



Resultados

4T25 | 2025

MDIA3

27 de fevereiro de 2026





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)

4T25

2,7

+9% vs. 4T24

-2% vs. 3T25

2025

10,4

+8% vs. 2024



Volume

(Mil ton.)

475

+10% vs. 4T24

-2% vs. 3T25

1.810

+3% vs. 2024



EBITDA

(R\$ Milhões)

279

-21% vs. 4T24

-12% vs. 3T25

1.103

-8% vs. 2024



Lucro Líquido

(R\$ Milhões)

158

-11% vs. 4T24

-27% vs. 3T25

660

+2% vs. 2024



Geração de Caixa

(R\$ Milhões)

181

+4% vs. 4T24

-66% vs. 3T25

1.408

+138% vs. 2024



MERCADO & RECEITA LÍQUIDA

M. Dias Branco



Em 2025, os mercados de Biscoitos e Massas cresceram em Valor

INFORMAÇÕES DOS MERCADOS DE BISCOITOS E MASSAS



BISCOITOS		4T25 vs. 4T24	2025 vs. 2024
	Valor Vendido	+3%	+3%
	Volume Vendido	-4%	-3%
	Unidades Vendidas	-4%	-3%
	Preço Médio (R\$/Kg)	+7%	+7%



MASSAS		4T25 vs. 4T24	2025 vs. 2024
	Valor Vendido	-3%	+2%
	Volume Vendido	-3%	0%
	Unidades Vendidas	-3%	+1%
	Preço Médio (R\$/Kg)	+1%	+2%

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



Prioridades Estratégicas + Ações Realizadas + Resultados 2025

“Time que Vende + Time que Ajuda a Vender”

1

Plano Comercial Claro

De Crescimento / Rentabilidade

- Foco em *sell-out* com mais presença no PDV

2

Capacidades Comerciais

Evoluir e Acelerar

- Aperfeiçoamento do plano comercial trimestral
- Evolução na rota ao mercado e na gestão dos distribuidores

3

Estrutura

Revisar Custos e Despesas



- Aceleração dos programas de produtividade e fortalecimento da gestão matricial de despesas



4

Produtividade Fabril

Aumentar eficiência e distribuição

- Aprimoramento dos indicadores de serviço e métricas de satisfação dos clientes

5

Cultura Ágil

Desenvolver e Praticar

- Criação de quatro frentes de crescimento
- Fortalecimento da presença nos PDVs por meio do programa Loja Perfeita
- Recuperação de resultados em mercados chave
- Recuperação de market share
- Crescimento consistente ano contra ano (YoY) em todos os trimestres

Em 2025, organizamos nossa estrutura comercial em quatro Frentes de Crescimento



PRODUTOS PRINCIPAIS

(Biscoitos, massas
e margarinas)



FOOD SERVICE

(Farinhas, farelo e
gorduras industriais)



PRODUTOS SAUDÁVEIS E SNACKS

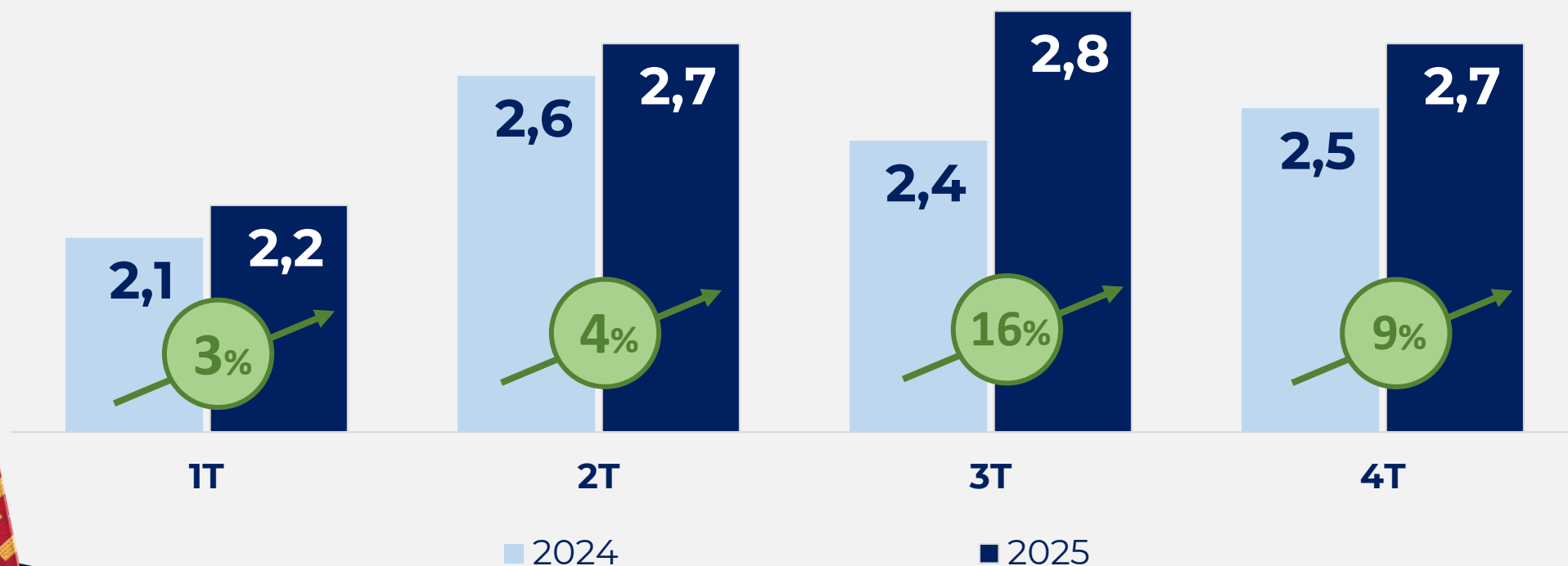


INTERNACIONAL



Consistência!!! Crescimento em todos os Trimestres

RECEITA LÍQUIDA (R\$ Bilhões)
Crescimento Ano contra Ano



PRODUTOS PRINCIPAIS

Biscoitos, Massas e Margarinas

Crescimento consistente

RECEITA LÍQUIDA PRODUTOS PRINCIPAIS

(R\$ Bilhões)

Crescimento Ano contra Ano



- Retomamos o crescimento e melhoramos a lucratividade em São Paulo, maior mercado de biscoitos e massas do Brasil;
- Recuperamos *market share* de biscoitos na região Sul;
- Mantivemos o crescimento consistente de Piraquê, com expansão de *market share* e avanços relevantes na Bahia e em Pernambuco;
- Aumentamos o *market share* de biscoitos com maior valor agregado, como *cookies* e *personal cracker*.



DAS 50 MARCAS MAIS CONSUMIDAS NOS LARES BRASILEIROS, TRÊS SÃO DA M. DIAS BRANCO... E GANHARAM RELEVÂNCIA

10^a
+ 1 Posição



Biscoitos e Massas

27^a
+ 6 Posições



40^a
+ 5 Posições



Time que Vende + Time que Ajuda a Vender

Dia do PDV e Heróis do PDV



+800

colaboradores de
diversas áreas de
todo o Brasil



**Participação
dos líderes e
seus times**



Ações em datas comemorativas no Nordeste



Campanha Richester Mistério, com lançamento e veiculação em TV, digital e influenciadores



A promotional graphic for the Richester Amorí Mistério campaign. The background is dark with red digital overlays, including a heart rate monitor line and a question mark. Two cylindrical packages of Richester Amorí Mistério are prominently displayed, one in brown and one in purple. Both packages feature the Richester logo, the word 'AMORÍ' in large red letters, and 'MISTÉRIO QUAL É O SABOR?' in white. They also indicate 'edição especial' and '125 g'. Two round cookies with the 'AMORÍ' logo are shown, one at the top and one at the bottom. On the left, a red-outlined box contains the text 'RECHEADO DE TEORIAS_' and a smaller box below it says 'DESCUBRA OS SABORES'. On the right, the Richester logo is in the top corner, and a red lamp is visible in the background. In the bottom right corner, there is a red 'OK' button and the number '13'.

