



M. Dias Branco

Apresentação dos Resultados 2T24 | 1S24

MDIA3

12 de agosto de 2024

Novo Lámen.

ZERO FRITURA. MUITO SABOR.

 youtube.com/rimdias

 ri.mdiasbranco.com.br

 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.





Receita Líquida
(R\$ Bilhões)

2T24

2,6

-7,7% vs. 2T23

+22,9% vs. 1T24

1S24

4,8

-10,6% vs. 1S23



Volume
(Mil ton.)

507

+11,6% vs. 2T23

+27,7% vs. 1T24

904

+5,5% vs. 1S23



EBITDA
(R\$ Milhões)

337

-10,6% vs. 2T23

+21,5% vs. 1T24

614

+11,6% vs. 1S23



Lucro Líquido
(R\$ Milhões)

190

-12,8% vs. 2T23

+22,6% vs. 1T24

345

+19,8% vs. 1S23



Geração de Caixa
(R\$ Milhões)

212

-58,7% vs. 2T23

+53,3% vs. 1T24

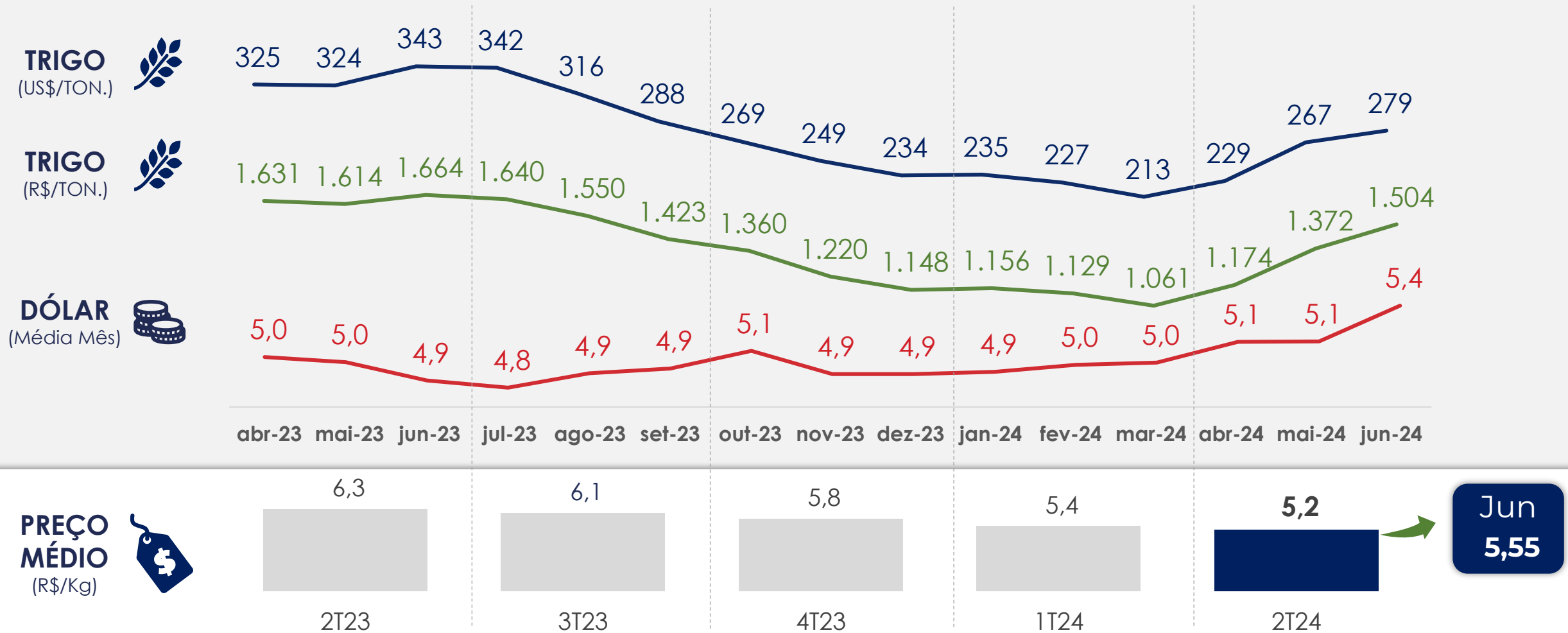
350

-38,5% vs. 1S23



CONTEXTO 2T24

Após um período prolongado de queda no preço do trigo, que levou à redução dos preços dos nossos itens, especialmente aqueles de menor valor agregado, observamos uma inversão na tendência dos preços do trigo (em USD) a partir de março/24, simultaneamente à desvalorização do Real. Diante desse cenário, nossos reajustes passaram a transitar no resultado a partir de junho/24.



RECEITA & MARKET SHARE

M. Dias Branco



Os Mercados de Biscoitos e Massas apresentaram crescimento em Unidades Vendidas e o Mercado de Massas apresentou forte crescimento em Volume. (sell-out | venda do varejo para os consumidores)

Mercado Biscoitos



2T24 vs. 2T23 2T24v s. 1T24

Valor Vendido	-1%	+7%
Volume Vendido	0%	+7%
Unidades Vendidas	+3%	+9%
Preço Médio (R\$/Kg)	-1%	-1%

Mercado Massas



2T24 vs. 2T23 2T24v s. 1T24

Valor Vendido	+3%	+6%
Volume Vendido	+8%	+9%
Unidades Vendidas	+11%	+10%
Preço Médio (R\$/Kg)	-4%	-3%

