

GA:DO MERCADO FINANCEIRO



M. Dias Branco

Alimentos e Bebidas

Giovanna Salustino - Associate

Pedro Waack - Associate



About

A M. Dias Branco é uma empresa focada na fabricação, venda e distribuição de bolachas, biscoitos e massas alimentícias. É uma das maiores indústrias de alimentos do Brasil, líder nacional nos mercados de massas e biscoitos e está entre as maiores do mundo nestes segmentos.

Com sede no Ceará, a empresa conta com cerca de 20 mil colaboradores distribuídos em 15 indústrias e diversas unidades de Comercialização e Distribuição.

Executives

Francisco Ivens Dias Branco

Chief Executive Officer

Maria Regina Leão Dias Branco

VP: Administration & Dev

Maria Dias Branco da Escóssia

VP: Finance

Board Members

Maria Consuelo Saraiva Leão Dias Branco

Prof. Dr. Affonso C. Pastore

Código da Ação	MDIA3
Preço-Alvo – BRL (YE19)	R\$21,78
Variação 52 semanas	- 14,50%
Preço Atual	R\$36,99
Upside/Downside	-41%
Recomendação	SELL

Fundamentos

P/L	24,09
Dividend Yield	0,92%
EV/EBIT	24,55
LPA	1,57
VPA	16,73
Margem Bruta	35,83%
Margem Líquida	8,60%
ROIC	8,24
ROE	6,83%
Div. Bruta/Patrim	0,21



Aquisição da Piraquê

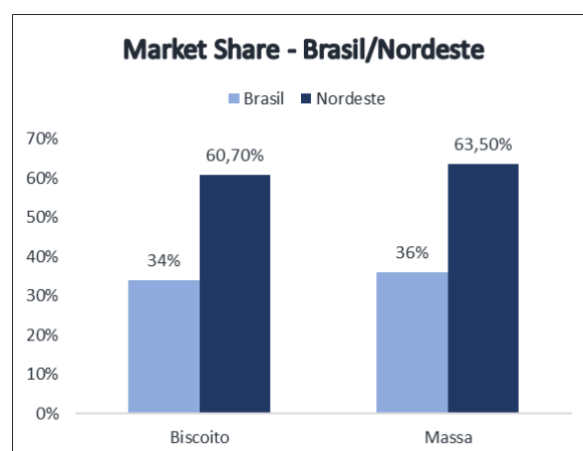
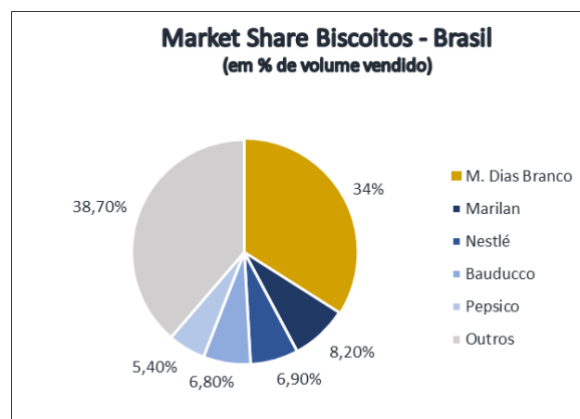
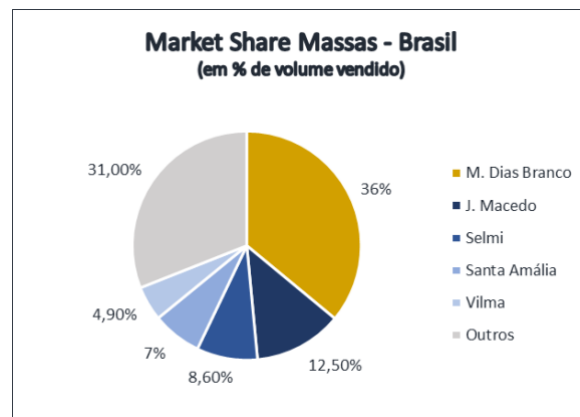
No dia 16 de maio de 2018, a M. Dias Branco concluiu a aquisição de 100% das ações da Indústria de Alimentos Piraquê S.A. ("Piraquê"). A operação foi avaliada em R\$1,55 bilhão.