RECHEADO DE TEORIAS_

DESCUBRA OS SABORES

Richester

AMORÍ

MISTÉRIO
QUAL É O SABOR?

edição especial

PESO LÍQ. NETO 125 g

DISCUTO DOCE RECHEADO AROMATIZADO

Richester

AMORÍ

MISTÉRIO
QUAL É O SABOR?

edição especial

PESO LÍQ. NETO 125 g

DISCUTO DOCE RECHEADO AROMATIZADO

OK

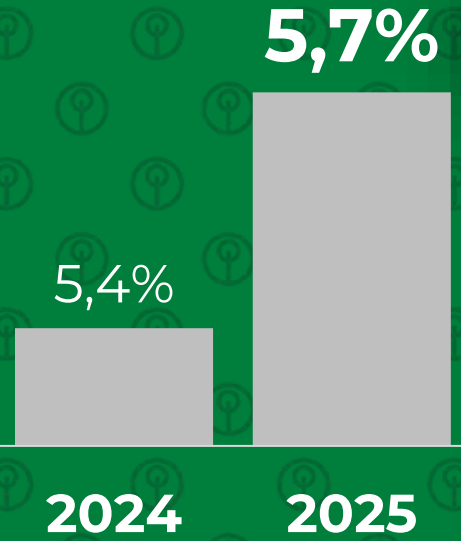
13

Reality Show 100% focado em Massas Adria, com mais de 5,5 milhões de visualizações no Youtube



Aumento do *market share* de Piraquê no Brasil (biscoitos)

**SHARE
VOLUME**



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

Participação em feiras nacionais, como a APAS Show, com reconhecimento em 6 categorias do prêmio POPAI 2025



Lançamentos

PERSONAL CRACKER

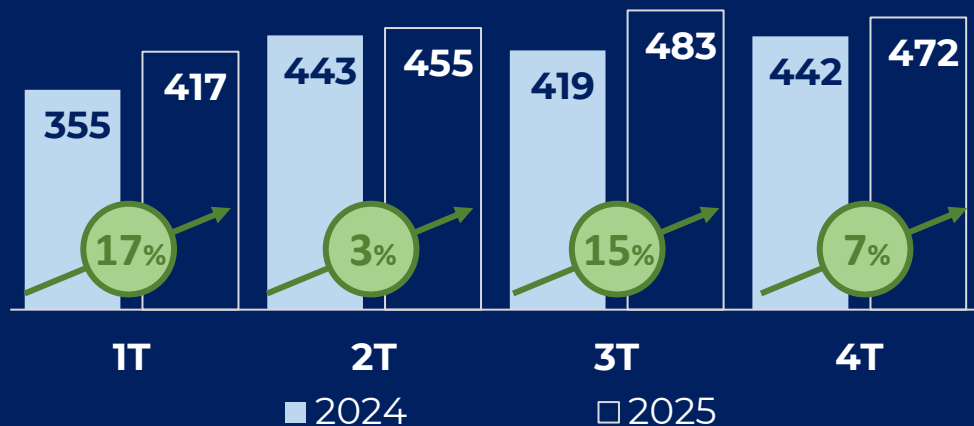


FOOD SERVICE

Farinhas, Farelo e Gorduras Industriais

Crescimento consistente

RECEITA LÍQUIDA (R\$ Milhões)
Crescimento Ano contra Ano



Novas categorias;

Execução comercial apoiada por:

_Portas Abertas, alcançando 98 clientes

_+ de 200 treinamentos

_+ de 700 atendimentos técnicos

Participação em feiras e eventos como a FIPAN, maior evento de panificação da América Latina, onde realizamos + de 2 mil atendimentos comerciais;

Ampliação da capilaridade comercial e da cobertura de mercado pelo canal indireto.

Lançamento da marca M. Dias Branco Profissional



A M. Dias Branco, líder nacional no setor alimentício, expande sua atuação no mercado B2B com foco em soluções para Indústrias e o canal Food Service.



Plataforma digital com mais de 3 milhões de visualizações no Youtube



Assistente Virtual



43 vídeos
Receitas + Dicas



3.053.923
visualizações



225 mil
Usuários ativos



Fortalecimento da Execução Comercial

1ª Convenção de Distribuidores



2

Dias de evento

19

Clientes

6 Portas Abertas



PORTASABERTAS

130

clientes impactados

8 Feiras e Eventos

4 dias de evento

+2 mil atendimentos comerciais

+2.000 pessoas impactadas com workshops



✦ Lançamentos



Medalha de Ouro Confeitaria
Amplia o portfólio com produtos
para confeitaria



Finna Mix Especial, trazendo
praticidade e uma solução eficiente



Puro Sabor 3kg reformulada: **60% de gordura**, se ajustando ao mercado e mais competitiva



Medalha de Ouro Especial chega
como uma opção intermediária entre
a Tradicional e a Extra Clara



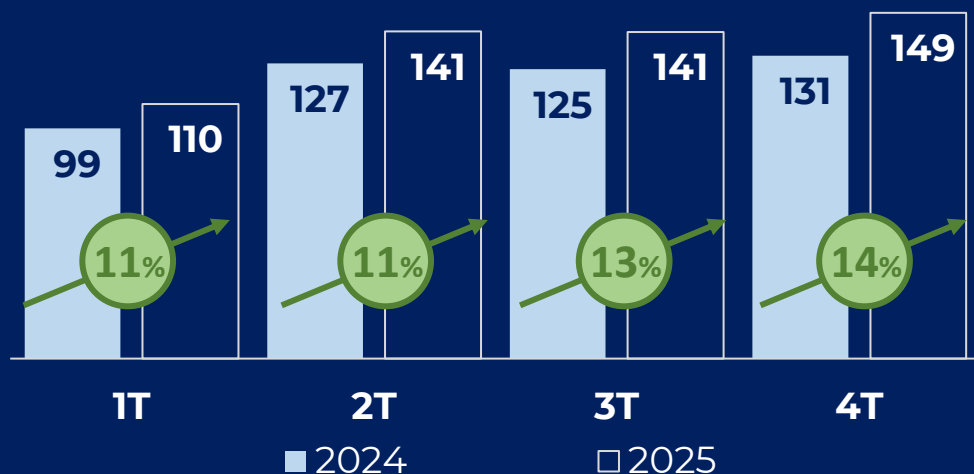
Boulanger, linha premium de farinhas
100% importadas, de alto valor
agregado

PRODUTOS SAUDÁVEIS E SNACKS

Crescimento consistente

RECEITA LÍQUIDA* (R\$ Milhões)

Crescimento Ano contra Ano



* Receita Líquida de Adjacências (Bolos, snacks, misturas para bolos, torradas, saudáveis, molhos e temperos).

- Relançamento da marca Frontera, que passou a contar com produção nacional;
- Novo modelo de distribuição comercial com maior agilidade no atendimento ao mercado;
- Portfólio amplo e diferenciado, que inclui Granola Premium Low Carb, pães sem glúten e cookies da marca Jasmine, além dos chocolates Fit Food.