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

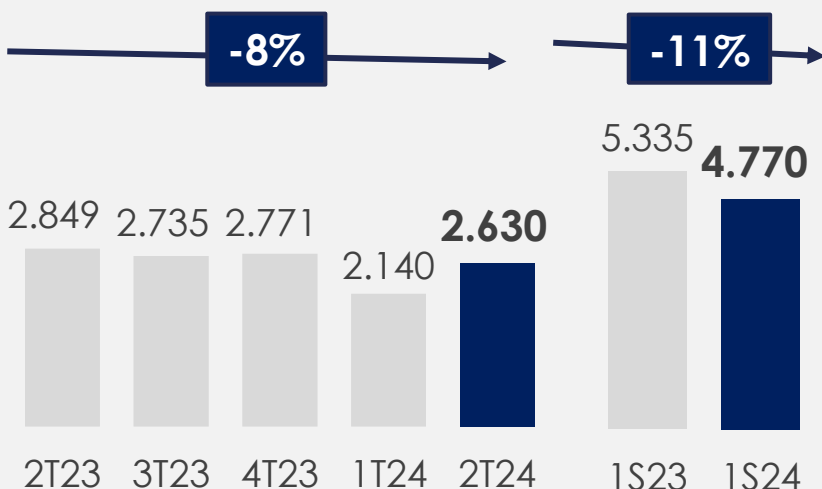




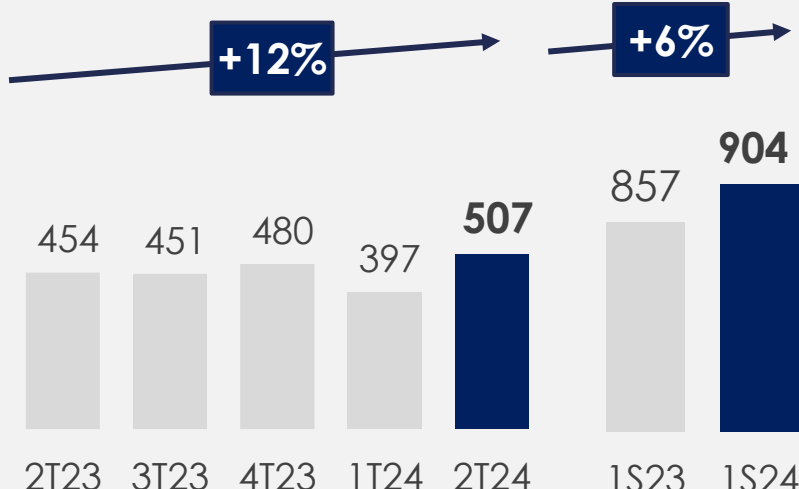
No 2T24, Receita Líquida da M. Dias Branco foi de R\$ 2,6 bilhões (-7,7% vs. 2T23), com crescimento de dois dígitos dos volumes e retração do preço médio.



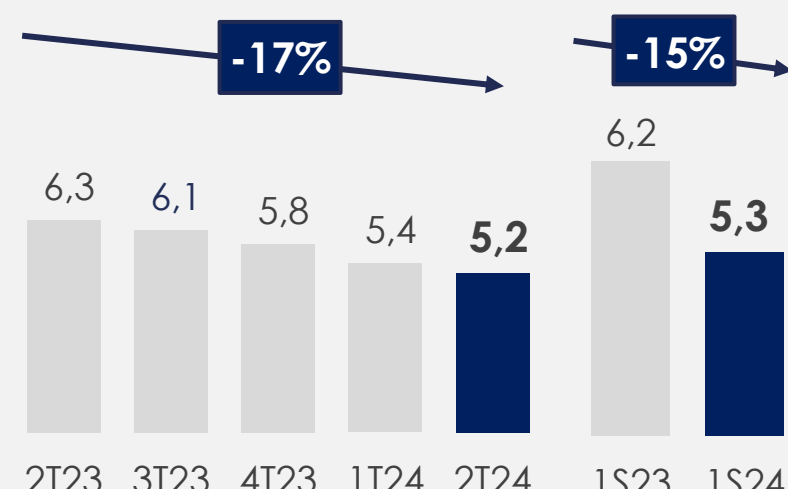
Receita Líquida (R\$ milhões)



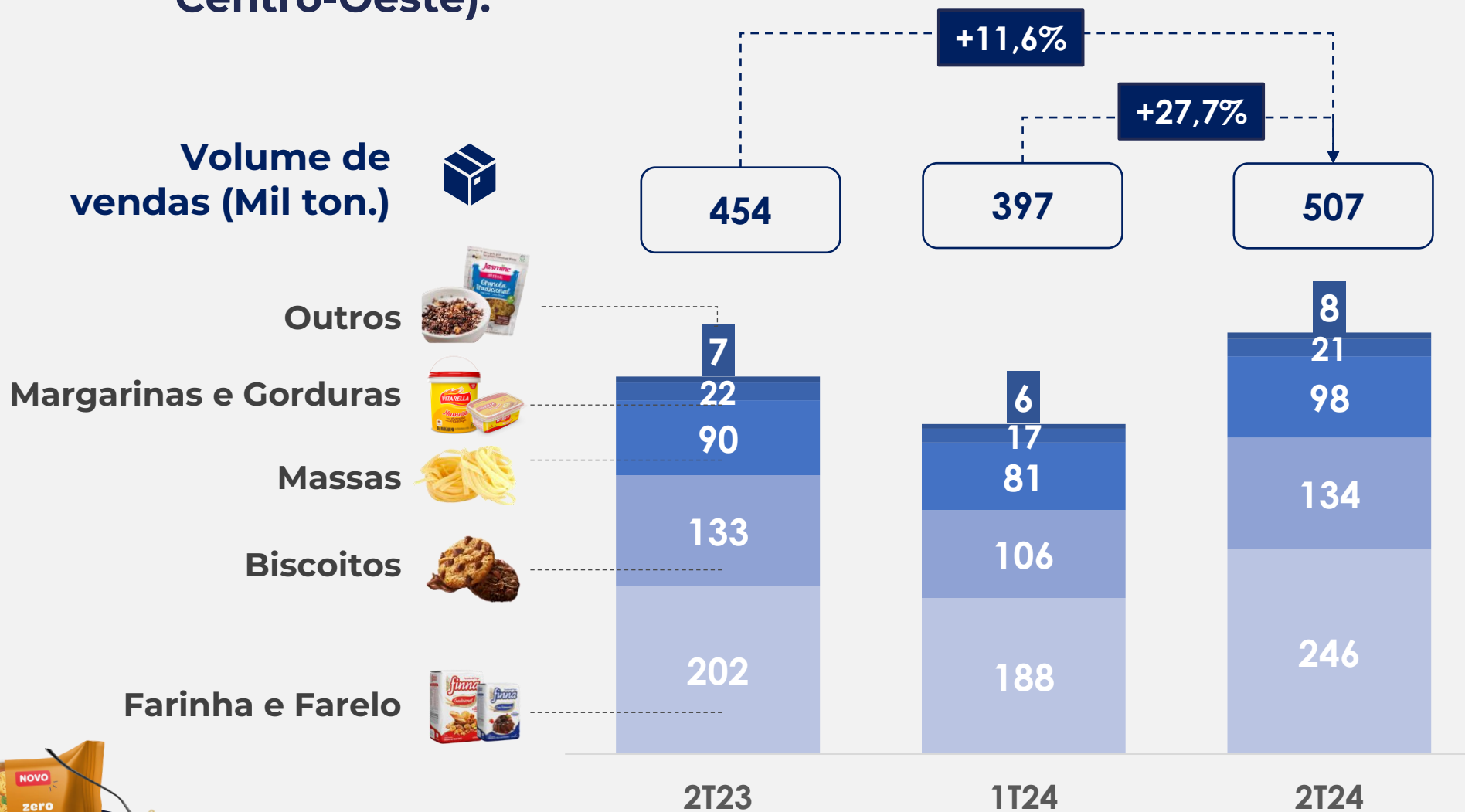
Volume Vendido (Mil Ton.)



