

*M. Dias Branco*

# Apresentação dos Resultados

1T22



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

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

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

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



# 1T22 | Crescimento das vendas e do resultado ao longo do trimestre



- ✓ **R\$ 1,9 bilhão de Receita Líquida no 1T22, +26,8% vs. 1T21**, com expansão dos volumes e do preço médio;
- ✓ **Aumento sequencial do *market share*** em Biscoitos, Massas e Farinha de Trigo Doméstica;
- ✓ **Novos produtos** em Biscoitos e Farinha de Trigo Doméstica;
- ✓ **Manutenção dos ganhos de produtividade e eficiência** capturados nos últimos dois anos;
- ✓ **Expansão do EBITDA e do Lucro Líquido vs. o 1T21**;
- ✓ **Geração de caixa 2,5x maior** que no 1T21;
- ✓ **Alavancagem maior que no 1T21** em função dos JSCP Extraordinários;
- ✓ **Rating AAA Perspectiva Estável** reafirmado pela Fitch pelo 4º ano consecutivo;
- ✓ **Divulgação dos nossos compromissos de ESG até 2030.**

# ESTRATÉGIA CRESCIMENTO COM RENTABILIDADE

NEGÓCIO ATUAL

1



ATAQUE

DEFESA

INTERNACIONAL

2



OUTRAS CATEGORIAS

3



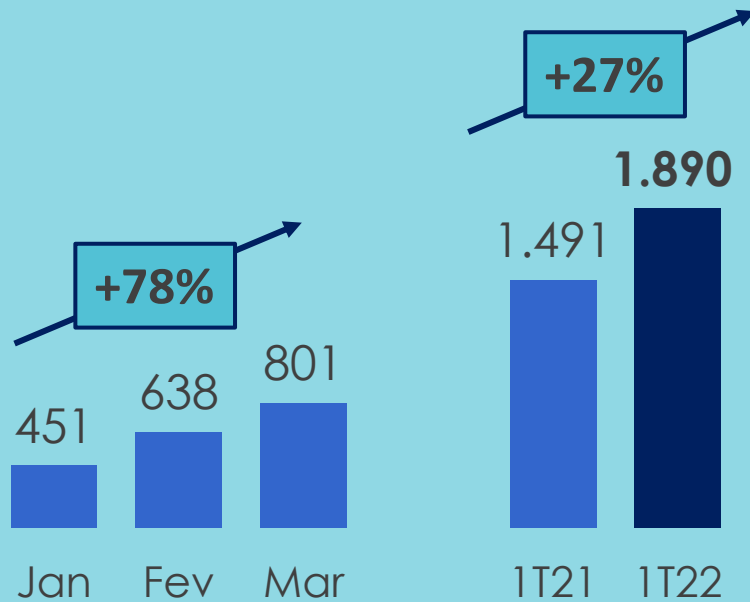
PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA



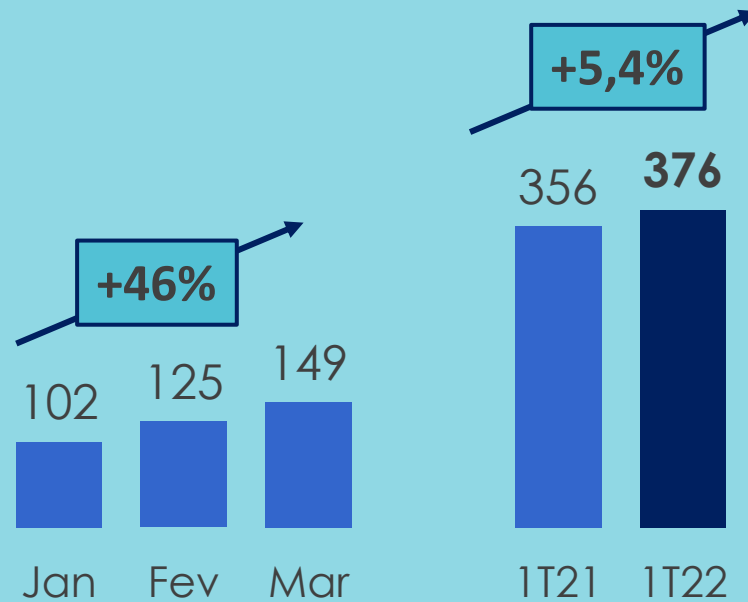
# Crescimento da Receita Líquida ao longo do trimestre, com expansão dos volumes e do preço médio



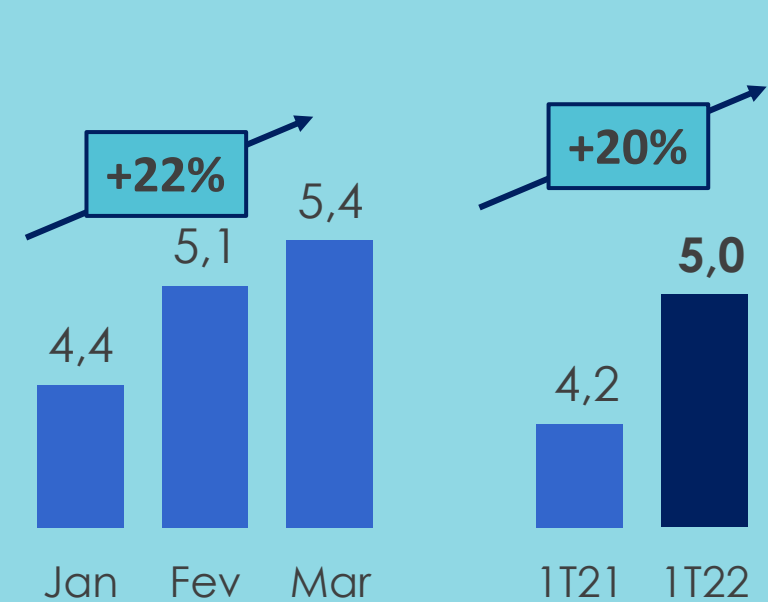
**Receita Líquida**  
(R\$ milhões)



**Volume Vendido**  
(Mil Ton.)



**Preço Médio**  
(R\$)



# Categorias de Atuação 1T22 vs. 1T21



**Receita Líquida**  
(R\$ milhões) **+26,8%**  
R\$ 1.890

**Volume Vendido**  
(Mil ton.) **+5,4%**  
376

**Preço Médio**  
(R\$/Kg) **+20,3%**  
R\$ 5,0

## BISCOITOS

RECEITA LÍQUIDA

**+32,0%**  
R\$ 933

VOLUME VENDIDO

**+10,9%**  
108

PREÇO MÉDIO

**+19,1%**  
R\$ 8,7



## MASSAS

RECEITA LÍQUIDA

**+23,4%**  
R\$ 390

VOLUME VENDIDO

**+7,0%**  
77

PREÇO MÉDIO

**+15,4%**  
R\$ 5,1

## FARINHA E FARELO

RECEITA LÍQUIDA

**+14,6%**  
R\$ 374

VOLUME VENDIDO

**+3,8%**  
170

PREÇO MÉDIO

**+10,6%**  
R\$ 2,2

## MARGARINAS E GORDURAS

RECEITA LÍQUIDA

**+32,2%**  
R\$ 145

VOLUME VENDIDO

**-13,7%**  
18

PREÇO MÉDIO

**+53,1%**  
R\$ 8,2

## OUTROS

RECEITA LÍQUIDA

**+48,8%**  
R\$ 49

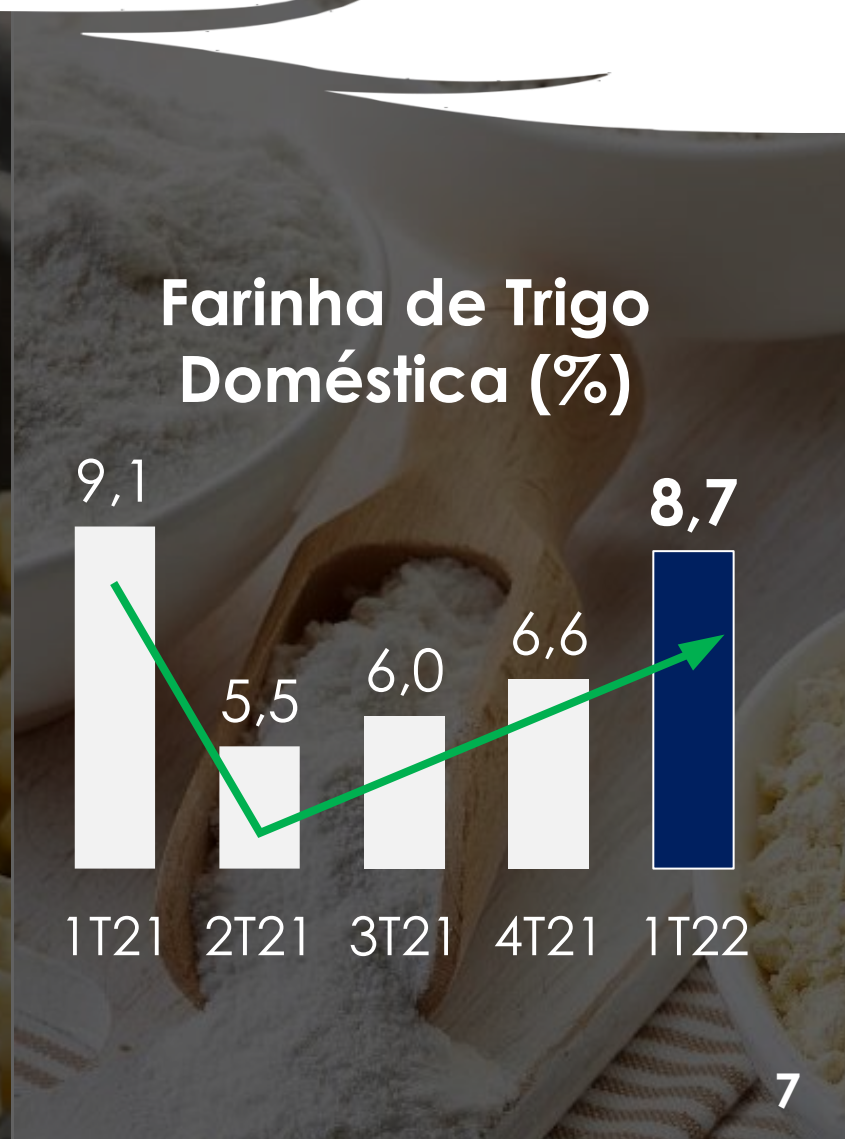
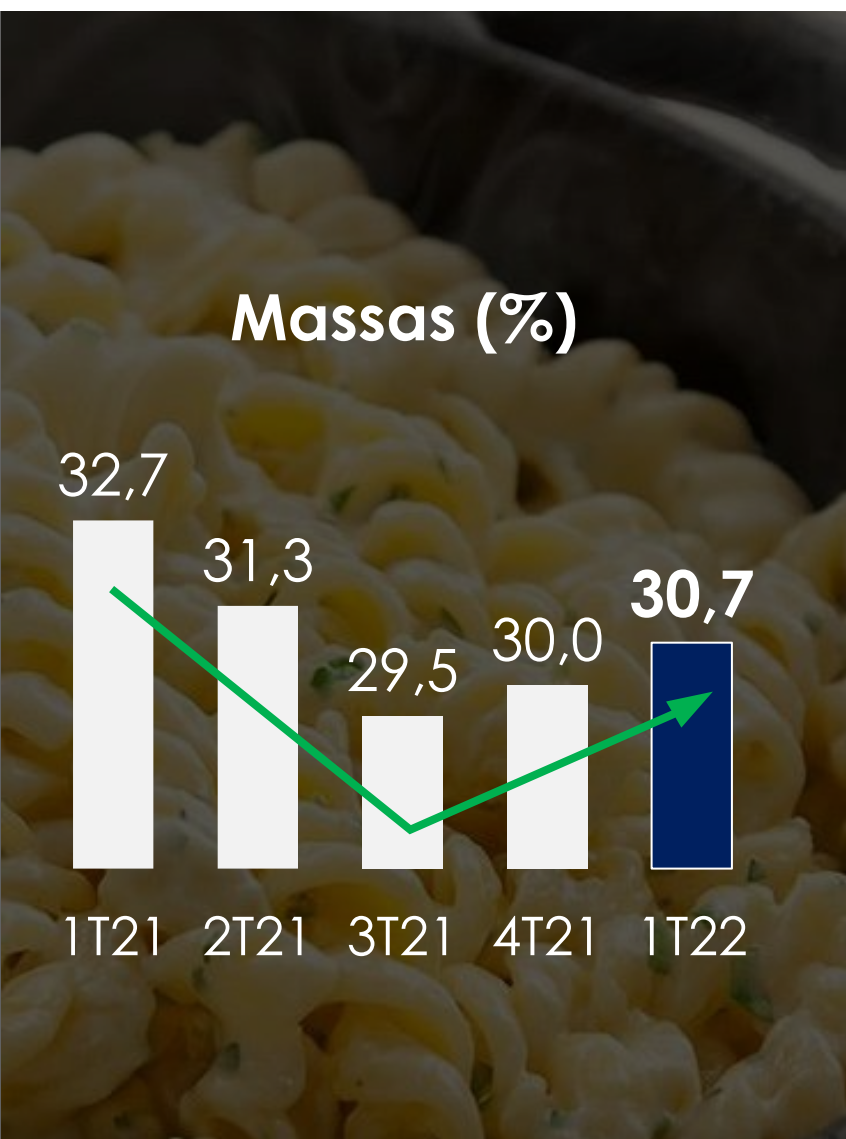
VOLUME VENDIDO