FRONTERA



Produtos voltados à saudabilidade, com ingredientes naturais e fontes de proteínas



INTERNACIONAL

Biscoitos, massas, farinha, torradas e snacks

Foco na expansão internacional,
desenvolvimento de portfólio
regional e fortalecimento da
presença global



em biscoitos no Uruguai



em massas no Uruguai





Participação em importantes feiras de alimentos internacionais



GULFOOD

Emirados Árabes
Unidos



ANUGA

Alemanha



ISM

Alemanha



America Food and Beverage

Estados Unidos

No ano e no 4T25, Receita Líquida cresceu nos três grupos de categorias

Receita, volume e preço	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %	2025	2024	Var. %
Volume de vendas (mil ton.)	475	431	+10%	483	-2%	1.810	1.755	+3%
Preço médio (R\$/kg)	5,7	5,8	-1%	5,8	-1%	5,8	5,5	+5%
Receita Líquida (R\$ milhões)	2.721	2.489	+9%	2.784	-2%	10.438	9.663	+8%
Produtos Principais*	2.100	1.917	+10% ✓	2.160	-3%	8.070	7.522	+7% ✓
Moinhos de Trigo e Refino de óleos vegetais**	472	442	+7% ✓	483	-2%	1.828	1.659	+10% ✓
Adjacências***	149	131	+14% ✓	141	+6% ✓	540	482	+12% ✓

*Biscoitos, Massas e Margarinas;

**Farinhas, Farelo e Gorduras Industriais;

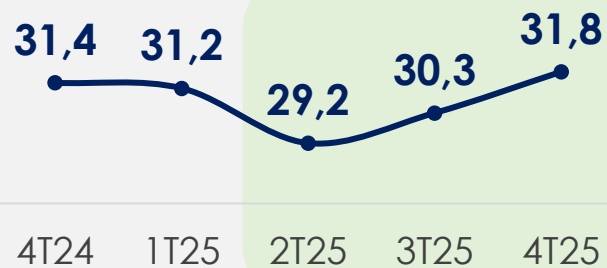
***Bolos, snacks, misturas para bolos, torradas, saudáveis, molhos e temperos.



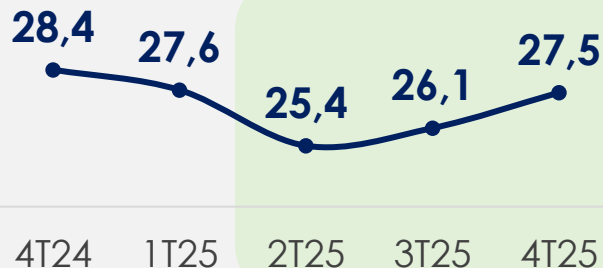
Recuperação do *market share volume* de Biscoitos e Massas a partir da segunda metade do ano. Farinha encerrou 2025 com participação superior a 2024



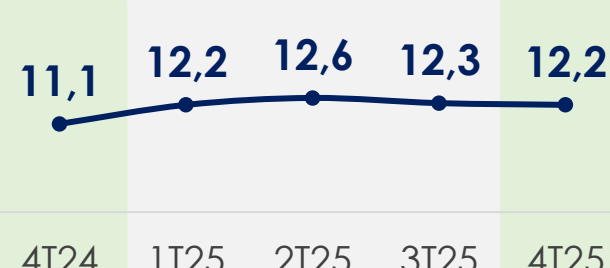
Biscoitos



Massas



Farinha



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



CUSTOS & DESPESAS



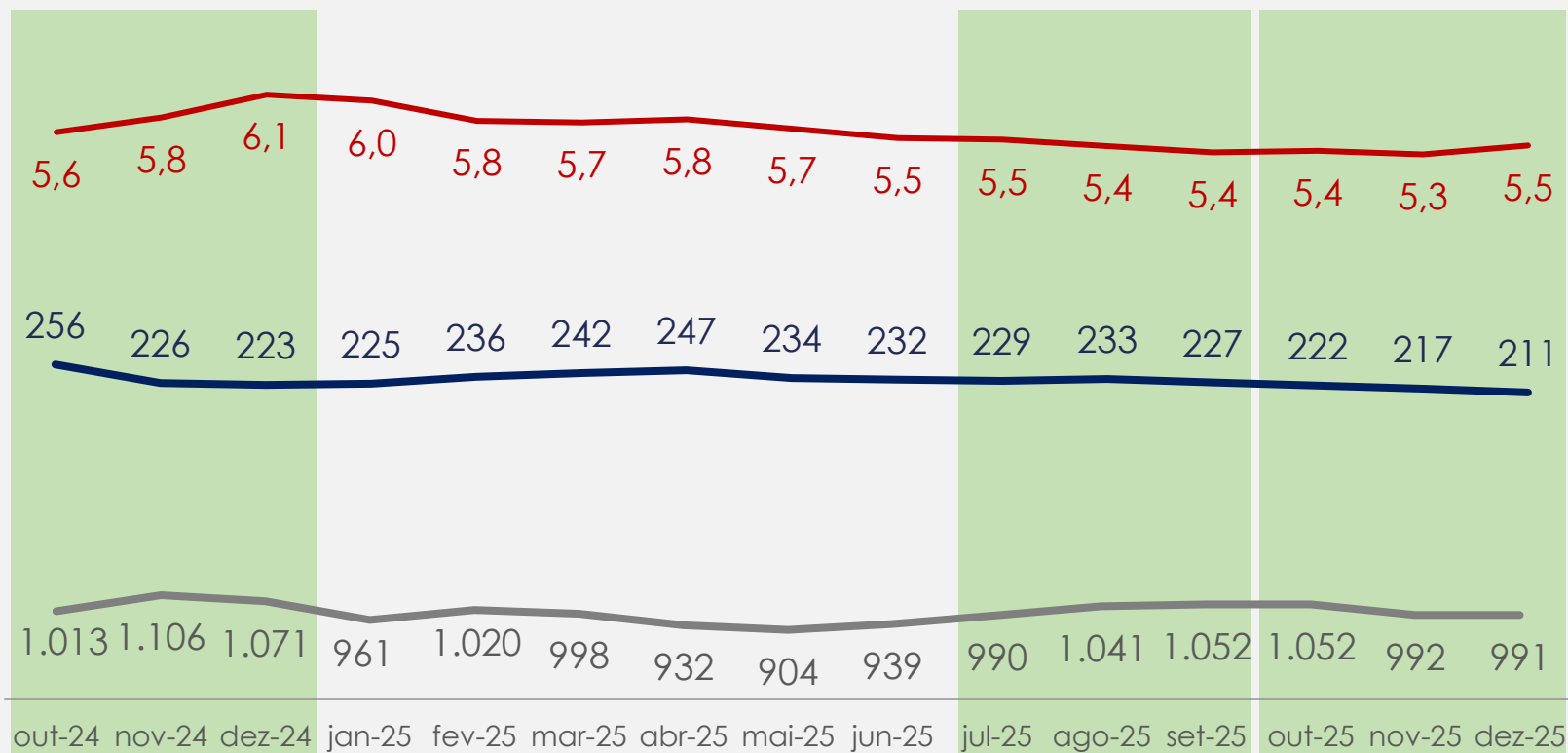
M. Dias Branco

No 4T25 vs. 4T24, no mercado, redução de aproximadamente 5% do óleo de palma em dólar e recuo do trigo em dólar de cerca de 8%