Preço Médio (R\$/Kg)

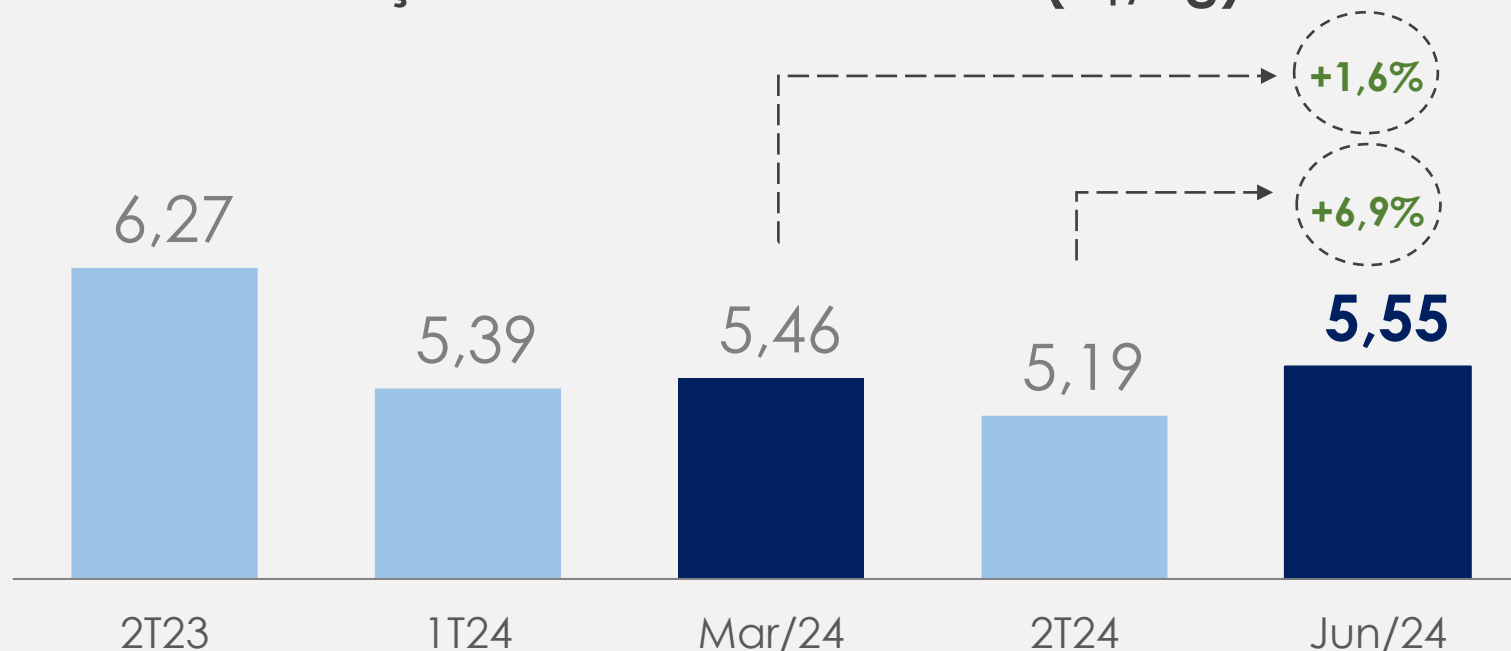


Crescimento dos volumes vendidos, com destaque para massas e farinha e farelo, principalmente na região de Ataque (Sul, Sudeste e Centro-Oeste).



Os reajustes realizados no 2T24 frente à alta dos custos apareceram nos nossos resultados a partir de junho/24. Por este motivo, o preço médio do 2T24 foi inferior ao registrado no 1T24. Adicionalmente, cerca de ¼ da redução de preço médio entre o 2T24 vs. 2T23 e 2T24 vs. 1T24 deu-se pela maior participação de farinha e farelo de trigo nas vendas totais.

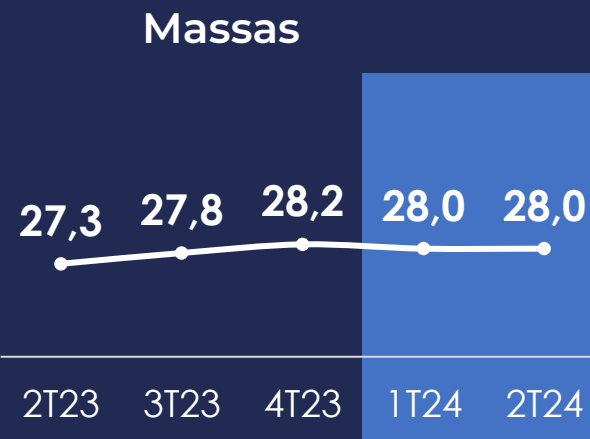
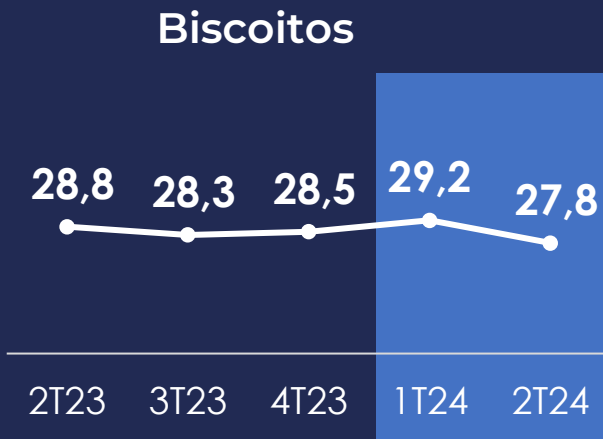
Preço Médio M. Dias Branco (R\$/Kg)