**0,0%**  
4

PREÇO MÉDIO

**+48,8%**  
R\$ 13,9

# Aumento sequencial do *market share* volume Brasil. Em Biscoitos, crescimento também frente ao 1T21



Fonte: Nielsen – Retail Index. Total Brasil. INA+C&C.

# Crescimento da receita líquida nas duas regiões comerciais do Brasil (Defesa e Ataque) | 1T22 vs.1T21



**Defesa**  
Norte e Nordeste

**+ 29%**

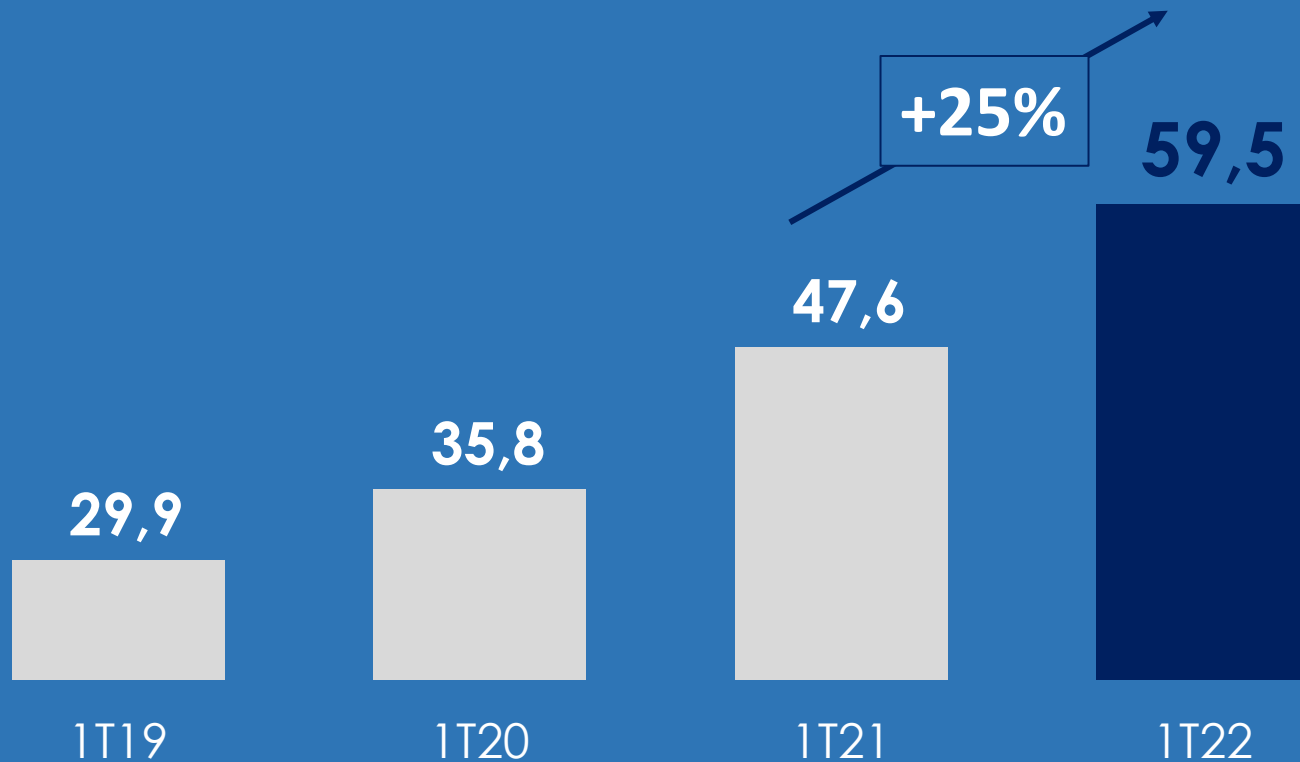
**Ataque**  
Centro-Oeste, Sudeste e Sul

**+ 27%**



# As inovações em Biscoitos seguem em patamares elevados, contribuindo para o aumento da receita e das margens

Receita Bruta de Lançamentos de Biscoitos\* (R\$ milhões)



CONHEÇA

M. Dias Branco

# Farinha de Trigo ADRIA

Início das vendas Mar/22

A FARINHA DAS NOSSAS RECEITAS



AGORA PARA AS SUAS



Entrada no segmento de farinhas premium doméstica

Fortalecimento da estratégia de expansão sobre a região de ataque

Diferenciais:

- Pureza
- Extra Clara
- Extrafina
- Enriquecida com vitaminas

# Aumento do preço médio, com contribuição dos lançamentos de itens com maior valor agregado

**Preço Médio Lançamentos**  
(R\$/Kg)

**24,5**  
R\$/Kg

**39,0**  
R\$/Kg

**21,9**  
R\$/Kg

**21,8**  
R\$/Kg

**24,8**  
R\$/Kg



**Preço Médio M. Dias Branco**  
(R\$/Kg)

**4,2**  
R\$/Kg

**4,4**  
R\$/Kg

**4,8**  
R\$/Kg

**4,9**  
R\$/Kg

**5,0**  
R\$/Kg

1T21

2T21

3T21

4T21

1T22

# Investimentos em marketing para alavancar as vendas, fortalecer as marcas e apoiar os lançamentos de produtos

 **piraquê** “Zeca – Isso tem um Q de Piraquê”



“Vitarella campanha de TV Abrace as diferenças”



# E-COMMERCE



Cornershop  
by Uber



Outros...

Crescimento  
1T22 vs. 1T21  
(Receita Bruta)

**80,1%**

**Nova Parceira no  
1T22**



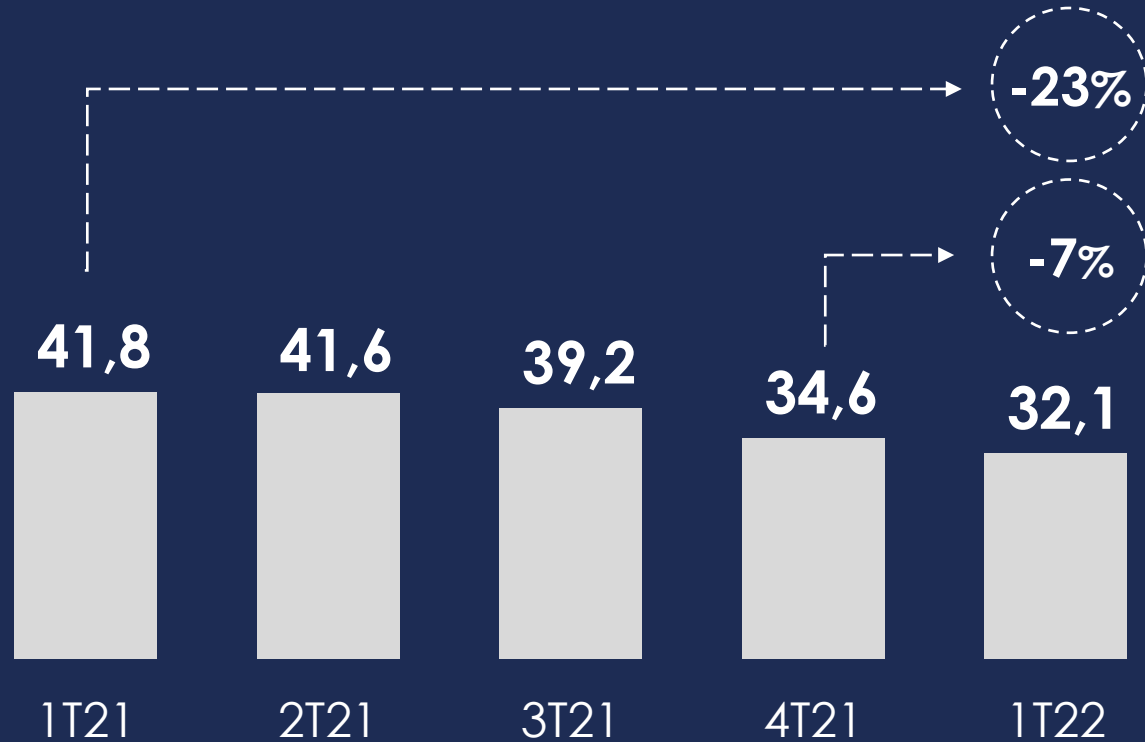
(B2B\_foco em *food service*)

## Plano 2022

1. Aumento da base de clientes através de novas parcerias
2. Alavancar as vendas através dos investimentos com visibilidade, ofertas e comissionamento
3. Uso do canal para inovações das marcas