 **DÓLAR**
(Média Mês)

 **TRIGO MERCADO**
(US\$/TON.)

 **ÓLEO DE PALMA MERCADO**
(US\$/TON.)



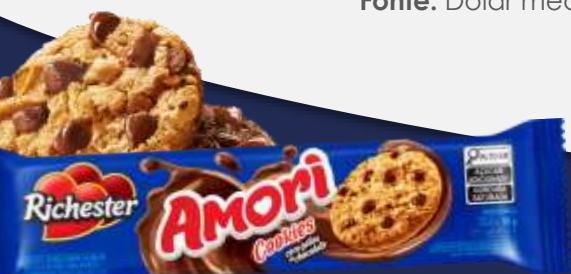
4T25 vs. 4T24 **2025 vs. 2024**

-8% **+4%**

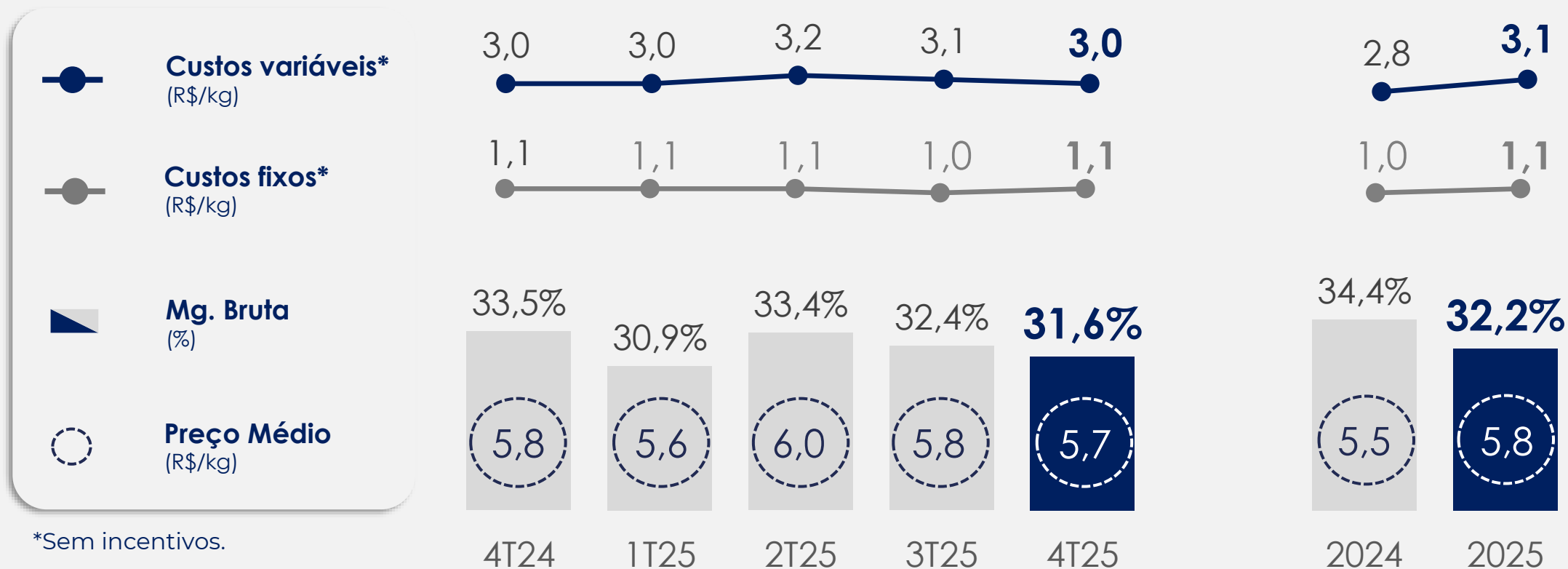
-8% **-6%**

-5% **+9%**

Fonte: Dólar médio - Banco Central; Trigo - SAFRAS & Mercado; Óleo de palma – Bursa.



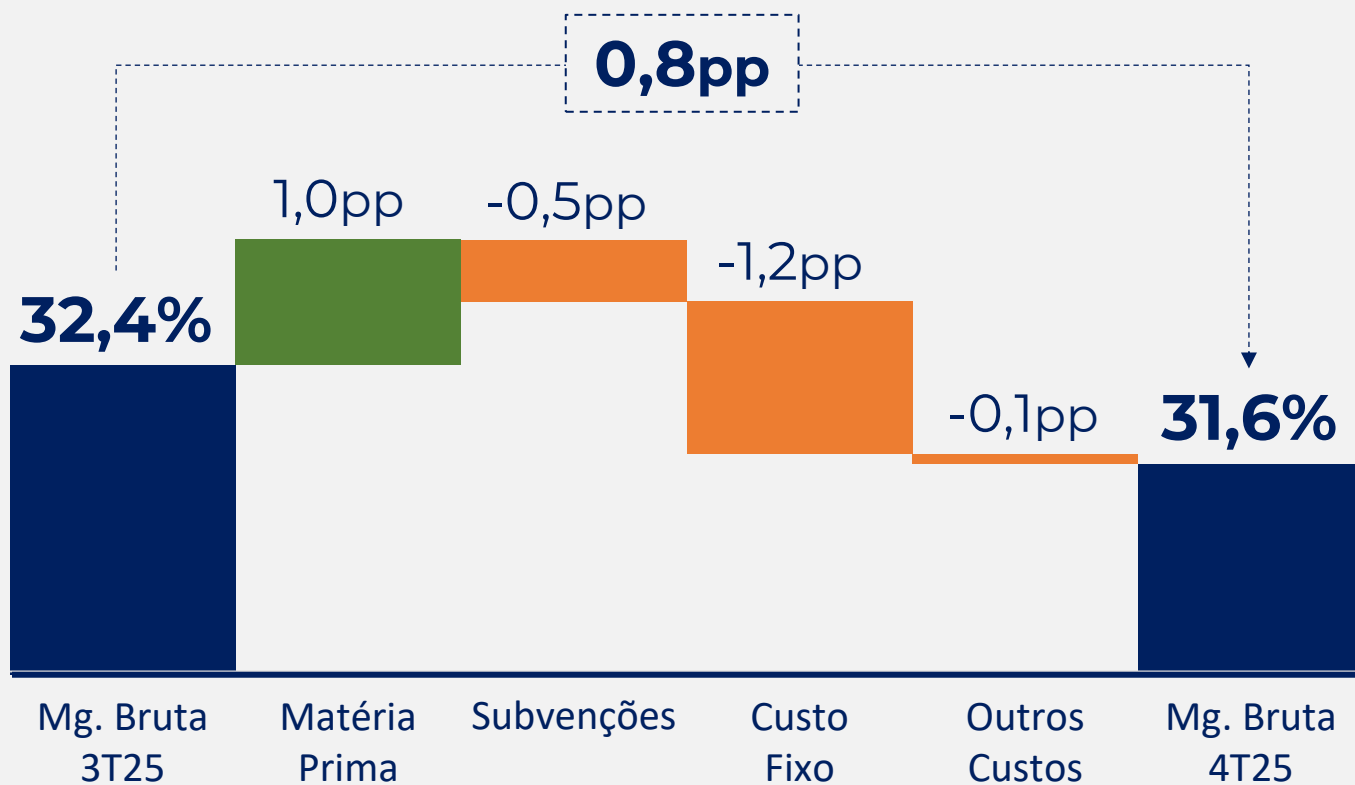
Margem bruta de 31,6% no 4T25 e de 32,2% em 2025. A redução da margem bruta em 2025 foi influenciada pelo aumento dos custos variáveis, com destaque para o valor do óleo de palma em dólares