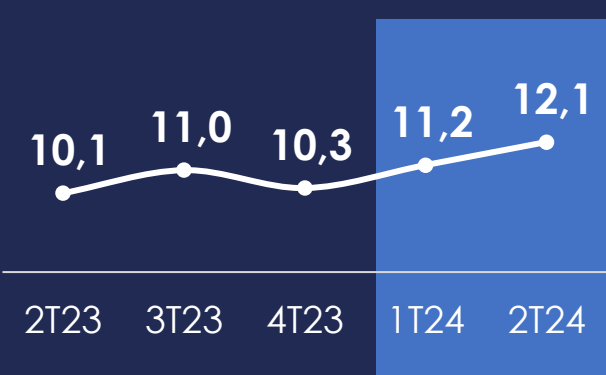
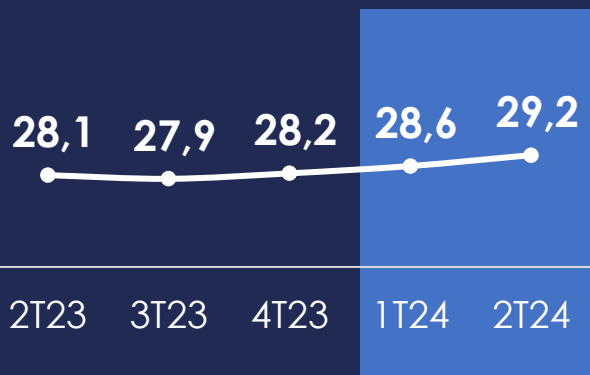
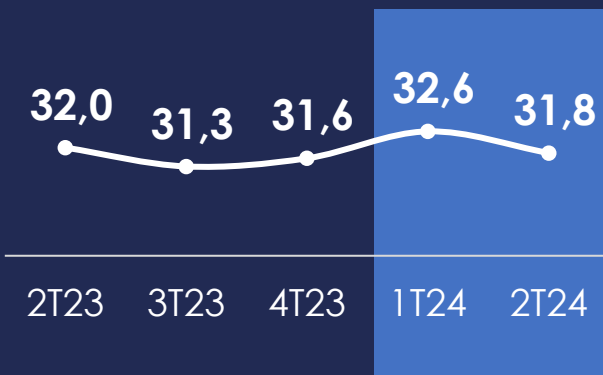


Ganho de *market share* valor e volume em Massas e Farinha de Trigo. Leve queda em Biscoitos, em função do *timing* dos reajustes, mas dentro do patamar de 32%.

Market share %
Valor
Brasil



Market share %
volume
Brasil



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

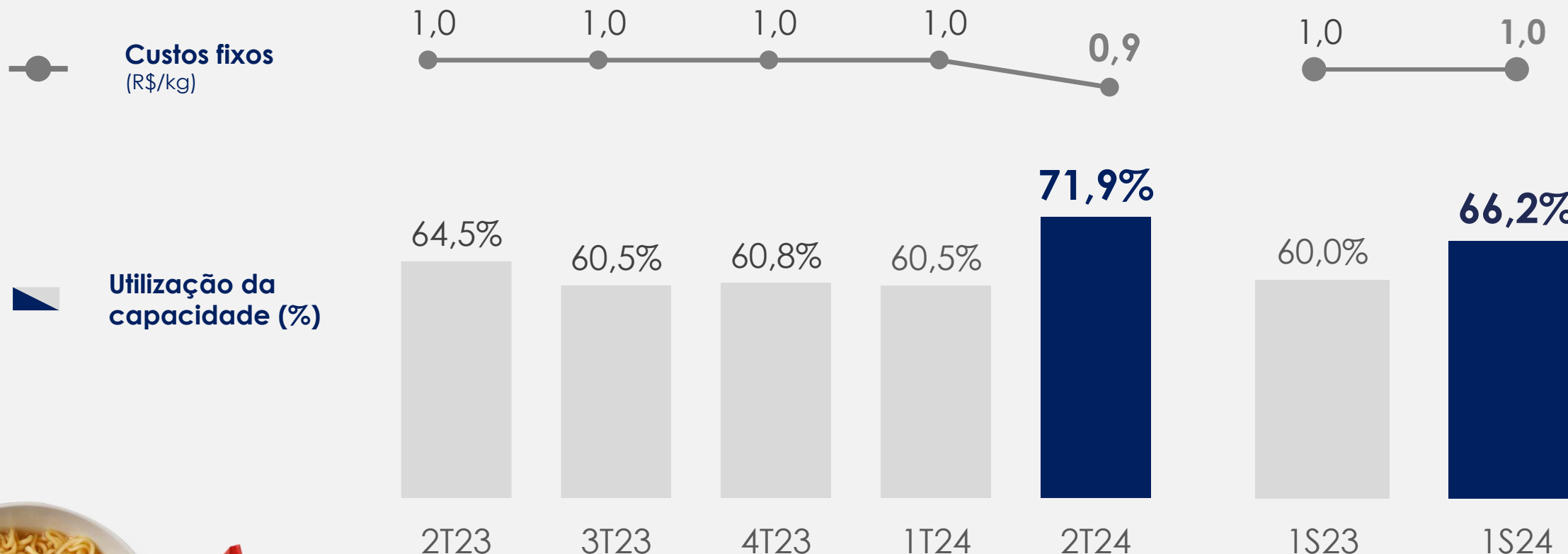
CUSTOS & DESPESAS

M. Dias Branco





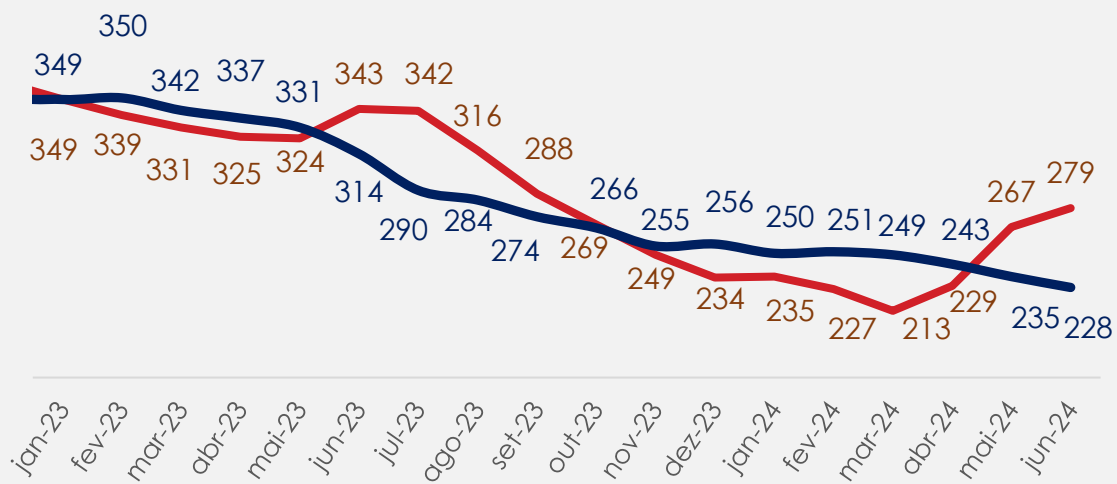
Aumento da utilização da capacidade de produção, atingindo 71,9% no 2T24 (+7,4p.p. vs. o 2T23 e +11,4p.p. vs. o 1T24), contribuindo para a maior diluição dos custos fixos.