As exportações seguem em patamares elevados. A retração é explicada pela elevação dos custos do frete internacional, por vendas não recorrentes em 2021 e pela valorização do Real frente ao dólar

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



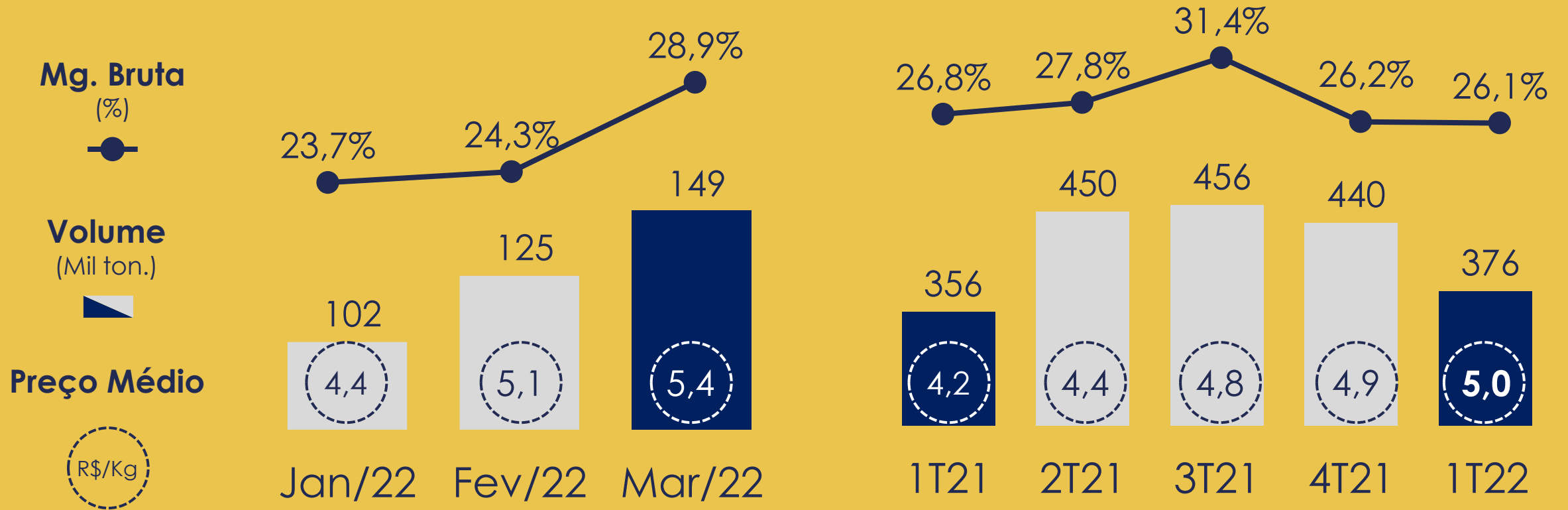
# CUSTOS & DESPESAS

---

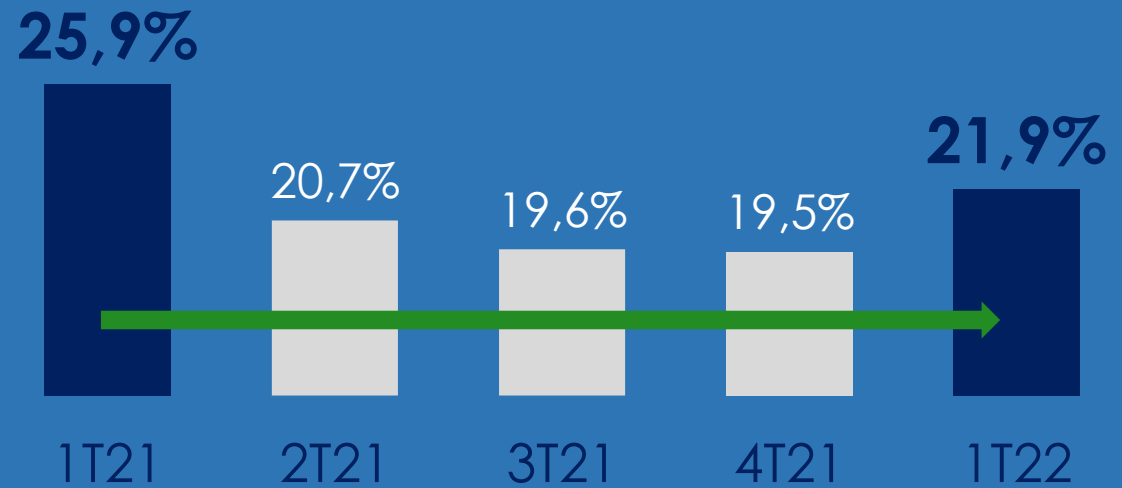
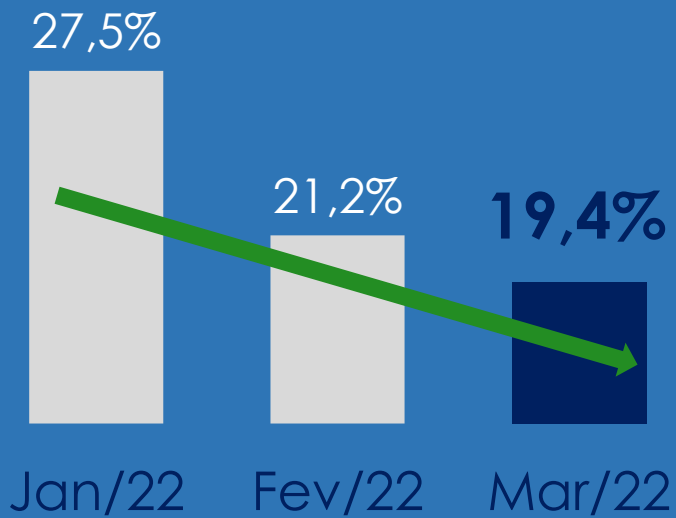
  
*M. Dias Branco*



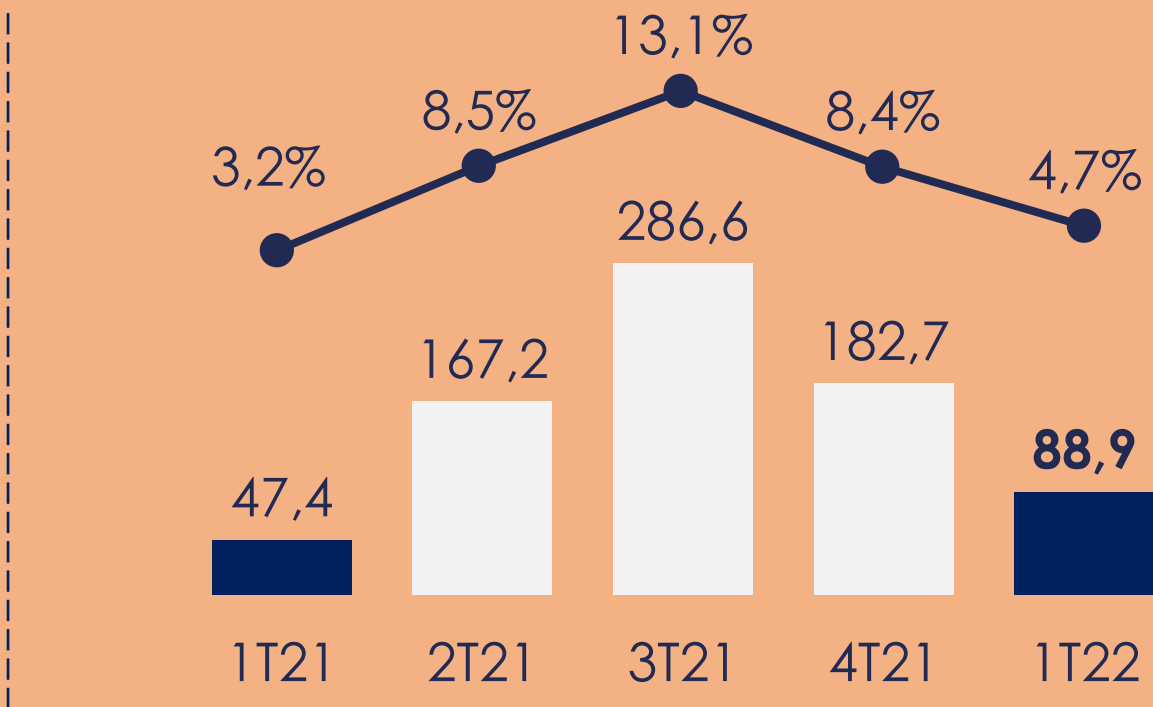
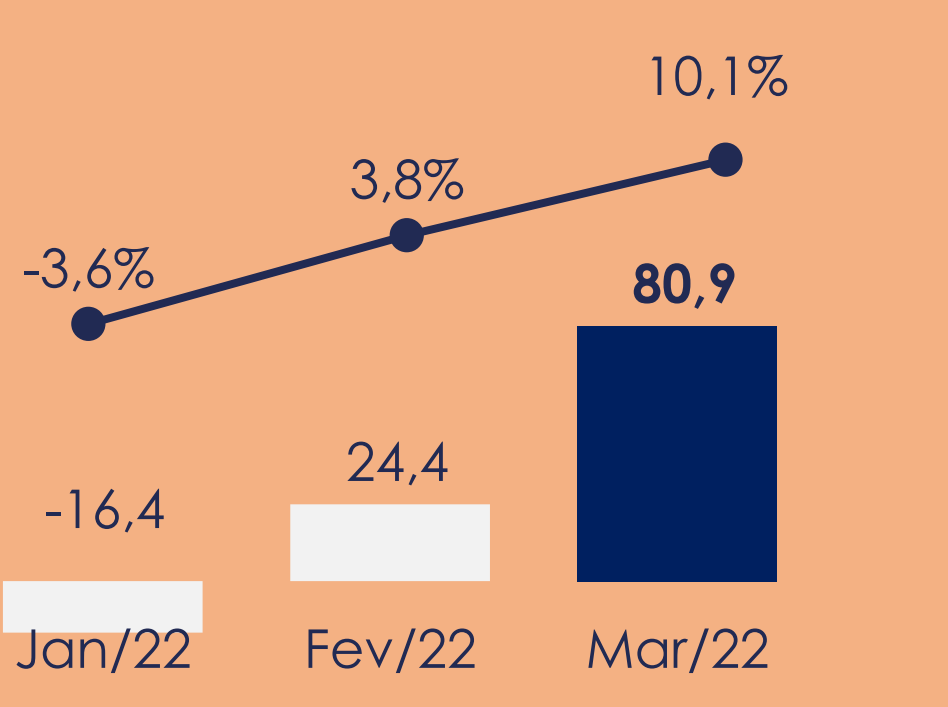
# Recuperação de margem bruta ao longo do trimestre pela expansão dos volumes e aumento do preço médio



As despesas administrativas e com vendas (SG&A % da Receita Líquida) foram menores que no 1T21, com evolução favorável ao longo do 1T22, resultado dos programas de produtividade e eficiência realizados desde 2020