Efeitos extraordinários positivos de 3,3 p.p. Margem Bruta recorrente: 30,2%



Variação da Mg. Bruta



Impactos

Matéria-Prima: reflete parcialmente a redução dos preços das *commodities* observada no mercado, um vez que temos estoques de matérias-primas e posições de hedge (inclusive para o câmbio);

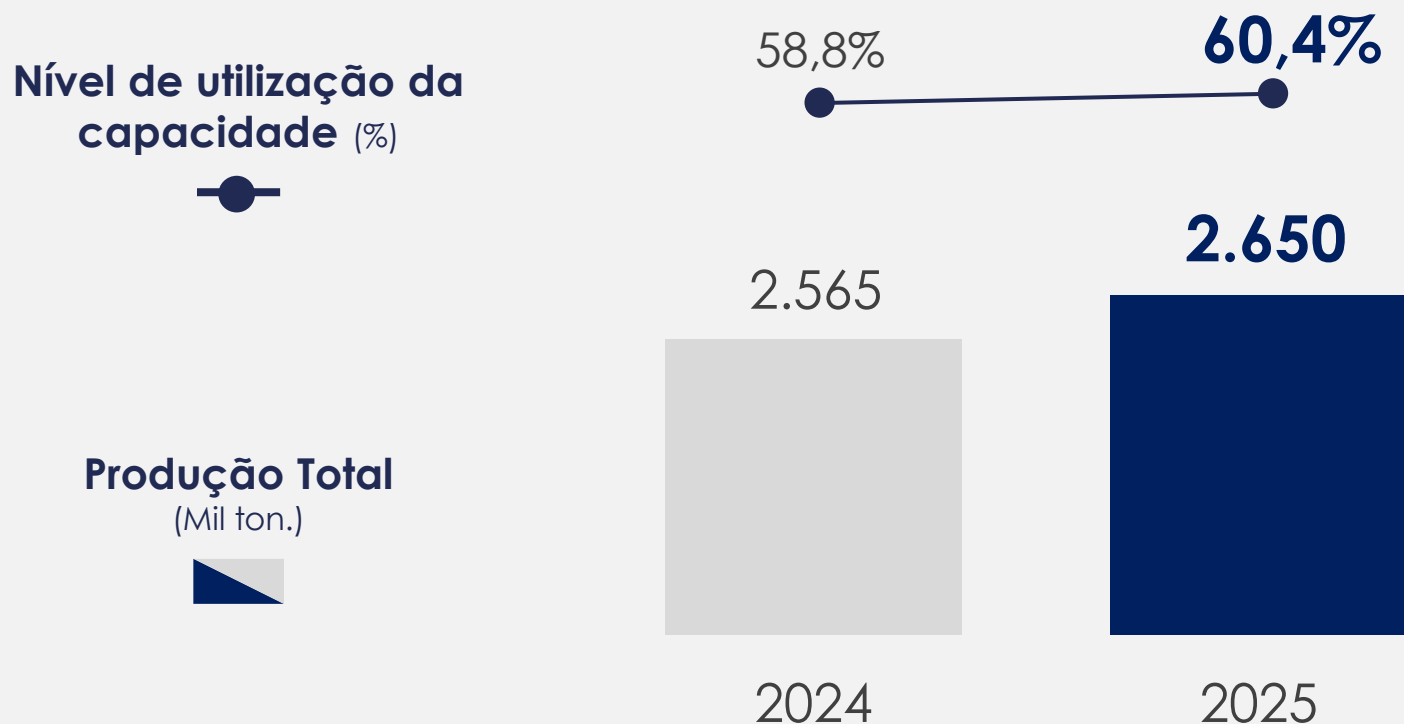
Subvenções: impactada pelo menor volume de produção, dada a sazonalidade do quarto trimestre e pela queda do preço do trigo;

Custos Fixos: menor diluição de custos fixos por menores níveis de produção e reajustes de folha (inclusive efeitos retroativos).



Encerramos 2025 com utilização da capacidade de 60,4%, aumento de 1,6 p.p. vs. 2024, impulsionado pelo crescimento dos volumes

Utilização da capacidade de produção



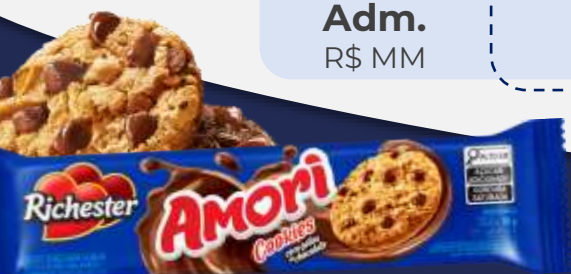


SG&A controlado no ano, refletindo principalmente o crescimento dos volumes (+3,1%). No 4T24, tivemos R\$ 44 milhões de efeitos extraordinários favoráveis, principalmente pelo estorno e não provisionamento de PLR. Desse total, R\$ 25 milhões referentes à PLR nas despesas administrativas. Sem tais efeitos, as despesas administrativas teriam crescido em linha com inflação. Adicionalmente, o crescimento das despesas com vendas refletem o aumento dos volumes (+10,2%) e a retomada dos investimentos em marketing.

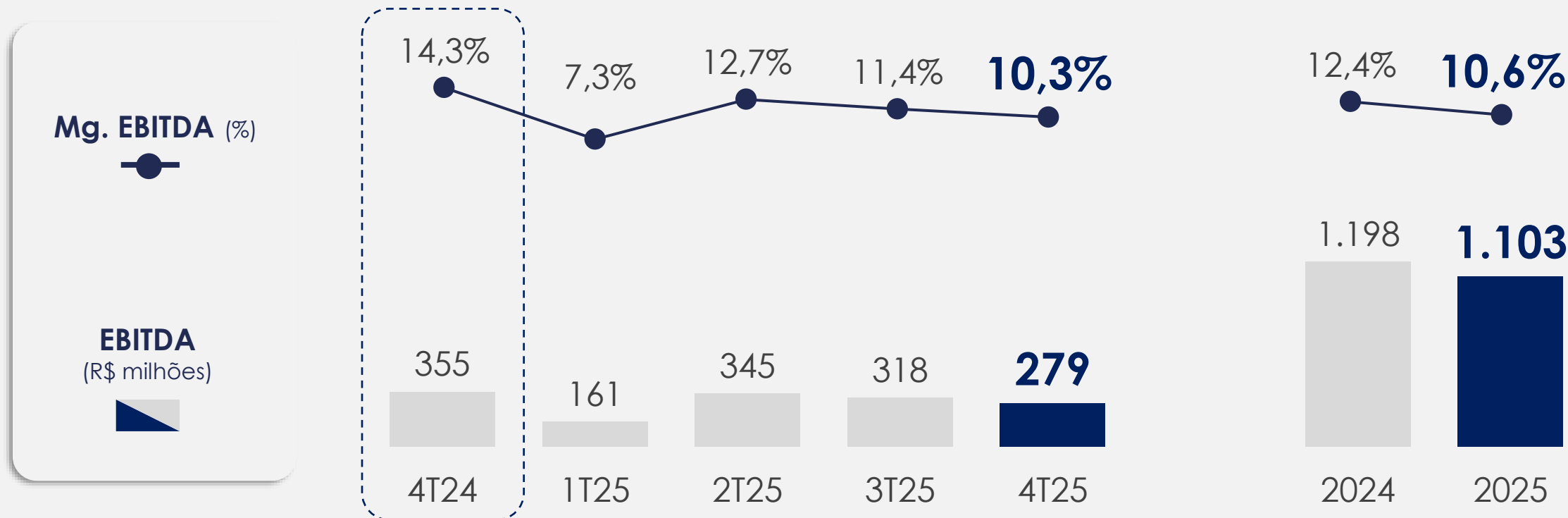
Despesas administrativas e com vendas (SG&A)