De acordo com a Nielsen, antes da aquisição a Piraquê possuía 3,8% em volume de vendas do mercado de biscoitos, e a M. Dias Branco, 32,7%. Com a aquisição, a companhia passou a ter um market share brasileiro de 34%, o que representa um aumento de 4 pontos percentuais.

Influência no Nordeste

A M. Dias Branco, além de ser líder brasileira no mercado de massas e biscoitos, possui uma influência maior ainda no Nordeste. Em 2012, a empresa era responsável pela maior parte da fortuna da região.

Com o desfecho da operação de aquisição da Piraquê, a M. Dias Branco anunciou que iria acelerar o seu crescimento no Sul e Sudeste e ampliar as vendas de produtos de valor agregado mais alto com o novo portfólio. Atualmente, 70% da receita da empresa vem do Nordeste.



Canal de Vendas e Cash & Carry

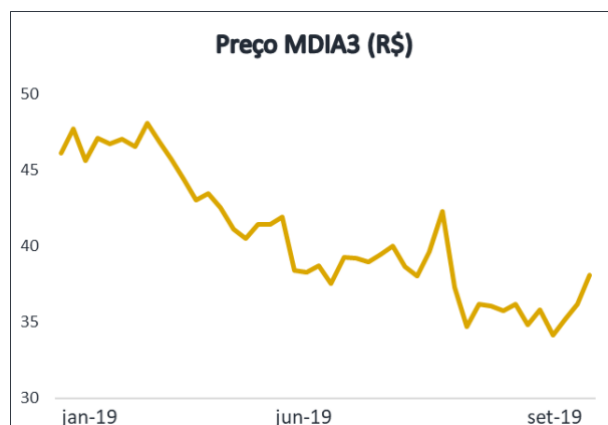
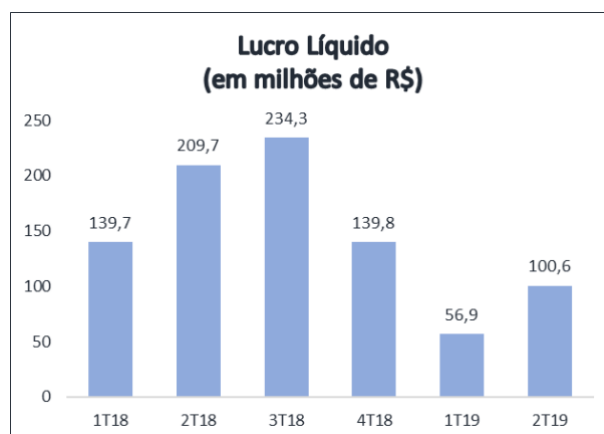
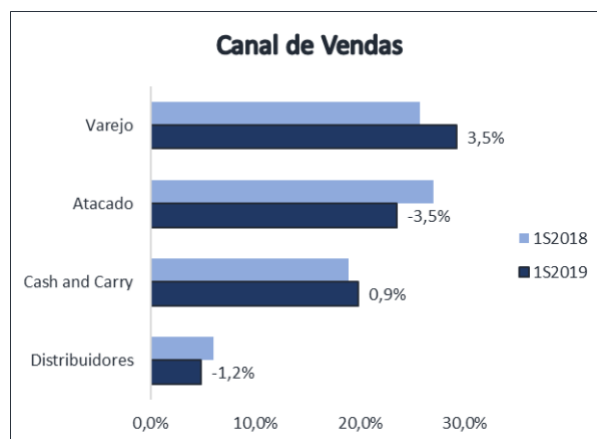
De 2018 a 2019, a empresa observou um aumento considerável do seu canal varejo e uma redução do atacado, que ocorreu, essencialmente, pela consolidação do mix de clientes da Piraquê, que tem a maior parte das vendas direcionada ao varejo.