# Crescimento de 88% do EBITDA vs. o 1T21, com aumento da margem EBITDA ao longo do trimestre



**EBITDA** (R\$ milhões)     
 **Mg. EBITDA** (%)

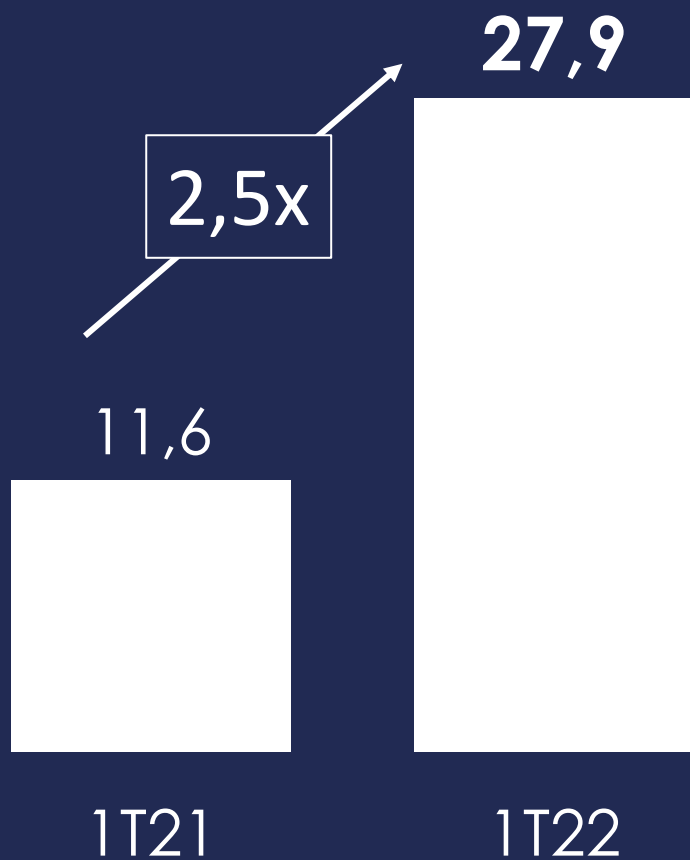


# GERAÇÃO DE CAIXA, DÍVIDA e INVESTIMENTOS

---

  
*M. Dias Branco*

# Geração de Caixa Operacional (R\$ milhões)

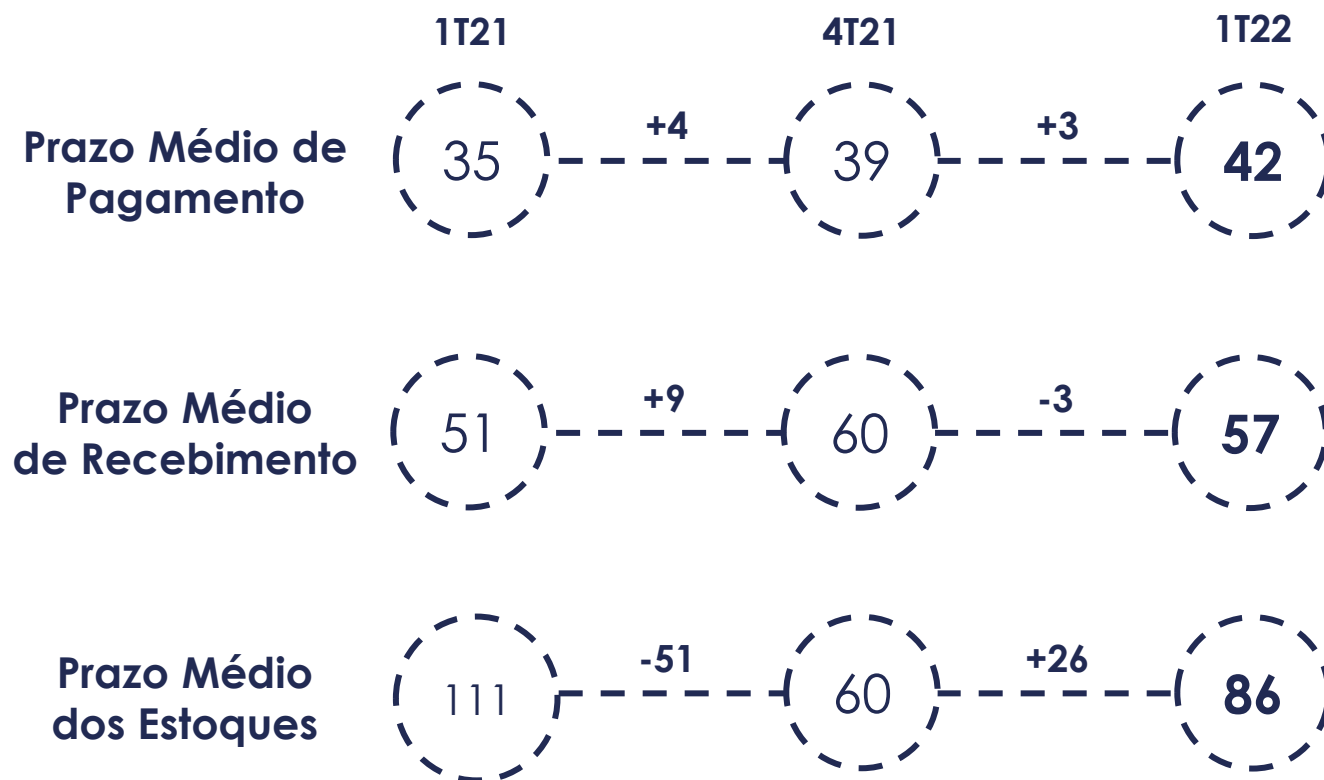


## Capital de Giro

### Prazos Médios (Dias)



*Seguimos avançando com o alongamento do prazo médio de pagamento*



# Destques Investimentos

	1T22	4T21	1T21
<b>Total</b> (R\$ MM)	R\$ 50,2 (3% RL)	R\$ 72,7 (3% RL)	R\$ 40,7 (3% RL)
<b>Variação</b> (%)	<b>-30,9%</b> (1T22 vs. 4T21)	<b>+23,3%</b> (1T22 vs. 1T21)	

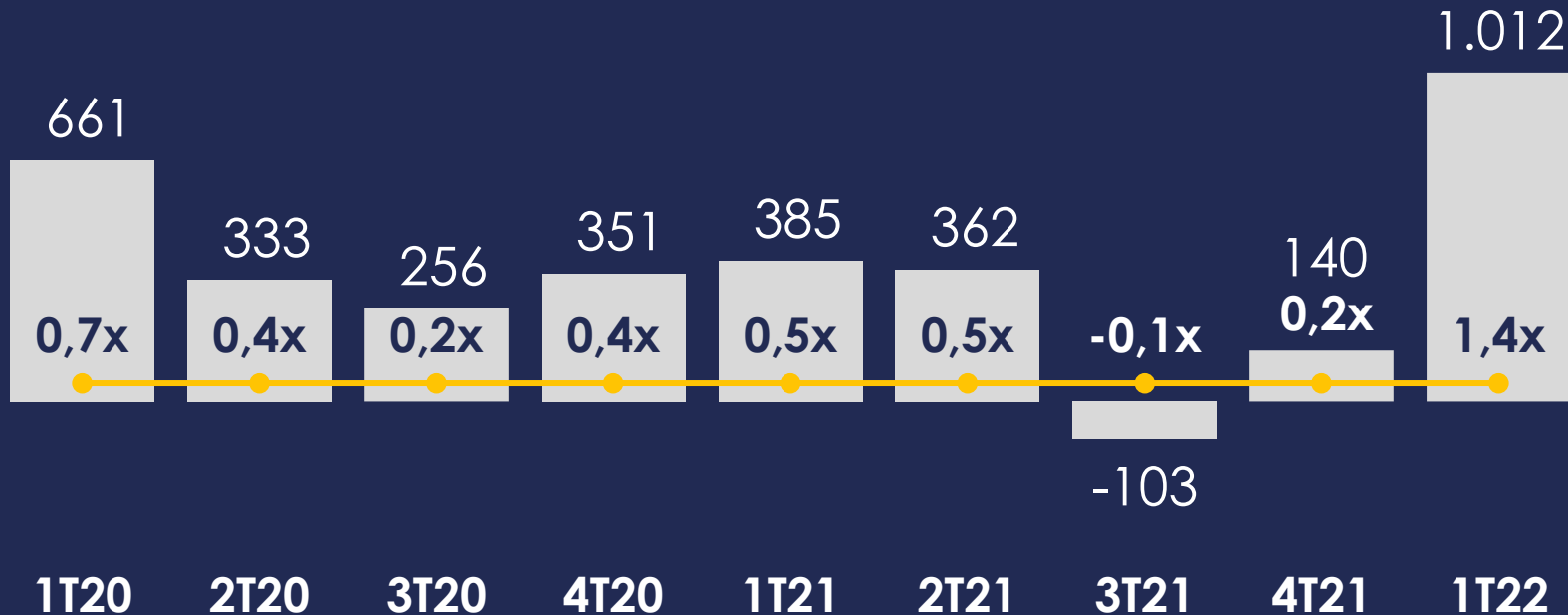
✓ (i) investimentos em sistemas

✓ (ii) equipamentos para unidade moageira de Bento Gonçalves

✓ (iii) investimentos para redução de peso de líquido de alguns itens

Alavancagem de 1,4x no 1T22. O aumento é em função dos JSCP extraordinários de R\$ 588 milhões pagos em Fev/22. A companhia segue com a classificação AAA e perspectiva estável pela Fitch Ratings

(Caixa) Dívida Líquidos (R\$ milhões)  
Alavancagem (x EBITDA)



—●— Alavancagem  
(Caixa) Dívida Líquidos / EBITDA (últ. 12 meses)

**PELO 4º ANO CONSECUTIVO**

**AAA**

Rating Nacional de Longo Prazo  
Perspectiva Estável  
Reafirmado pela Fitch Ratings\*

**ESG**

---

  
*M. Dias Branco*

A partir de 2022, iniciamos um novo ciclo da Agenda de Sustentabilidade, priorizando 15 temas distribuídos em três pilares, com metas públicas até 2030.



## CUIDAR DO PLANETA

Gerenciar os impactos ambientais e promover a eficiência no uso dos recursos naturais.

- 🌿 Água
- 🌿 Energia
- 🌿 **Mudanças climáticas**
- 🌿 Resíduos
- 🌿 Embalagens e materiais plásticos sustentáveis
- 🌿 **Combate à perda e ao desperdício de alimentos**



## ACREDITAR NAS PESSOAS

Promover o desenvolvimento social e o bem-estar das pessoas.

- 👥 Relacionamento com as comunidades
- 👥 Capital humano
- 👥 **Diversidade e inclusão**
- 👥 Saúde e segurança
- 👥 Alimentos saudáveis e nutritivos
- 👥 Segurança de alimentos



## FORTALECER ALIANÇAS

Aprimorar a governança para um desenvolvimento sustentável em toda a nossa cadeia de valor.