(% da Receita Líquida)

	19,3%	23,4%	20,8%	22,1%	22,7%	22,5%	22,2%
	480	516	565	616	619	2.166	2.316
	R\$ MM	R\$MM	R\$MM	R\$MM	R\$MM	R\$ MM	R\$MM
	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25	2024	2025
Vendas	413	423	477	523	522	1.843	1.945
R\$ MM							
Adm.	67	93	88	94	97	323	371
R\$ MM							



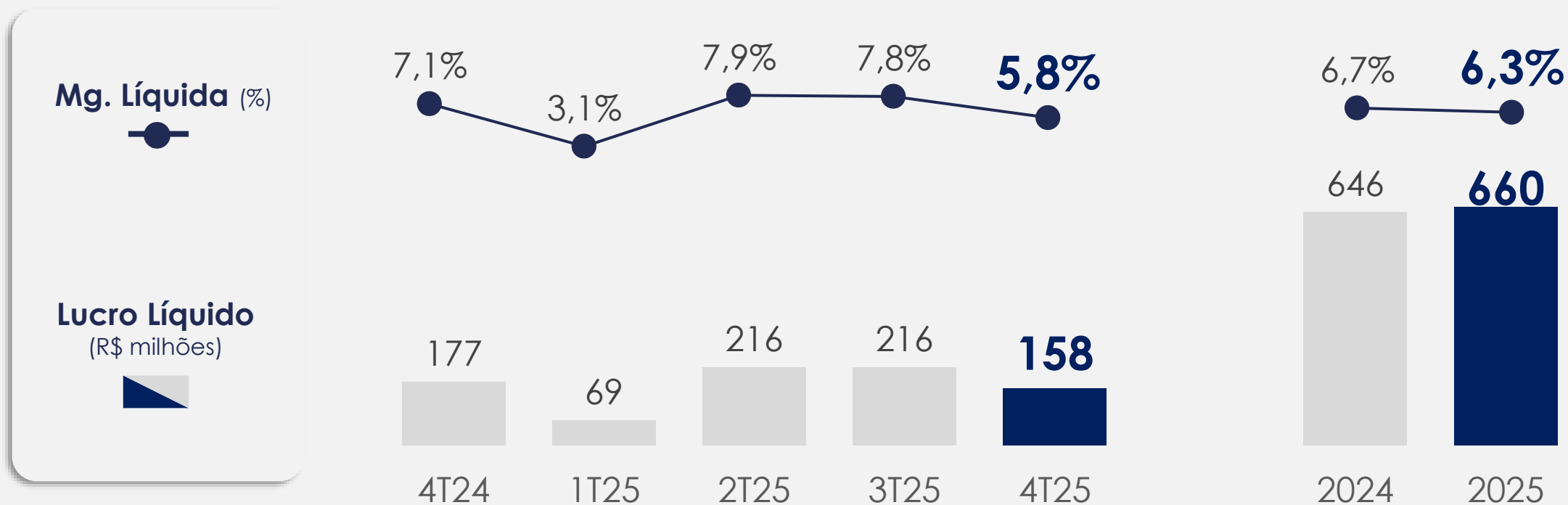
EBITDA de R\$ 279 milhões no 4T25, com margem EBITDA de 10,3%



Efeitos extraordinários positivos de R\$ 79 milhões. Sem efeitos extraordinários: **R\$ 277 milhões**



Lucro Líquido de R\$ 158 milhões no 4T25





GERAÇÃO DE CAIXA, DÍVIDA E INVESTIMENTOS

M. Dias Branco

Geração de caixa de R\$ 1,4 bilhão em 2025!!

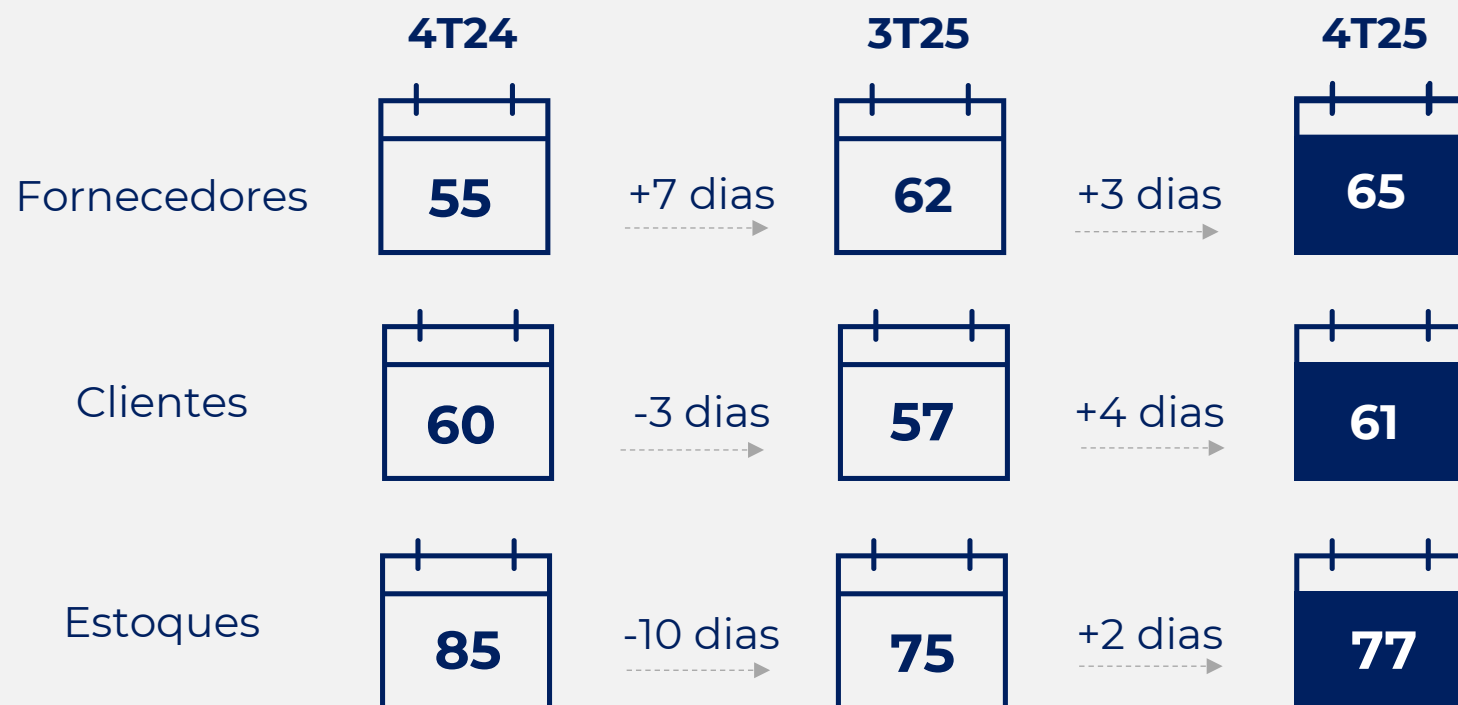
4T25	vs.	4T24		2025	vs.	2024
181		175	Geração de Caixa Operacional*	1.408		592
279		355	EBITDA	1.103		1.198
(151)		(241)	Variação dos Ativos e Passivos	240		(699)
53		61	Outros	65		93