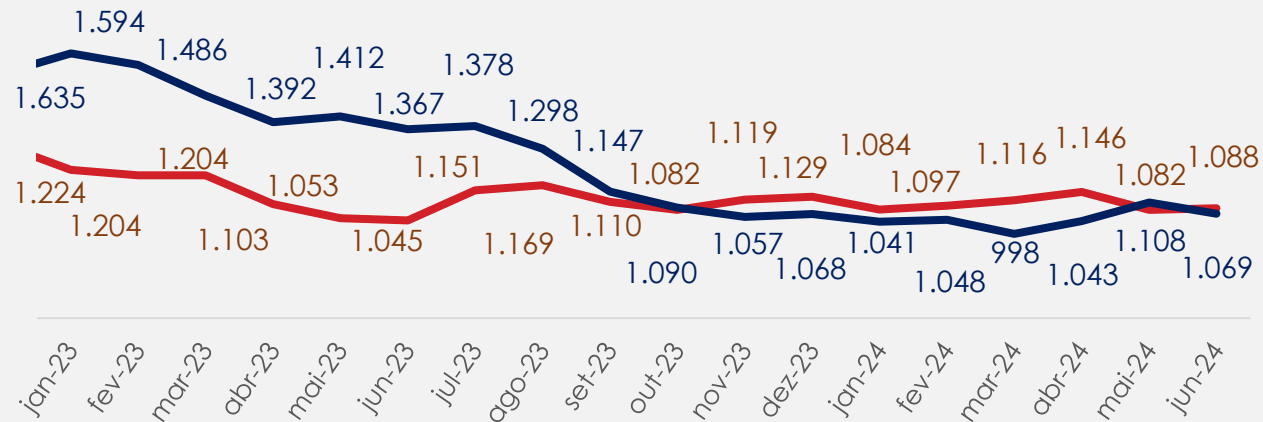


Trigo: no 2T24, preços da M. Dias Branco em queda como resultado das nossas proteções, enquanto os preços do mercado subiram ao longo do trimestre, principalmente, pela seca na Rússia. **Óleo de palma:** preços com pouca variação ao longo do ano.

TRIGO
(US\$/TON.)



ÓLEO DE PALMA
(US\$/TON.)



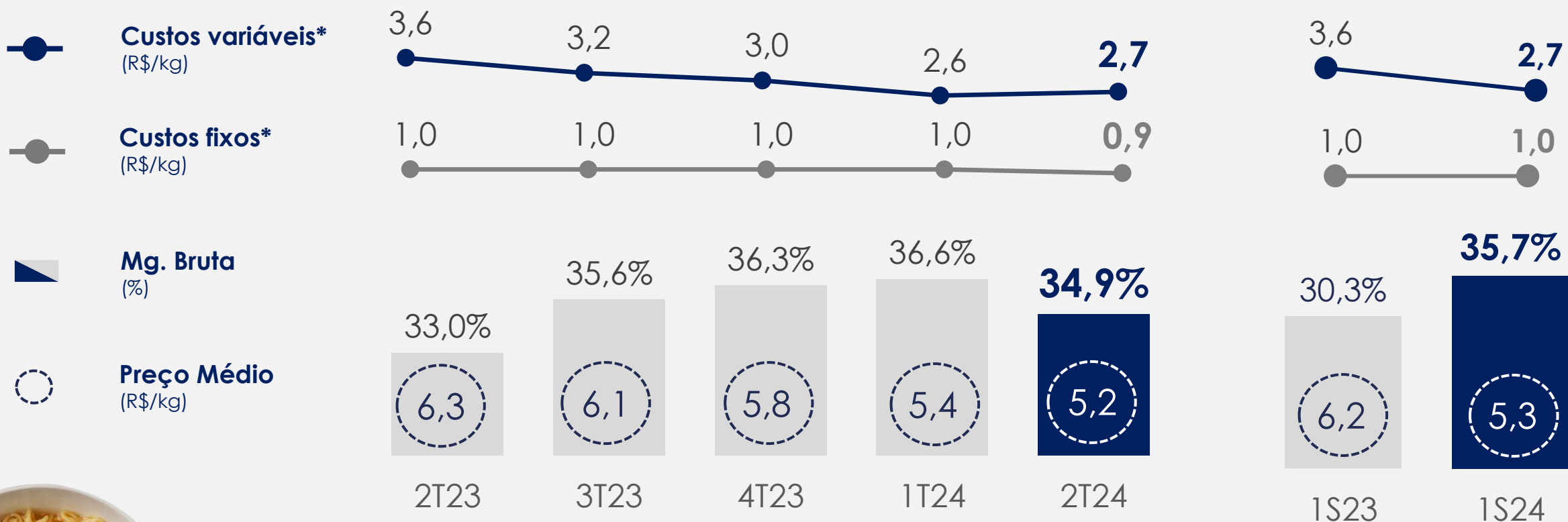
*Fonte: Trigo - SAFRAS & Mercado; Óleo de palma - Rotterdam.

— Mercado* — M. Dias Branco





No 1S24, margem bruta 5,4p.p. maior vs. o 1S23; menor custo variável e absorção da inflação nos custos fixos compensaram o menor do preço médio. No 2T24 vs. 2T23, maior margem bruta pela queda dos custos variáveis e fixos. Frente ao 1T24, margem bruta menor pelo aumento dos custos variáveis (desvalorização cambial) e pelo fato dos reajustes de preços terem impactado favoravelmente os resultados a partir de junho/24.

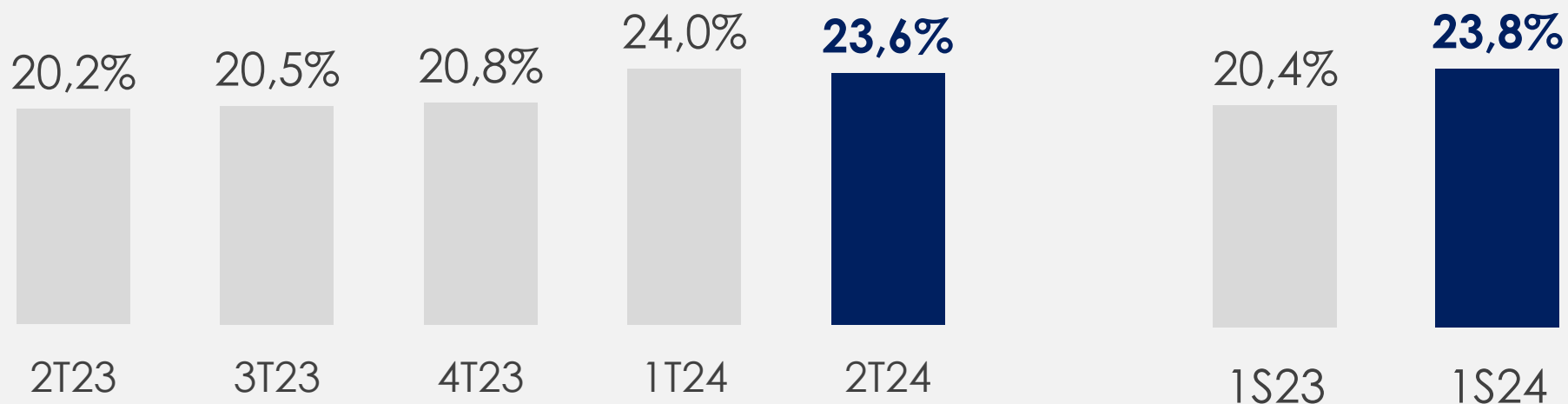


*Sem incentivos.