- 🏢 **Riscos e oportunidades em sustentabilidade**
- 🏢 Governança, ética e integridade
- 🏢 **Cadeia de valor sustentável**

# Principais Indicadores – Desempenho 1T22 vs. 1T21



## CUIDAR DO PLANETA

**-10%** Redução do consumo de água (m<sup>3</sup>/Ton.)

**+4,7pp** Resíduos enviados para aterros em todas as operações (%)

**-10%** Redução de desperdício de produtos acabados (R\$) **NOVO**

**-0,03pp** Redução de perdas de insumos no processo produtivo (%) **NOVO**



## CUIDAR DAS PESSOAS

**-1,0pp** Mulheres na liderança (%) **NOVO**

**-10,5%** Frequência de Acidentes de Trabalho (taxa)

**-96%** Gravidade de Acidentes de Trabalho (taxa) **NOVO**



## FORTALECER ALIANÇAS

**+1,0%** Compras de fornecedores locais (%) **NOVO**

## Destques

- ✓ Aderimos ao Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável - **CEBEDS**;
- ✓ **Doação de 602 toneladas de alimentos** a comunidades do entorno, beneficiando mais de 90 instituições no Brasil;
- ✓ Em parceria com o Senai, estamos oferecendo  **cursos de profissionalização para desempregados**. Em março, iniciamos duas turmas: Confeiteiro e Auxiliar Administrativo;
- ✓ Recebemos o **Selo Empresa Irmã** pelas doações realizadas às Obras Sociais Irmã Dulce (OSID) na Bahia;
- ✓ Completamos a implementação do **Programa de saúde e segurança do trabalho, denominado POSITIVO**, nas unidades industriais de produção de Massas, Biscoitos, Bolos & Snacks e Gorduras & Margarinas Especiais.

Desde 2020 somos signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).

NOSSAS AÇÕES  
CONTRIBUEM PARA OS  
ODS DA ONU:



  
*M. Dias Branco*

**Obrigado!**



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



[youtube.com/rimdias](https://youtube.com/rimdias)



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

**Gustavo Lopes Theodozio**

Vice-Presidente de Investimentos  
e Controladoria

Tel.: (85) 4005-5667

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

**Fabio Cefaly**

Diretor de Novos Negócios e Relações com  
Investidores

Tel.: (11) 3883-9273

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

**Rodrigo Ishiwa**

Gerente de Relações com Investidores

Tel.: (11) 3883-9225

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

M. Dias Branco

# Q&A



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



[youtube.com/rimdias](https://youtube.com/rimdias)



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

A OBRA-PRIMA DO  
**BATATISMO**

de 1950 **piraquê** since 1950

SNACK DE BATATA  
**ORIGINAL**

**ASSADO  
FININHO E  
CROCANTE**

Peso Líq./ Neto /Net Wt. 60 g

SNACKS DE BATATAS PIRAQUÊ

PIRAQUÊ • ASSADO FININHO CROCANTE • SNACKS DE BATATA

SNACKS DE BATATAS PIRAQUÊ • ASSADO FININHO CROCANTE •

*M. Dias Branco*

# Results Presentation

1Q22



The statements contained in this document related to the management's perspectives on M. Dias Branco's business are merely trends and, as such, are based exclusively on the management's perspectives on the continuity of past and present actions, and on facts that have already occurred. These trends do not constitute projections or estimates and can be substantially altered by changes in market conditions and in the performance of the Brazilian economy, the sector and international markets.



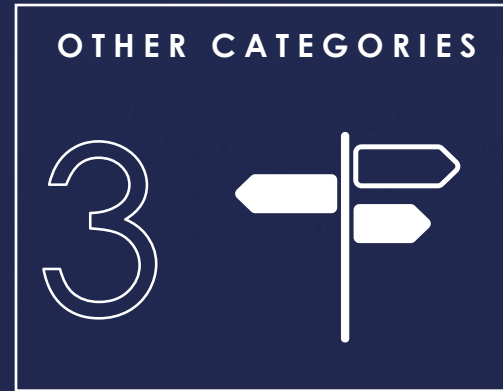
# 1Q22 | Increase in sales and results throughout the quarter



- ✓ **R\$ 1.9 billion of Net Revenue in 1Q22, +26.8% vs. 1Q21**, with increase in volumes and average price;
- ✓ **Sequential market share growth** in Cookies & Crackers, Pasta and Domestic Wheat Flour;
- ✓ **New products** in Cookies & Crackers and Domestic Wheat Flour categories;
- ✓ **Maintenance of productivity and efficiency gains** captured in the last two years;
- ✓ **EBITDA and Net Profit increased compared to 1Q21**;
- ✓ **Cash generation 2.5x higher** than in 1Q21;
- ✓ **Increase in leverage versus 1Q21** due to the Extraordinary distribution of Interest on Equity (IoE);
- ✓ **Rating AAA with a Stable Outlook** reaffirmed by Fitch for the fourth consecutive year;
- ✓ **Disclosure of our ESG commitments up to 2030.**

# STRATEGY

## PROFITABLE GROWTH



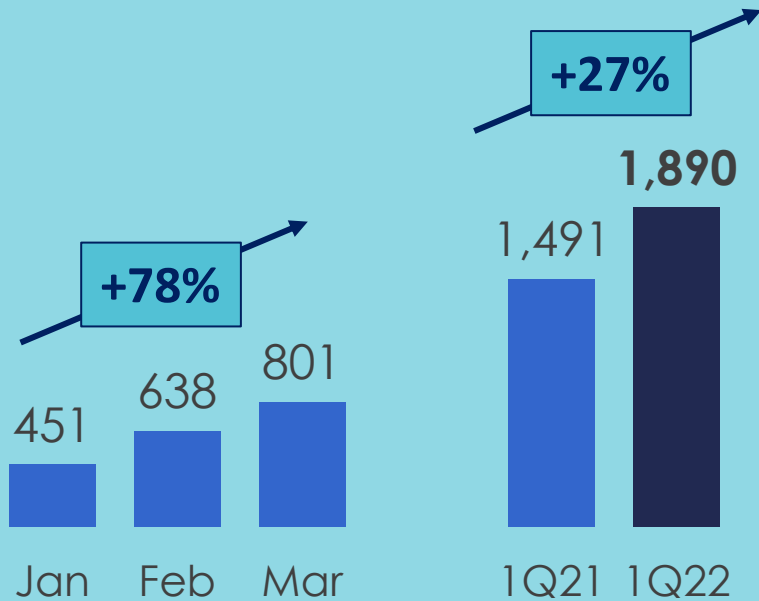
EFFICIENCY AND PRODUCTIVITY PROGRAM



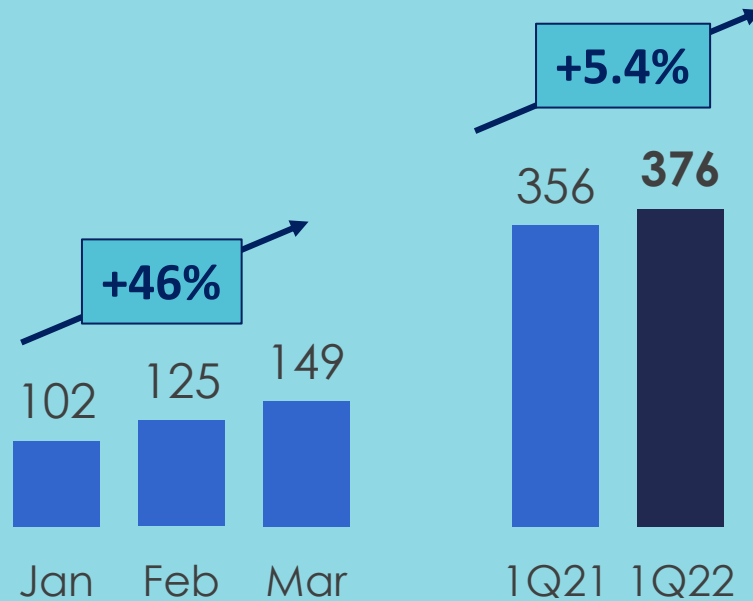
# Net Revenue grew over the quarter, with increase in volumes and average price



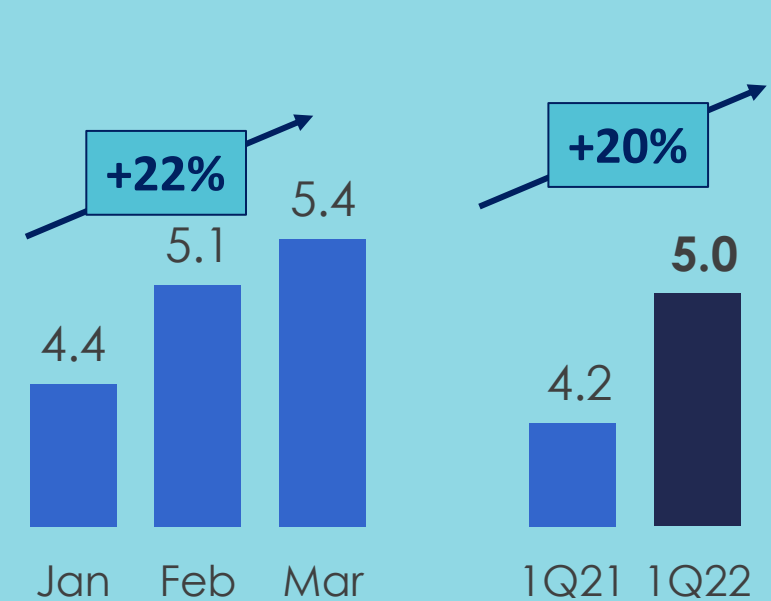
### Net Revenue (R\$ million)