Ressalta-se, ainda, o aumento da participação do “cash & carry”, cujo princípio é que o próprio cliente escolha o produto diretamente nas prateleiras, evitando assim os custos com vendedores, com transportes e com diversos tipos de serviços não essenciais.

Resultados Desfavoráveis

A M. Dias Branco encerrou o segundo trimestre com queda de 52% no lucro líquido, totalizando R\$100 milhões em comparação aos R\$209 milhões do mesmo período do ano passado. O lucro líquido do semestre também registrou queda de 54,9% e o EBITDA caiu 35,8%. Ainda, a receita líquida registrou alta de 4% no segundo trimestre, muito devido à alta do preço do trigo nesse período.

Os resultados negativos do lucro no primeiro semestre, juntos com os efeitos da guerra comercial entre os Estados Unidos e a China fizeram com que o preço da ação (MDIA3) despencasse 17% desde o começo do ano.





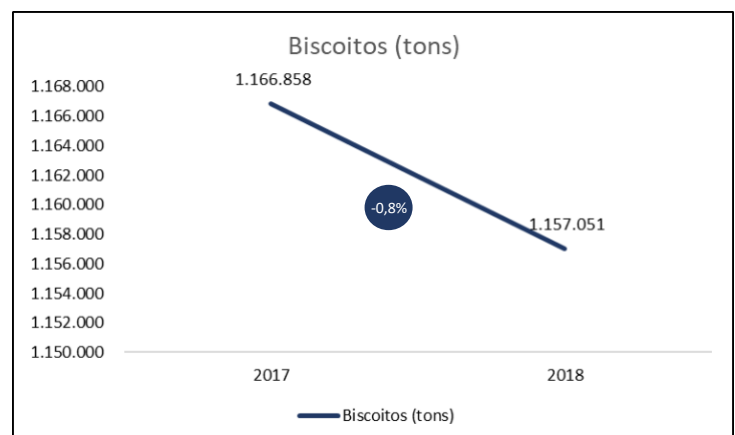
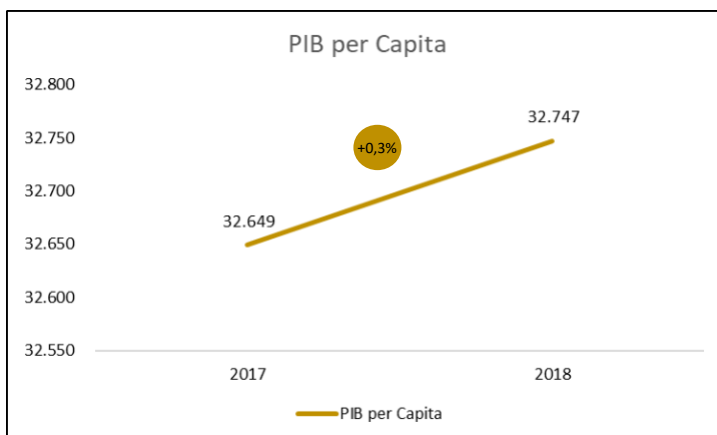
Estratégias de mitigação de riscos

O business da empresa tem como base dois produtos que se comportam de maneira distinta quando comparados em determinadas situações macroeconômicas. Por um lado, as massas possuem um caráter menos elástico, de modo que a quantidade vendida varia pouco, independentemente da situação financeira da população. Por outro lado, os biscoitos apresentam um comportamento mais elástico, de modo que a quantidade vendida está diretamente ligada à situação macroeconômica do país. Ou seja, quanto melhor a condição financeira geral, maior o consumo de biscoitos.