* Disponibilidades Líquidas geradas (aplicadas) nas atividades operacionais



No ano, liberação de capital de giro de R\$ 240 milhões, fruto do avanço na gestão operacional, com aumento do prazo médio de fornecedores

Prazo Médio em Dias





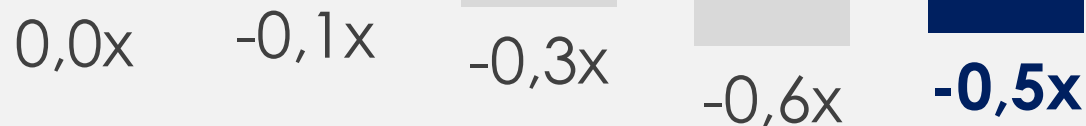
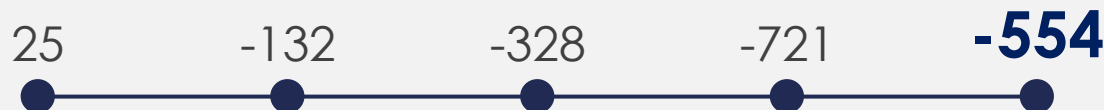
Encerramos o 4T25 com R\$ 1,9 bilhão em caixa e R\$ 554 milhões de caixa líquido (caixa maior que a dívida)

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

Dívida Líquida
(R\$ milhões)



Alavancagem
(Dívida/EBITDA últ. 12 meses)



4T24 1T25 2T25 3T25 4T25

RATING NACIONAL
FITCH RATINGS

AAA

Rating Perspectiva
Estável
Reafirmado

PELO 8º ANO
CONSECUTIVO





95,1% da dívida no longo prazo e manutenção do Rating AAA Perspectiva Estável pela Fitch pelo 8º ano consecutivo