### Sales Volume (Thousand Tonnes)



### Average Price (R\$)



# Operating Categories 1Q22 vs. 1Q21



**Net Revenue**  
(R\$ million) **+26.8%**  
R\$ 1,890

**Sold Volume**  
(Thousand tonnes) **+5.4%**  
376

**Average Price**  
(R\$/Kg) **+20.3%**  
R\$ 5.0

## COOKIES & CRACKERS

NET REVENUE

**+32.0%**  
R\$ 933

SOLD VOLUME

**+10.9%**  
108

AVERAGE PRICE

**+19.1%**  
R\$ 8.7



## PASTA

NET REVENUE

**+23.4%**  
R\$ 390

SOLD VOLUME

**+7.0%**  
77

AVERAGE PRICE

**+15.4%**  
R\$ 5.1

## FLOUR AND BRAN

NET REVENUE

**+14.6%**  
R\$ 374

SOLD VOLUME

**+3.8%**  
170

AVERAGE PRICE

**+10.6%**  
R\$ 2.2

## MARGARINE AND VEGETABLE SHORTENING

NET REVENUE

**+32.2%**  
R\$ 145

SOLD VOLUME

**-13.7%**  
18

AVERAGE PRICE

**+53.1%**  
R\$ 8.2

## OTHER

NET REVENUE

**+48.8%**  
R\$ 49

SOLD VOLUME

**0.0%**  
4

AVERAGE PRICE

**+48.8%**  
R\$ 13.9

# Sequential increase in *market share volume* Brazil.

## Cookies & crackers market share also increased vs. 1Q21

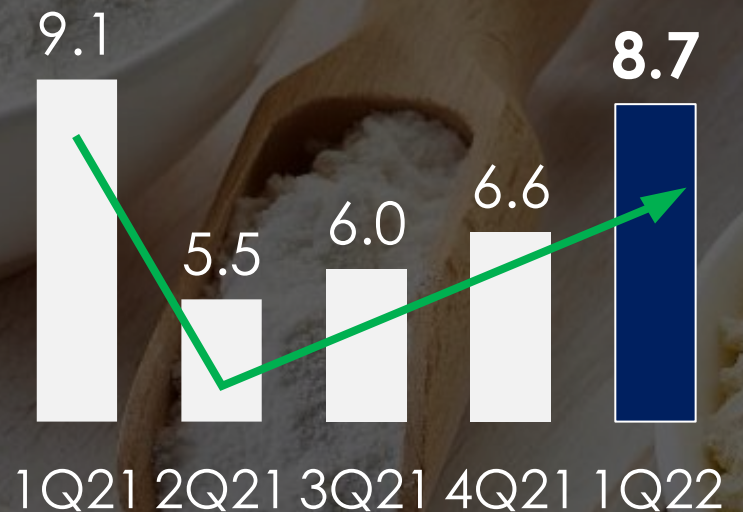
### Cookies & Crackers (%)



### Pasta (%)



### Domestic Wheat Flour (%)



Source: Nielsen – Retail Index, Total Brazil, INA+C&C.

# Net revenue growth in both commercial regions in Brazil (Defense and Attack) | 1Q22 vs.1Q21



**Defense**  
North and Northeast

**+ 29%**

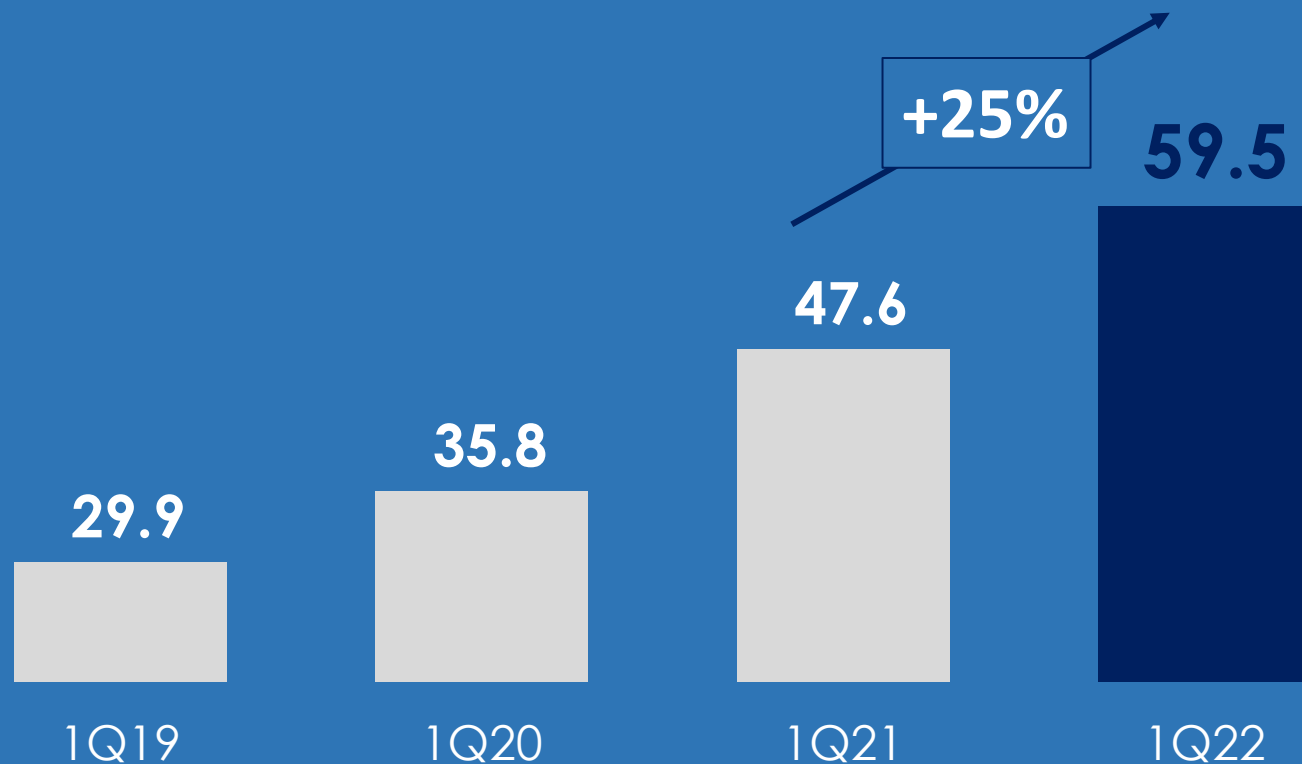
**Attack**  
Midwest, Southeast and South

**+ 27%**



# Cookies & crackers innovations continues in high levels, contributing to the increase of revenue and margins

Gross Revenue from Cookies & Crackers Launches\*  
(R\$ million)



\* Products / Flavors Launched in the Last 24 Months

CONHEÇA

# ADRIA Wheat Flour

Sales beginning on Mar/22

Entry into the domestic premium flour segment

Strengthening of the expansion strategy over the Attack region

Competitive advantages:

- Purity
- Extra Clear
- Extrafine
- Enriched with vitamins



# Increase in average price, with contribution from the launches of items with higher added value

**Average Price Launches**  
(R\$/Kg)

**24.5**  
R\$/Kg

**39.0**  
R\$/Kg

**21.9**  
R\$/Kg

**21.8**  
R\$/Kg

**24.8**  
R\$/Kg



**4.2**  
R\$/Kg

**4.4**  
R\$/Kg

**4.8**  
R\$/Kg

**4.9**  
R\$/Kg

**5.0**  
R\$/Kg

1Q21

2Q21

3Q21

4Q21

1Q22

**Average Price M. Dias Branco**  
(R\$/Kg)

# Marketing investments to leverage sales, strengthen brands and support products launches

 **piraquê** “Zeca – Isso tem um Q de Piraquê”



Vitarella TV campaign  
“Abraça as diferenças”



# E-COMMERCE



Increase  
1Q22 vs. 1Q21  
(Gross Revenue)

**80.1%**

## New Partnership in 1Q22



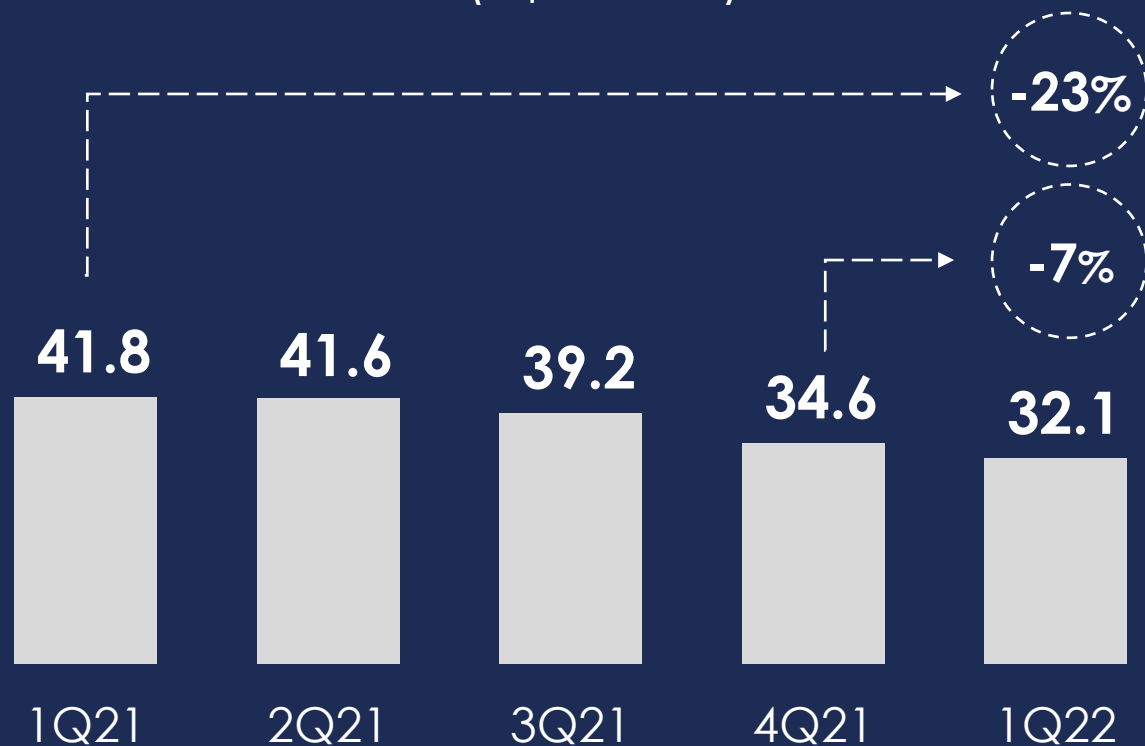
(B2B\_focus in food service)

## 2022 Plan

1. Increase in the customer base through new partnerships
2. Leverage sales through investments with visibility, offers and commissioning
3. Use of the channel for brand innovations

Exports continue at high levels. The decrease is due to increased international freight costs, non-recurring sales in 2021 and the devaluation of the Real against the US Dollar