Aumento das despesas como percentual da receita líquida em função do menor preço médio.

Despesas administrativas e com vendas (SG&A) (% da Receita Líquida)



Diante do atual contexto de preço, organizamos algumas iniciativas para a readequação da nossa estrutura de despesas, a serem executadas e capturadas ao longo do 2S24, como por exemplo:



Estrutura

- Congelamento de vagas;
- Diminuição de Horas Extras.



Despesas Discricionárias

- Redução dos serviços atuais;
- Replanejamento de projetos.



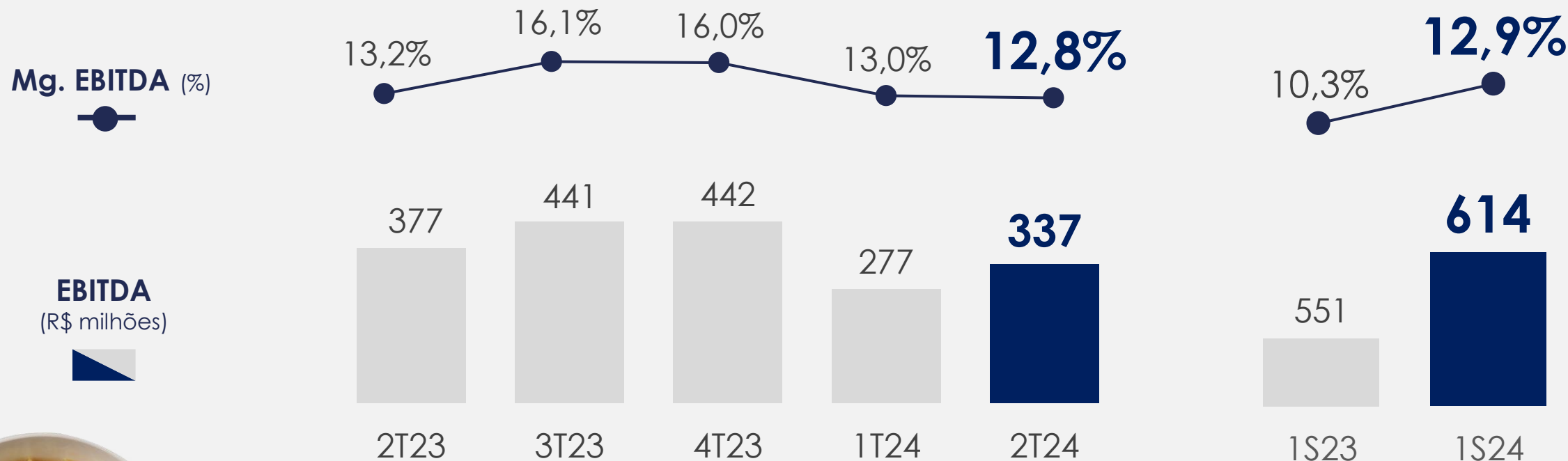
Eficiência Operacional

- Motores de Alto Rendimento;
- Adequação do perfil de licenças de sistemas;
- Renegociação e disponibilidade dos serviços de processamento e armazenamento de dados.



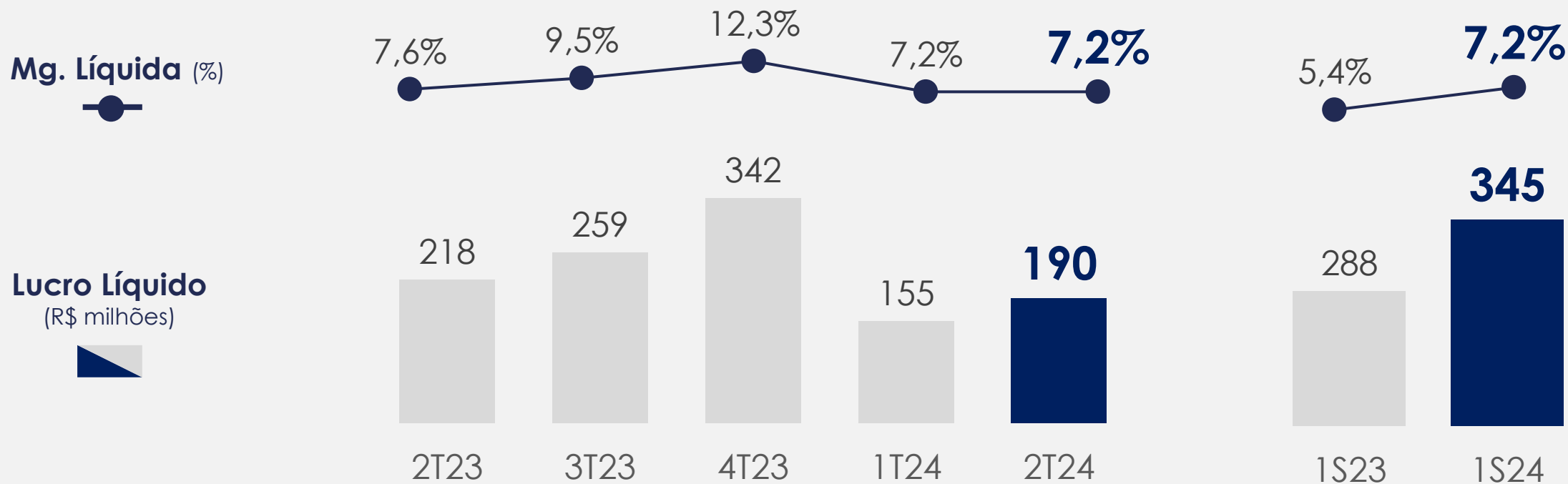


EBITDA de R\$ 614 milhões no 1S24 (+11% vs. 1S23), com expansão de margem. No 2T24, EBITDA de 337 milhões, menor que o registrado no 2T23 em função, principalmente, da queda do preço médio.





Lucro Líquido de R\$ 345 milhões no 1S24 (+19,8% vs. 1S23), com expansão de margem líquida. No 2T24, Lucro Líquido de R\$ 190 milhões, menor que o registrado no 2T23 em função, principalmente, da queda do preço médio.



