido por ação)

	Controladora		Consolidado	
	2016	2015	2016	2015
Receitas				
Vendas de mercadorias, produtos e serviços	6.043.705	5.284.528	6.043.705	5.284.528
Outras receitas	36.827	78.652	36.827	78.652
Receitas relativas à construção de ativos próprios	74.326	121.431	74.326	121.431
Provisão/ perda do valor recuperável de clientes	(14.017)	(23.308)	(14.017)	(23.308)
	6.140.841	5.461.303	6.140.841	5.461.303
Insumos adquiridos de terceiros				
Custos dos produtos e das mercadorias vendidos e dos serviços prestados	(2.330.053)	(2.160.312)	(2.328.955)	(2.160.520)
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	(1.405.623)	(1.275.241)	(1.405.872)	(1.275.460)
Perdas/recuperação de valores ativos	(10.650)	-	(10.650)	-
Materiais relativos à construção de ativos próprios	(40.355)	(88.734)	(40.355)	(88.734)
	(3.786.681)	(3.524.287)	(3.785.832)	(3.524.714)
Valor adicionado bruto	2.354.160	1.937.016	2.355.009	1.936.589
Retenções				
Depreciação e amortização	(118.814)	(105.951)	(118.814)	(105.951)
Valor adicionado líquido produzido	2.235.346	1.831.065	2.236.195	1.830.638
Valor adicionado recebido em transferência				
Resultado de equivalência patrimonial	560	(516)	-	-
Receitas financeiras	205.352	161.812	205.407	161.847
Valor adicionado total a distribuir	2.441.258	1.992.361	2.441.602	1.992.485
Distribuição do valor adicionado				
Pessoal e encargos	808.638	761.962	808.758	762.058
Remuneração direta	529.056	510.816	529.157	510.896
Benefícios	229.073	203.512	229.092	203.528
FGTS	50.509	44.573	50.509	44.573
Outros	-	3.061	-	3.061
Impostos, taxas e contribuições	649.613	502.901	649.835	502.926
Federais	396.603	312.193	396.805	312.218
Estaduais	244.798	184.013	244.798	184.013
Municipais	8.212	6.695	8.232	6.695
Remuneração de capitais de terceiros	198.608	123.573	198.610	123.576
Juros	173.833	100.444	173.835	100.447
Aluguéis	24.775	23.129	24.775	23.129
Remuneração de capitais próprios	784.399	603.925	784.399	603.925
Dividendos e juros sobre capital próprio	175.150	137.860	175.150	137.860
Incentivos fiscais	313.095	261.068	313.095	261.068
Lucros retidos	296.154	204.997	296.154	204.997
	2.441.258	1.992.361	2.441.602	1.992.485



8

**CARTA DE
ASSEGUARAÇÃO**

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2016

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 asseguração limitada sobre a compilação dos indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguração limitada, contidos no Relatório Anual 2016 da M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimento, relativos ao exercício findo em 31 de dezembro de 2016.

Responsabilidades da administração sobre o Relatório Anual 2016

- 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 asseguração limitada, contidos no Relatório Anual 2016, 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 asseguração, contidos no Relatório Anual 2016, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01 – “Emissão de Relatório de Asseguração Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social”, emitido pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC, com base na NBC TO 3000 – “Trabalhos de Asseguração 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 asseguração limitada, contidos no Relatório Anual 2016, tomados em conjunto, estão livres de distorções relevantes.
- 4 Um trabalho de asseguração 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 asseguração limitada sobre os indicadores tomados em conjunto. Um trabalho de asseguração 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.
- 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 asseguração limitada, contidos no Relatório Anual 2016, 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 asseguração limitada, contidos no Relatório Anual 2016 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 2016; e

- 6 Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aplicação de procedimentos quanto à aderência às diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI-G4) aplicáveis na compilação dos indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo abaixo, contidos no Relatório Anual 2016.

- 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 asseguração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguração razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião sobre os indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo acima, contidos no Relatório Anual 2016. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança razoável de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguração 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 asseguração limitada, contidos no Relatório Anual 2016. 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 2016 da M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimento, relativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2016, 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, 02 de março de 2017

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

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



ÍNDICE GRI

ÍNDICE GRI

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS

Conteúdos padrão gerais	Página (ou Link)	Verificação externa
-------------------------	------------------	---------------------

ESTRATÉGIA E ANÁLISE

G4-1	Páginas 4 e 5	
------	---------------	--

PERFIL ORGANIZACIONAL

G4-3	Páginas 10 a 12	
G4-4	Páginas 10 a 12	
G4-5	Páginas 10 a 12	
G4-6	Páginas 10 a 12	
G4-7	Páginas 10 a 12	
G4-8	Páginas 10 a 12	
G4-9	Páginas 10 a 12	
G4-10	Página 113. A Companhia contava com 16.460 colaboradores em dezembro de 2016. 100% deles são permanentes, ou seja, possuem contrato de trabalho com prazo indeterminado e emprego em tempo integral.	Sim
G4-11	100% dos colaboradores são cobertos por acordos coletivos.	
G4-12	Página 47 e 48	
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 de Indústria 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 30 a 37	
G4-19	Páginas 30 a 37	
G4-20	Páginas 30 a 37	
G4-21	Páginas 30 a 37	
G4-22	Não houve alterações significativas.	
G4-23	Não houve alterações significativas.	

ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS

G4-24	Páginas 30 a 37
G4-25	Páginas 30 a 37
G4-26	Páginas 30 a 37
G4-27	Página 106 (Investimento Social e Comunidades) e página 123 (Transparência e Diálogo – Clientes e Consumidores).

PERFIL DO RELATÓRIO

G4-28	Páginas 30 a 37
G4-29	Páginas 30 a 37
G4-30	Páginas 30 a 37
G4-31	Páginas 30 a 37
G4-32	Páginas 30 e 166 a 169
G4-33	Páginas 156 a 158

GOVERNANCA

G4-34	Página 64 e site da Companhia: www.mdiasbranco.com.br/ri
-------	---

ÉTICA E INTEGRIDADE

G4-56	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 O Código de Ética pode ser acessado em: http://mdiasbranco.com.br/codigo-de-etica/
-------	---

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

Aspectos Materiais	Inf. sobre a forma de gestão e indicadores	Omissões	Verificação externa
--------------------	--	----------	---------------------

ECONÔMICOS

G4-EC1	Páginas 15 e 135		
G4-EC4	Página 132		
G4-EC8	Páginas 106, 107, 108 e 109	O encerramento das atividades da unidade de Jaboticabal/SP, ocorrido em dezembro de 2015, acarretou a redução no quadro de empregados da Companhia, tendo esta, no entanto, adotado todas as medidas necessárias para garantir um adequado suporte aos seus ex-colaboradores.	

NUTRIÇÃO E SAUDABILIDADE

FP7-DMA	Página 74		
FPSD-FP7	Página 27 e 75		Sim

EMBALAGES E RESÍDUOS

G4-DMA	Página 77		
G4-EN1	Página 79	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 80		
G4-EN23	Página 81 e 82		Sim

ÁGUA-EFLUENTES

G4-DMA	Página 84 e 85		
G4-EN8	Página 85 e 86		Sim
G4-EN10	Página 87		
G4-DMA	Página 89 e 90		
G4-EN22	Página 90		Sim

ENERGIA-EMISSIONES

G4-DMA	Páginas 91 a 93		
G4-EN3	Página 92	Estão inclusos 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 foi 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 92	Estão inclusos os valores de todas as unidades industriais. Informações revisadas e atualizadas, pois no Relatório de 2014 não foi divulgado 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 94		
G4-EN15	Página 94	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..	
G4-EN21	Página 95		
G4-EN30	Página 94		

COMUNIDADES E INVESTIMENTO SOCIAL

G4-DMA	Páginas 95		
G4-SO1	Páginas 105, 106 e 122		Sim
G4-SO2	Página 106		

TRANSPARÊNCIA E DIÁLOGO

G4-DMA	Página 117		
G4-LA2	Página 117		
G4-DMA	Página 120 e 121		
G4-LA6	Páginas 120 e 121	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 em relação ao ano base de 2014. A partir de 2015, os dados incluem todas as unidades industriais.	Sim
G4-LA7	Página 121		
G4-DMA	Página 114 e 115		
G4-LA9	Página 27 e 114		Sim
G4-LA11	Páginas 116 e 118		
G4-HR12	Página 54 e 55		
G4-PR2	Página 123		
G4-PR4	Página 123		
G4-PR6	Página 123		
G4-PR7	Página 123		
G4-PR9	Página 123		

INSUMOS

G4-DMA	Página 125		
G4-EN1	Página 124	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 124		
G4-LA14	Página 125	O indicador é calculado considerando-se: Numerador – Quantidade de fornecedores qualificados; Denominador - total de fornecedores que participaram do processo de qualificação.	

EXPEDIENTE

RELATÓRIO ANUAL 2016

EDIÇÃO

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

COORDENAÇÃO-GERAL

Diretoria de Desenvolvimento Organizacional, Gerência Corporativa de Sustentabilidade e Gerência de Comunicação.

CONTEÚDO

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

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Vibri Design & Branding

FOTOS

Star Mania.
Arquivos Internos.
Banco de Imagem.

M. DIAS BRANCO

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