### Exports Net Revenue (R\$ million)



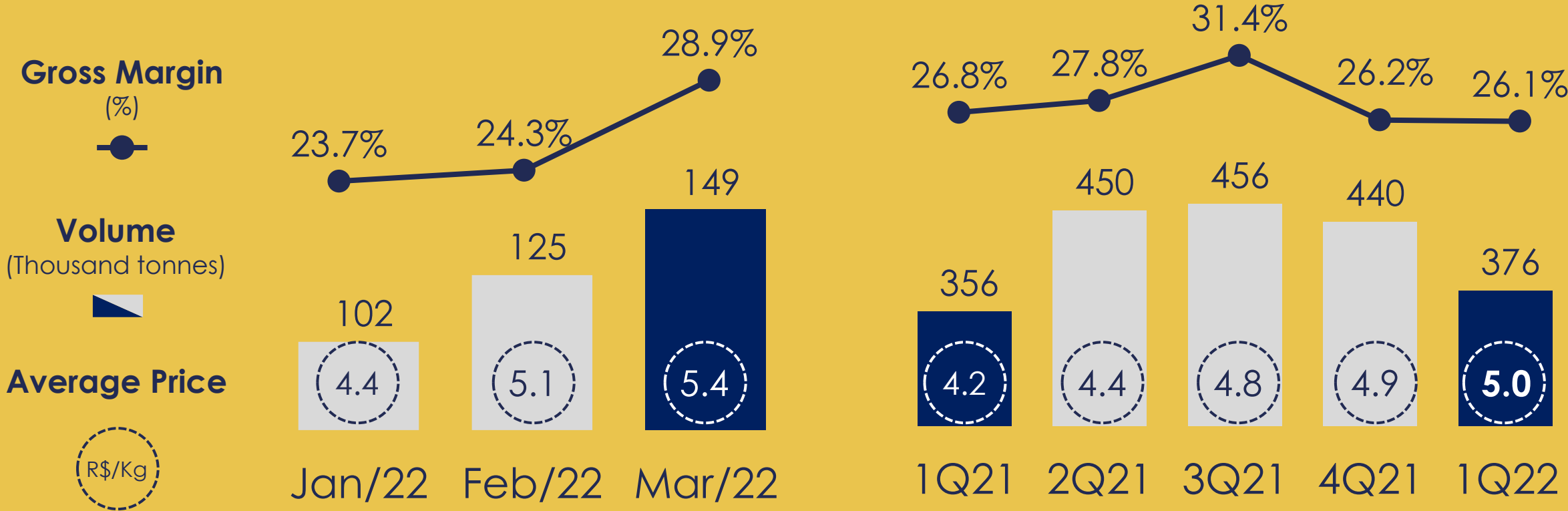
# COSTS & EXPENSES

---

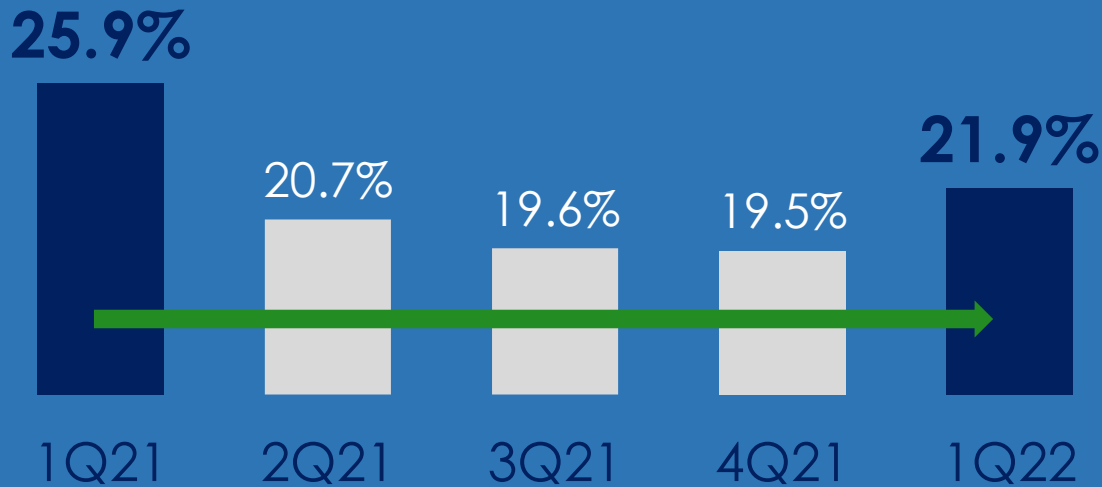
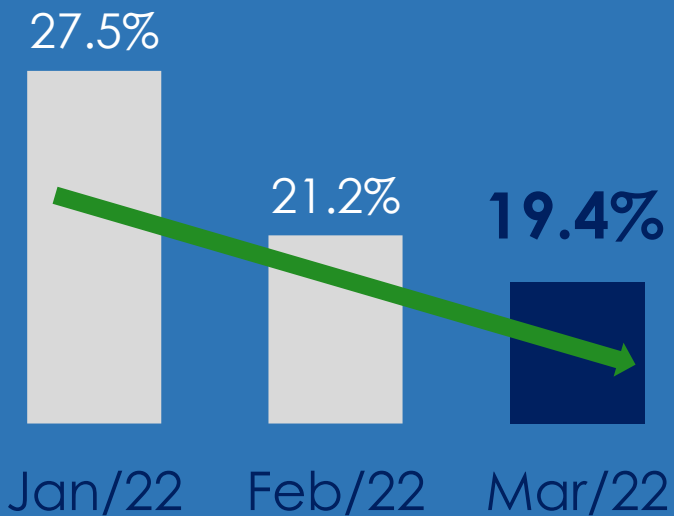
  
*M. Dias Branco*



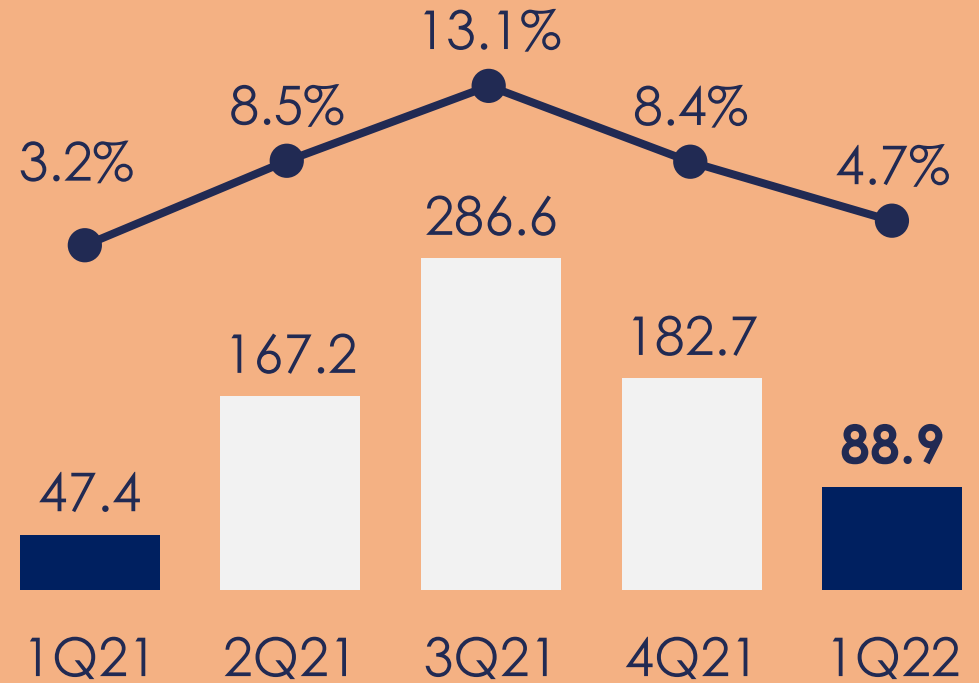
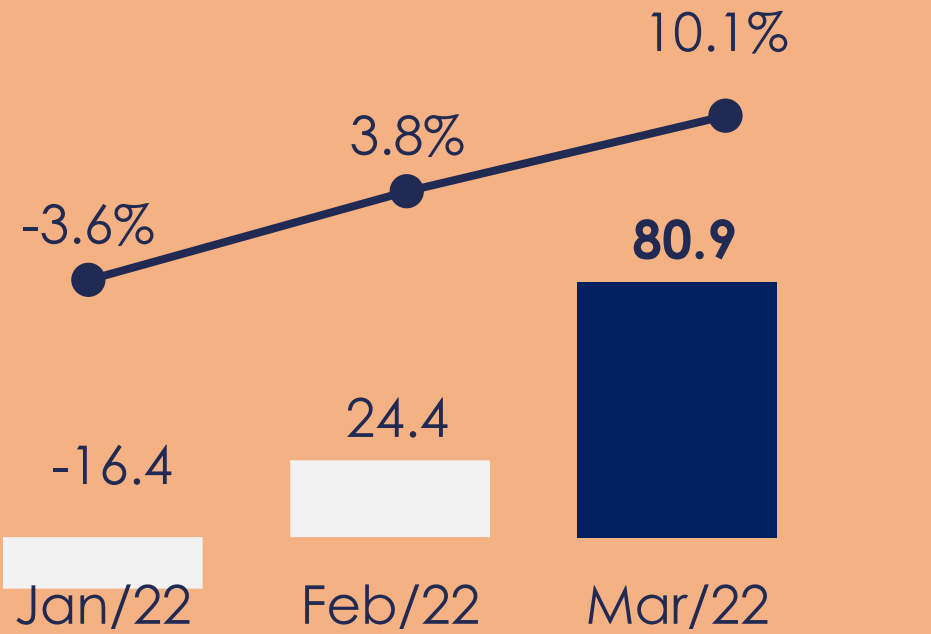
# Recovery of gross margin throughout the quarter by the increase in volumes and average price



Administrative and selling expenses (SG&A % of Net Revenue) were lower than in 1Q21, with a favorable evolution throughout 1Q22, as a result of the productivity and efficiency programs implemented since 2020