GERAÇÃO DE CAIXA, DÍVIDA E INVESTIMENTOS

M. Dias Branco





R\$ 212 milhões de geração de caixa operacional no 2T24, com consumo de capital de giro de R\$ 128 milhões.

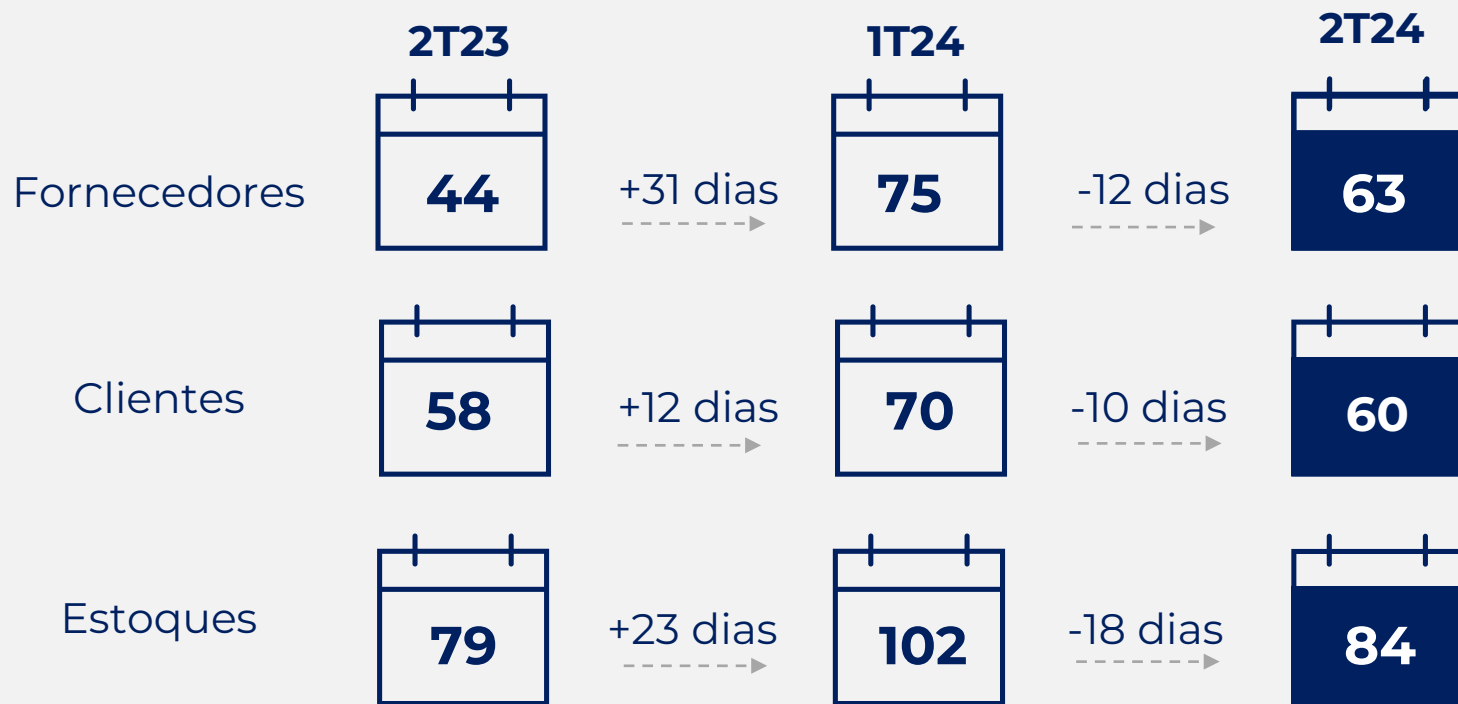
2T24 vs. 2T23			1S24 vs. 1S23	
212	512	Geração de Caixa Operacional*	350	569
337	377	EBITDA	551	614
(128)	156	Variação dos Ativos e Passivos	(269)	110
3	(21)	Outros	68	(155)

* Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais



Frente ao 1T24, melhora nas linhas de clientes e estoques dado o processo de estabilização do SAP (implantado no 1T24). Na comparação com o 2T23, aumento no prazo de fornecedores, em linha com o nosso plano estratégico e estabilidade nas demais linhas.

Prazo Médio em Dias





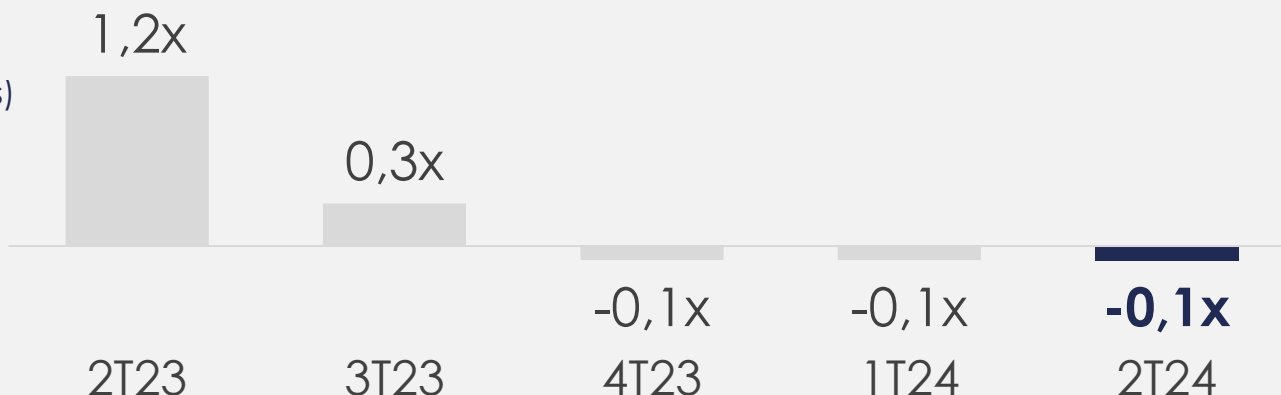
Posição de caixa líquido pelo terceiro trimestre consecutivo. Encerramos o trimestre com R\$ 2,5 bilhões em caixa!!!

Alavancagem (Caixa) Dívida Líquidos / EBITDA (últimos 12 meses)

Dívida Líquida
(R\$ milhões)



Alavancagem
(Dívida/EBITDA últ. 12 meses)



RATING NACIONAL
FITCH RATINGS

AAA

Rating Perspectiva
Estável
Reafirmado

PELO 6º ANO
CONSECUTIVO



70,7% da dívida está no longo prazo!!!