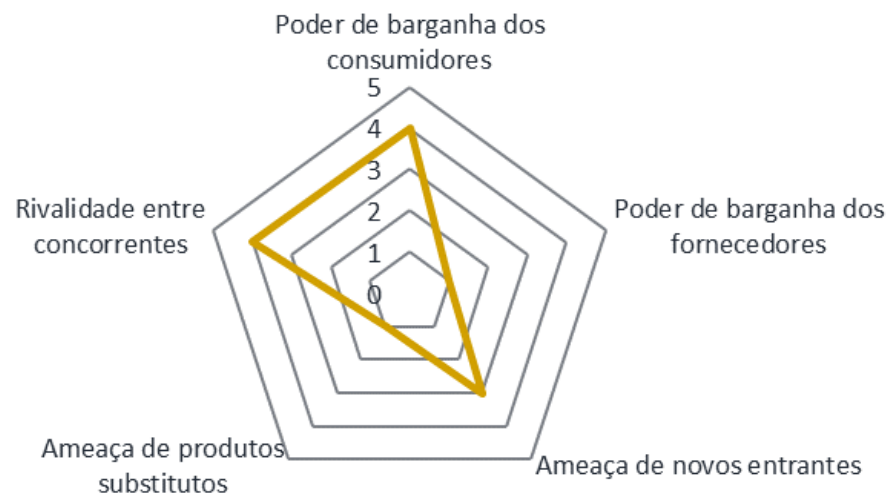
Sabendo da possível inversão na curva de demanda por biscoitos em um cenário econômico desfavorável, a empresa organizou sua linha de produção de modo que a alteração do produto fabricado seja fácil. Ou seja, a empresa tomou precauções para que a conversão de uma fábrica de biscoitos em uma fábrica de massa (e vice-versa) seja simples.

Entretanto, mesmo com a adoção dessa medida preventiva, não puderam ser observados melhoras expressivas no resultado da empresa, haja vista que, pelo fato de as massas serem produtos de menor elasticidade, uma piora no quadro econômico nacional não gera, obrigatoriamente, um aumento expressivo no consumo desse tipo de produto.

Além disso, ao realizar-se um estudo estatístico sobre a venda de biscoitos, pode-se afirmar que, mesmo em uma situação econômica favorável, a quantidade de biscoitos vendida não se altera significativamente. Isso pode ser explicado pela possibilidade de o consumidor optar por uma categoria de guloseimas mais premium, culminando em um cenário que não reflete as expectativas positivas de vendas de biscoitos.



Forças de Porter



Análise de Porter

O setor alimentício é um setor altamente competitivo, e os segmentos de massas e biscoitos não se distanciam dessa característica. A guerra de preços é um fator determinante para o poder de barganha dos consumidores, conseqüentemente a rivalidade entre concorrentes também é alta. Ainda que a M. Dias Branco seja a maior detentora de market share nesses segmentos, é possível observar um mercado altamente segmentado, deste modo, a ameaça de novos entrantes é significativa, ainda que haja algumas importantes barreiras de entrada ao se tratar de empresas de grande escala, como a necessidade de um grande investimento inicial e questões burocráticas como a regulamentação exigida pelos órgãos públicos competentes à atividade.



Disclaimer

Avisos – As informações contidas nesse relatório foram obtidas de fontes abertas ao público em geral, mas consideradas pelo(s) membro(s) da Liga do Mercado Financeira como confiável e fidedigna. A Liga do Mercado Financeiro não responde legalmente com nenhum tipo de garantia, uma vez que este relatório tem apenas **Fins Didáticos** e não consiste de forma alguma, como recomendação ou análise de um profissional cadastrado na CVM (Comissão de Valores Mobiliários). As informações **não** são destinadas para serem usadas como base de quaisquer decisões de investimentos por qualquer pessoa ou entidade, uma vez que, por se tratar de um relatório de **Uso Didático**, os responsáveis pelo mesmo, não estão aptos a divulgar informações legais sobre análises de companhias, para fins comerciais. Este relatório não é uma oferta para compra e venda de quaisquer ativos e títulos. A Liga do Mercado Financeiro da Unicamp e nenhum de seus membros associados, não tem nenhum interesse financeiro nos valores imobiliários dessa companhia.