# EBITDA grew 88% compared to 1Q21, with an increase in EBITDA margin over the quarter



**EBITDA**  
(R\$ million)

**EBITDA Margin**  
(%)



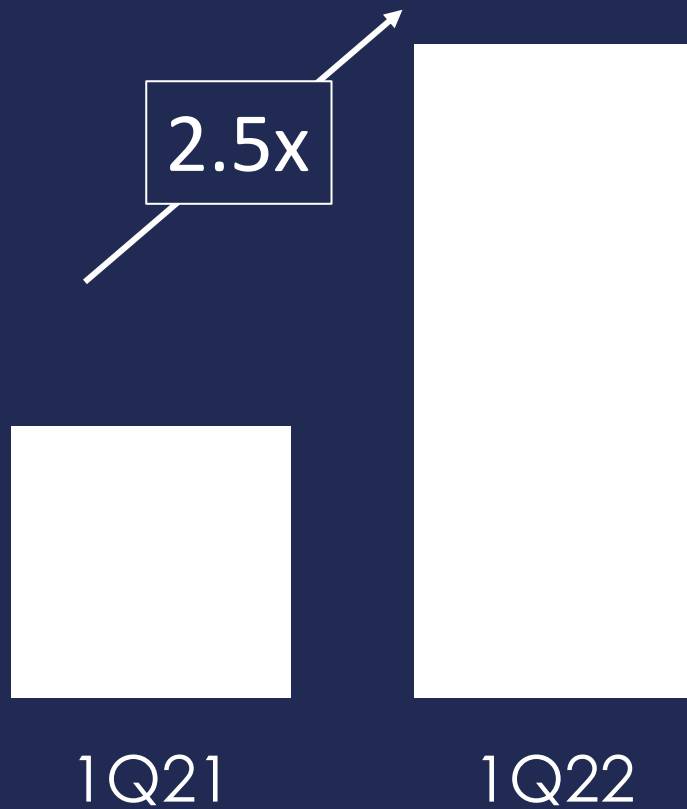
# CASH FLOW, DEBT AND INVESTMENTS

---

  
*M. Dias Branco*

# Operating Cash

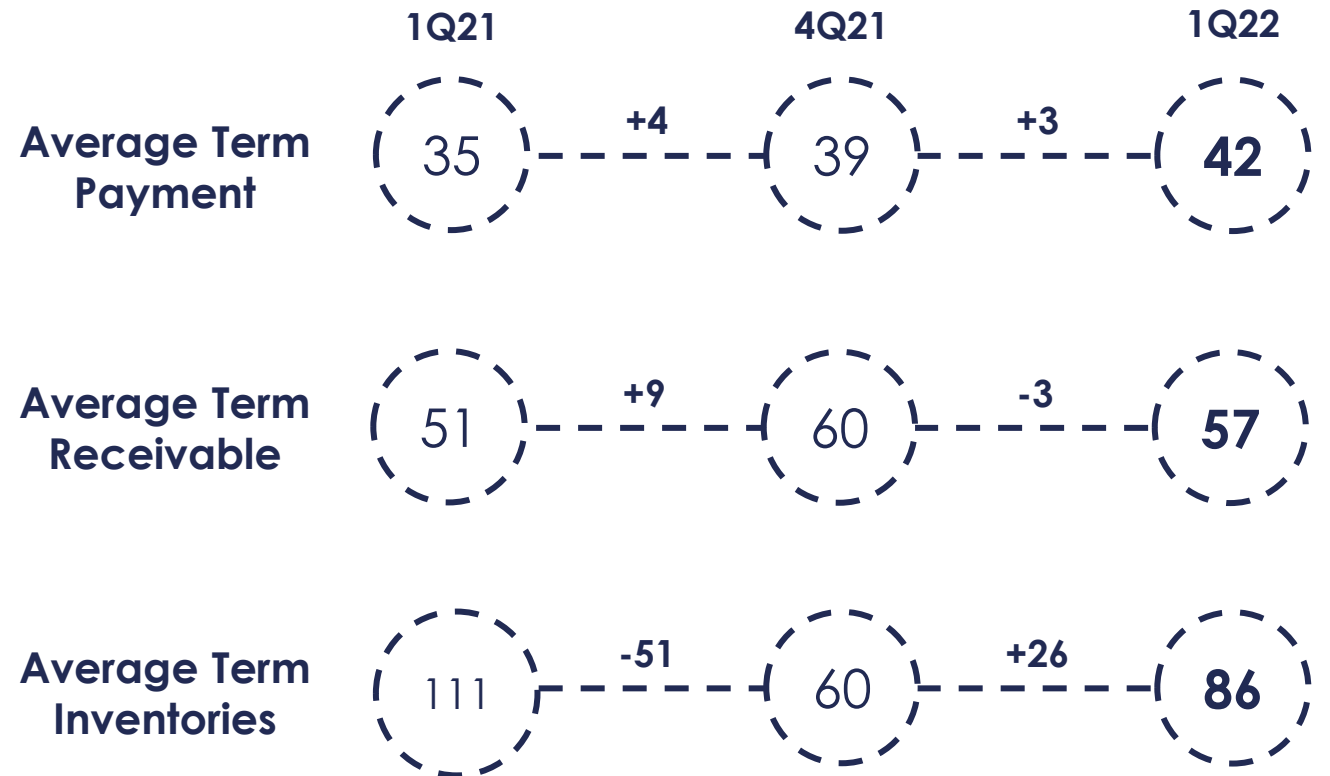
Generation (R\$ million)



## Working Capital

### Average Term (Days)

*We continue making progress with the lengthening of the average term payment*



# Highlights Investments

	1Q22	4Q21	1Q21
<b>Total</b> (R\$ MM)	R\$ 50.2 (3% RL)	R\$ 72.7 (3% RL)	R\$ 40.7 (3% RL)
<b>Variation</b> (%)	<b>-30.9%</b> (1Q22 vs. 4Q21)	<b>+23.3%</b> (1Q22 vs. 1Q21)	

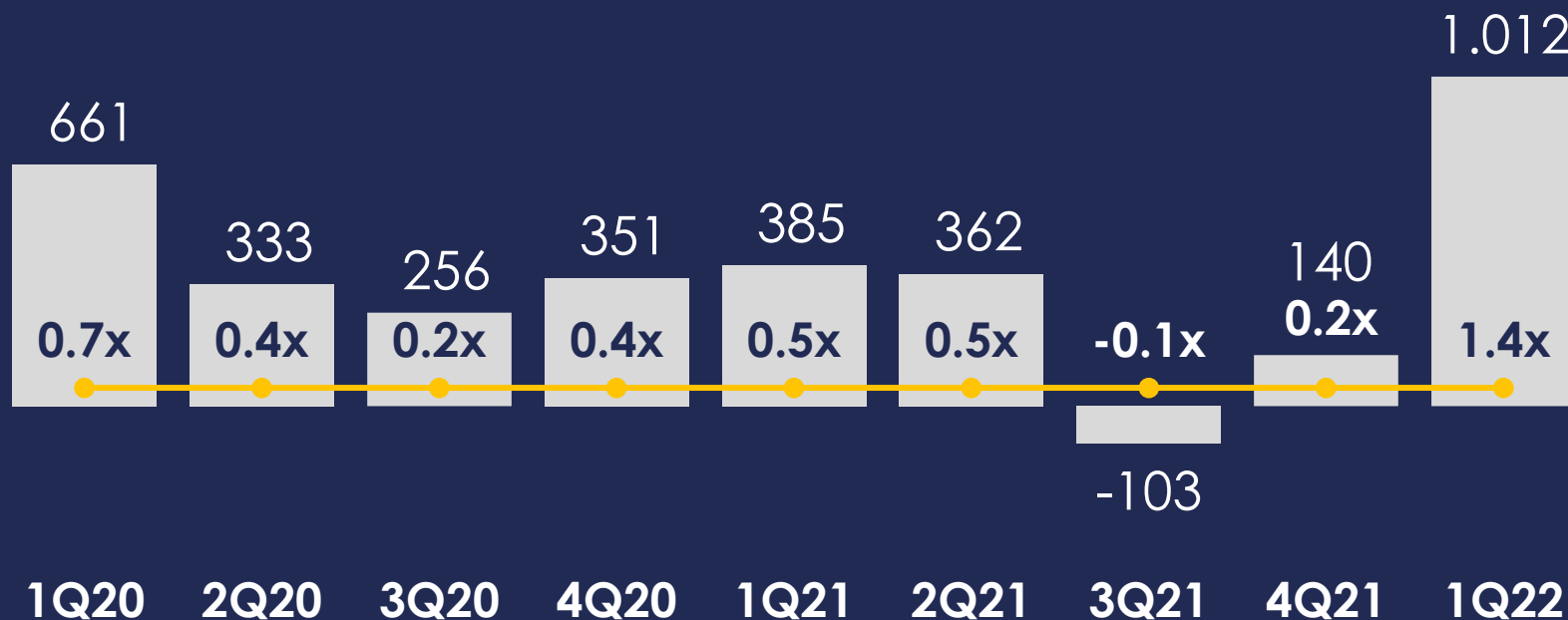
✓ (i) investments in systems

✓ (ii) equipment for the Bento Gonçalves grinding unit

✓ (iii) investments for reducing net weight of some items

Leverage of 1,4x in 1Q22. The increase is due to the Extraordinary Interest on Equity Capital of R\$588 million paid on Feb/22. The company follows classified as AAA with stable outlook by Fitch Ratings

(Cash) Net Debt (R\$ million)  
Leverage (x EBITDA)



—●— Leverage  
(Cash) Net Debt / EBITDA (Last 12 months)

**4<sup>TH</sup> YEAR  
CONSECUTIVE**

**AAA**

Long-Term National  
Rating Stable  
Outlook  
Reaffirmed by  
Fitch Ratings\*

**ESG**

---







  
*M. Dias Branco*

From 2022 on, we will begin a new cycle of our Sustainability Agenda, prioritizing 15 themes distributed over three pillars, with public targets up to 2030.



## CARING FOR THE PLANET

Manage environmental impacts and promote efficient use of natural resources.

-  Water
-  Energy
-  Climate changes
-  Waste
-  Sustainable plastic packaging and materials
-  Combating food loss and waste



## BELIEVING IN PEOPLE




Promote social development and people's well-being.

-  Relationship with communities
-  Human capital
-  Diversity and inclusion
-  Health and security
-  Healthy and nutritious food
-  Food security



## STRENGTHENING ALLIANCES

Improve governance for sustainable development across our value chain.

-  Risks and opportunities in sustainability
-  Governance, ethics and integrity
-  Sustainable value chain

# Main Indicators – Performance 1Q22 vs. 1Q21



## CARING FOR THE PLANET

**-10%** Reduction of water consumption (m<sup>3</sup>/Ton.)

**+4.7pp** Waste disposed of in landfills in all operations (%)

**-10%** Reduced finished products waste (R\$) **NOVO**

**-0.03pp** Reduction of input losses in the production process (%) **NOVO**



## BELIEVING IN PEOPLE

**-1.0pp** Women in leadership (%) **NOVO**

**-10.5%** Frequency of occupational accidents (rate)

**-96%** Occupational Accident Severity (rate) **NOVO**



## STRENGTHENING ALLIANCES

**+1.0%** Purchases from local suppliers (%) **NOVO**

## Highlights

- ✓ We have joined the Brazilian Business Council for Sustainable Development (**CEBEDS**);
- ✓ Donation of 602 tons of foods to surrounding communities, to benefit more than 90 institutions in Brazil;
- ✓ We are working in partnership with Senai, offering **professionalization courses for the unemployed**. In March, we started two classes: Pastry Chef and Administrative Assistant;
- ✓ We were awarded **the Sister Company Seal** for the donations made to the Obras Sociais Irmã Dulce (OSID) in Bahia;
- ✓ We concluded the implementation of **Occupational health and safety program (POSITIVO Program)**, in the industrial units of Pastas, Cookies, Cakes & Snacks and Vegetable Shortening & Margarines.

Since 2020, we have been signatories of Global Compact of United Nations (ONU).

OUR ACTIONS  
CONTRIBUTE TO THE  
UM SDGs:



  
*M. Dias Branco*

**Thanks!**



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



[youtube.com/rimdias](https://youtube.com/rimdias)



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

**Gustavo Lopes Theodozio**

Vice-President of Investments and Controllershship

Phone: (85) 4005-5667

Email: [gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br](mailto:gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br)

**Fabio Cefaly**

New Business and Investor Relations Officer

Phone: (11) 3883-9273

Email: [fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br](mailto:fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br)

**Rodrigo Ishiwa**

Investor Relations Manager

Phone: (11) 3883-9225

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

M. Dias Branco

# Q&A



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



[youtube.com/rimdias](https://youtube.com/rimdias)



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

PIRAQUÊ • ASSADO FININHO CROCANTE • SNACKS DE BATATA

A OBRA-PRIMA DO

# BATATISMO

de 1950 since 1

**piraquê**

SNACK DE BATATA ORIGINAL

ASSADO FININHO E CROCANTE

Peso Líq./ Neto /Net Wt: 60 g

SNACKS DE BATATAS PIRAQUÊ

SNACKS DE BATATAS PIRAQUÊ • ASSADO FININHO CROCANTE • SNACKS DE BATATAS

SNACKS DE BATATAS PIRAQUÊ ASSADO FININHO CROCANTE