R\$ 2.557

R\$ MM

**Dívida
Total**

R\$ 752

R\$ MM

29%
Vencimento
Curto prazo

R\$ 561

R\$ MM

22%

Vencimento
2025

R\$ 20

R\$ MM

1%

Vencimento
2026

R\$ 1.224

R\$ MM

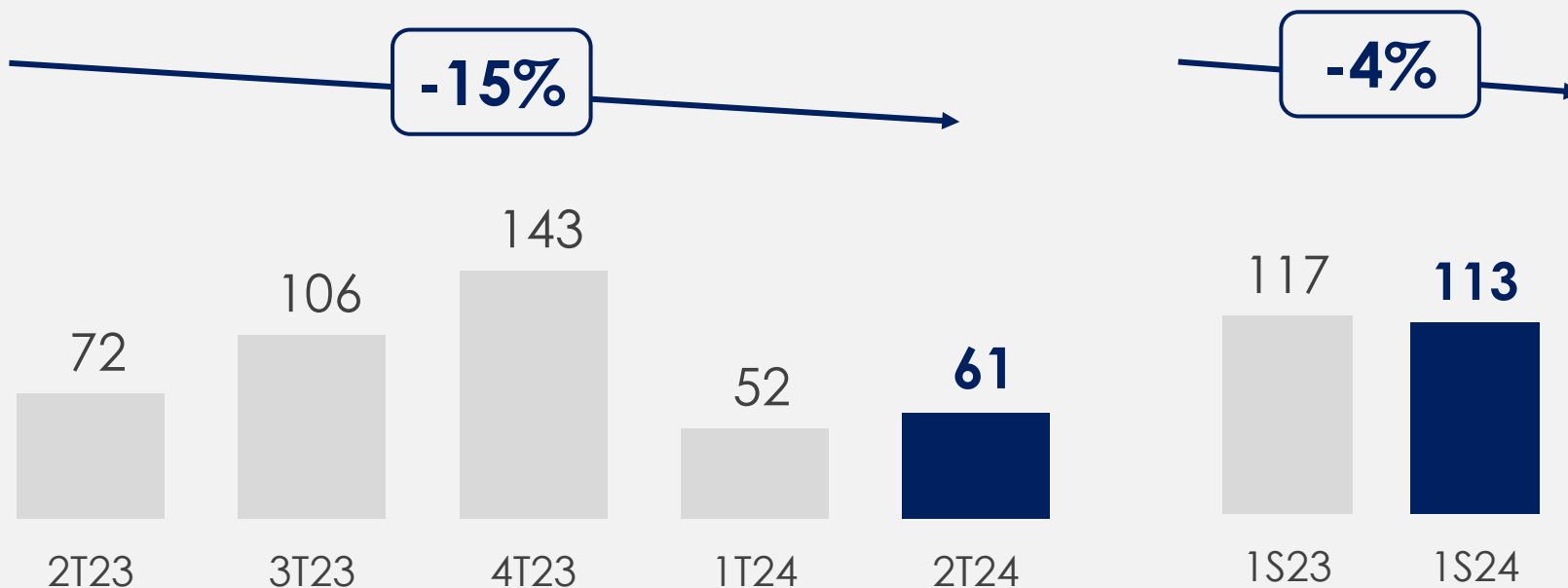
48%

Vencimento
2027
em diante



R\$ 61 milhões de investimentos no 2T24.

Investimentos Total
(R\$ Milhões)



DESTAQUE



Máquinas e equipamentos
lâmen não frito



Estratégia de crescimento com rentabilidade

NEGÓCIO ATUAL

DEFESA

1



ATAQUE

OUTRAS CATEGORIAS

2



INTERNACIONAL

3



PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA



Alavancas e habilitadores para crescermos em 2024

ALAVANCAS

Cross-selling



Inovação



Marcas exclusivas no Cash & Carry

HABILITADORES

Marketing



Excelência Comercial



JBP (Joint Business Plan)



Revenue Management



Nível de Serviço

OTIF

CFR

Transformação Digital



ESG

M. Dias Branco



Principais Indicadores – 2T24 vs. 2T23 | 1S24 vs. 1S23



CUIDAR DO PLANETA

	2T24 vs. 2T23	1S24 vs. 1S23
Consumo de água (m³/Ton.)	-11,0%	-7,1%
Reúso de água(%)	+2,2p.p.	+1,4p.p.
Resíduos enviados para aterros (%)	-3,1p.p.	-3,3p.p.
Perdas de insumos no processo produtivo (%)	Não disponível	
Desperdício de produtos acabados (%)	+0,06p.p.	+0,04p.p.



ACREDITAR NAS PESSOAS

	2T24 vs. 2T23	1S24 vs. 1S23
Mulheres na liderança* (%)	+1,1p.p.	+1,1p.p.
Frequência de Acidentes de Trabalho (taxa)	-23,3%	-22,4%
Gravidade de Acidentes de Trabalho (taxa)	-5,7%	-20,8%



*** 24,1% no 2T24 | 1S24
(23,0% no 2T23 | 1S23)**



FORTALECER ALIANÇAS

	2T24 vs. 2T23	1S24 vs. 1S23
Compras de fornecedores locais (%)	-3,5p.p.	-1,9p.p.

M. Dias Branco é uma das 50 Most Honored Companies da pesquisa Institutional Investor 2024

Gostaríamos de agradecer a todos os analistas de mercado e investidores que nos desafiam a ser cada vez melhores em governança corporativa, transparência e comunicação com o mercado.

MIDCAP

Segmento de alimentos e bebidas no ranking da América Latina



Melhor CEO

Ivens Dias Branco Jr.



Melhor CFO

Gustavo Theodozio



Melhor Profissional de RI

Fabio Cefaly



Melhor Equipe de RI



Melhor Conselho de Administração



Melhor Programa de RI



Melhor Encontro com Analistas Financeiros



Melhor Programa ESG

OVERALL

Segmento de alimentos e bebidas no ranking da América Latina



Melhor CEO

Ivens Dias Branco Jr.



Melhor CFO

Gustavo Theodozio



Melhor Profissional de RI

Fabio Cefaly



Melhor Equipe de RI



Melhor Conselho de Administração



Melhor Programa de RI



Melhor Encontro com Analistas Financeiros



Melhor Programa ESG



Obrigado!



ri.mdiasbranco.com.br



youtube.com/rimdias



ri@mdiasbranco.com.br

Gustavo Lopes Theodozio

Vice-Presidente de Investimentos e Controladoria

E-mail: gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br

Fabio Cefaly

Diretor de Novos Negócios e Relações com Investidores

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

Rodrigo Ishiwa

Gerente de Relações com Investidores

E-mail: ri@mdiasbranco.com.br

Everlene Pessoa

Analista de Relações com Investidores

E-mail: ri@mdiasbranco.com.br

Lucas Laport

Estagiário de Relações com Investidores

E-mail: ri@mdiasbranco.com.br



M. Dias Branco

Q&A

Novo Lámen.

ZERO FRITURA. MUITO SABOR.