R\$ 1.420

R\$ MM

**Dívida
Total**

R\$ 70

R\$ MM

5%
Vencimento
Curto prazo

R\$ 29

R\$ MM

2%

Vencimento
2027

R\$ 409

R\$ MM

29%

Vencimento
2028

R\$ 912

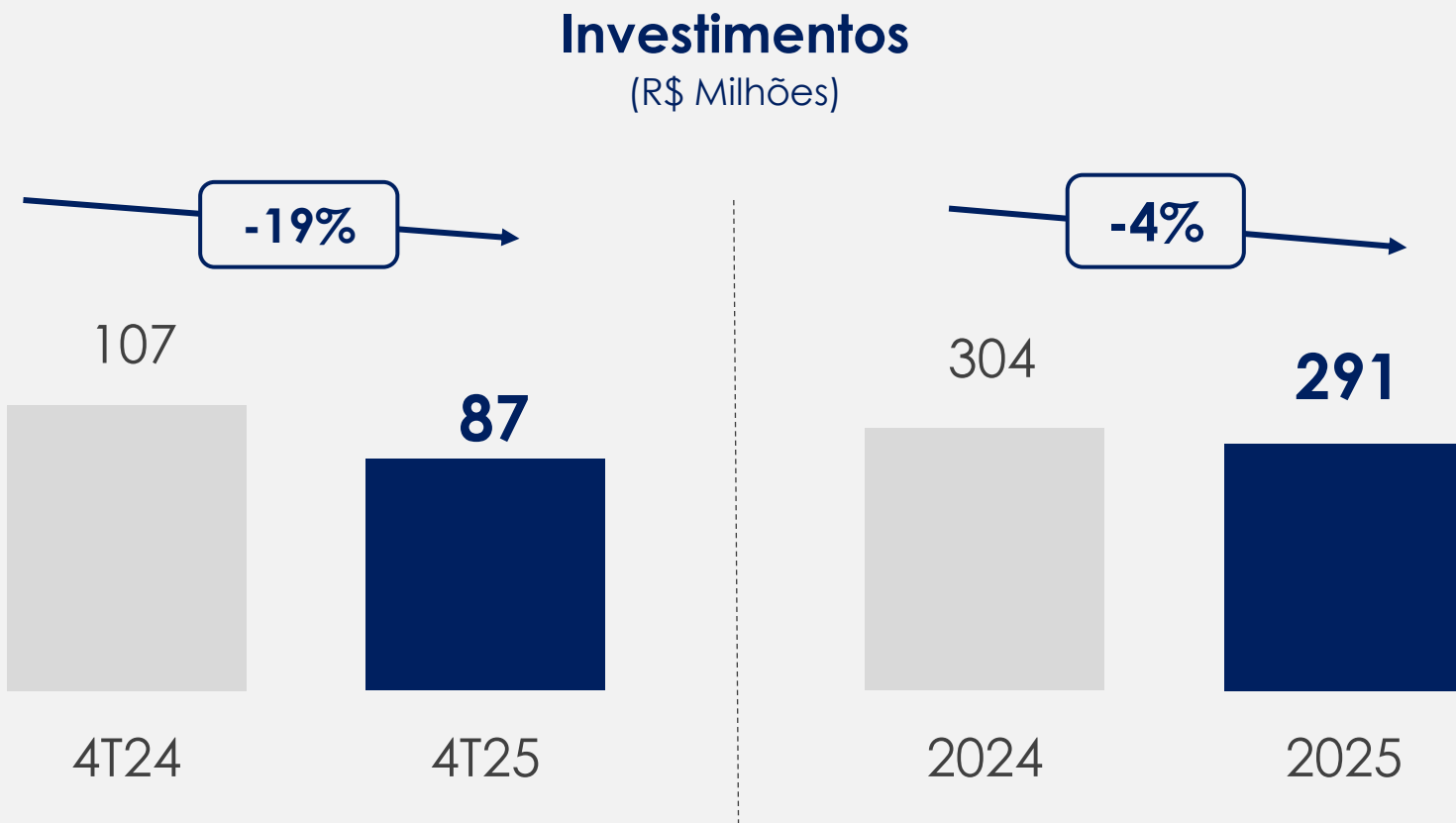
R\$ MM

64%

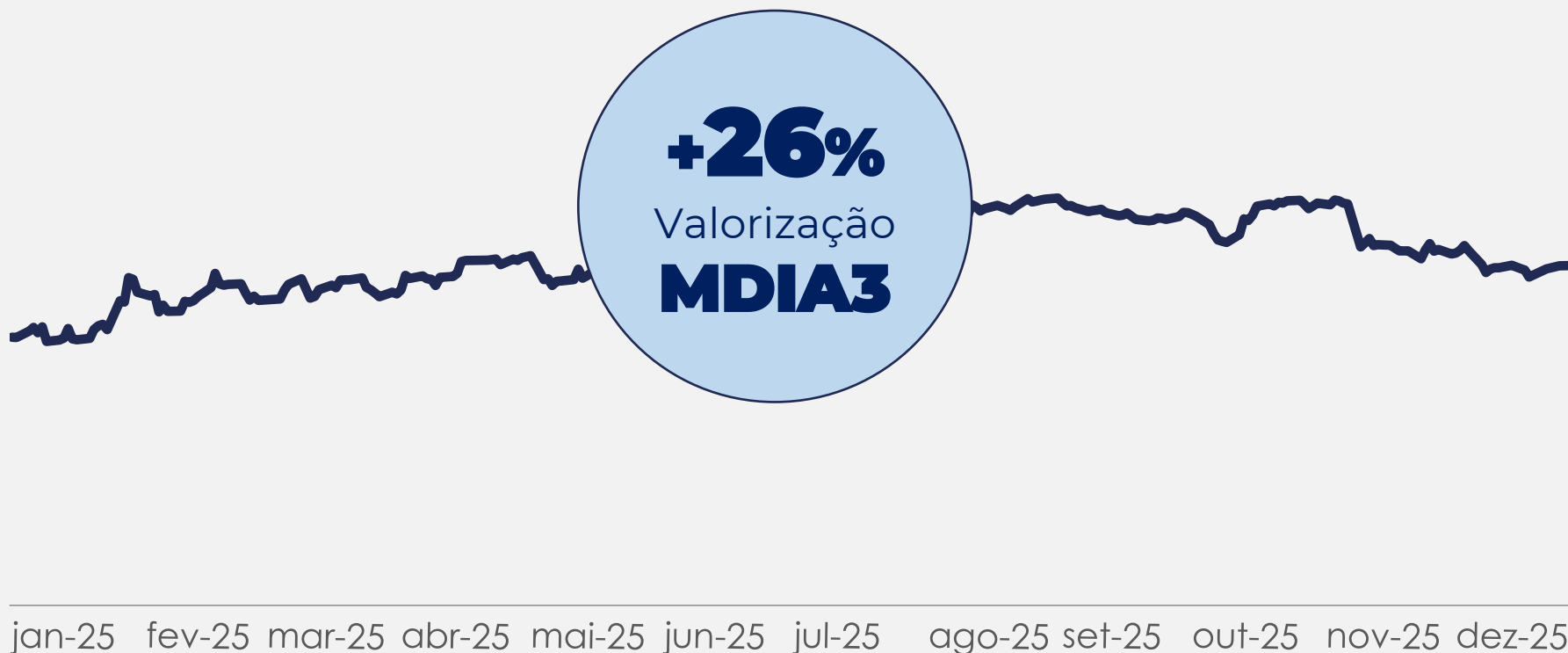
Vencimento
2029
em diante



R\$ 291 milhões investidos em 2025, com destaque para investimentos em planejamento logístico e tecnologia e transição energética



MDIA3 +26% de valorização em 2025!!!

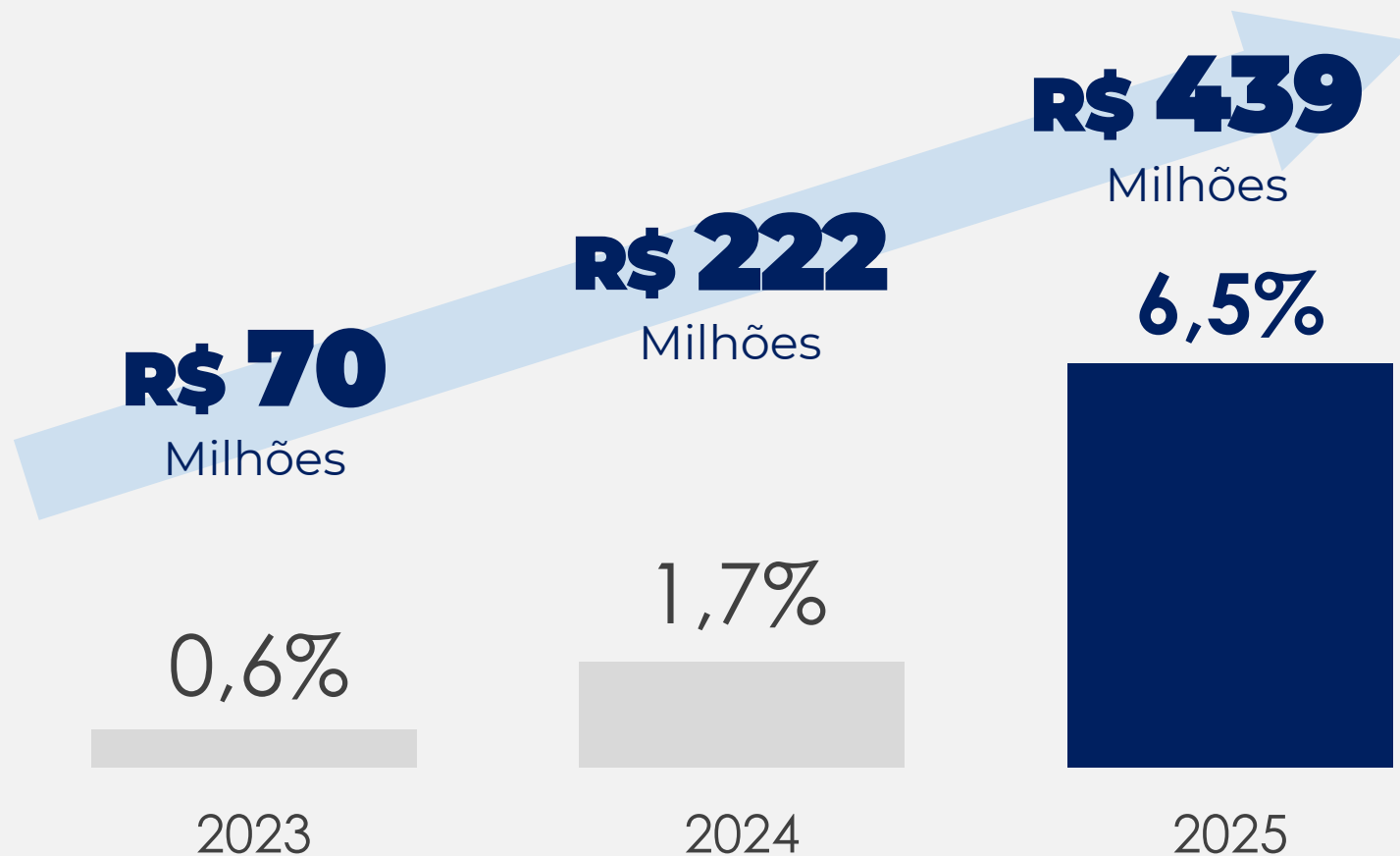


Desempenho MDIA3: 02/01/2025 – 30/12/2025





Em 2025, realizamos pagamentos de dividendos mensais de R\$ 0,03/ação e distribuições extraordinárias, somando R\$ 439 milhões pagos e *dividend yield* de 6,5%



Estratégia de crescimento com rentabilidade



PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA



ESG

M. Dias Branco



Principais Indicadores – 4T25 vs. 4T24 | 2025 vs. 2024



CUIDAR DO PLANETA

	4T25 vs. 4T24	2025 vs. 2024
Consumo de água (m³/Ton.)	-10,6%	-4,7%
Reúso de água(%)	+2,3p.p.	+1,9p.p.
Resíduos enviados para aterros (%)	-0,3p.p.	-0,2p.p.
Perdas de insumos no processo produtivo (%)	-0,4p.p.	-0,1p.p.
Desperdício de produtos acabados (%)	0,0p.p.	0,0p.p.



ACREDITAR NAS PESSOAS

	4T25 vs. 4T24	2025 vs. 2024
Mulheres na liderança* (%)	+2,0p.p.	+2,0p.p.
Frequência de Acidentes de Trabalho (taxa)	+35,7%	+29,3%
Gravidade de Acidentes de Trabalho (taxa)	-25,6%	+3,1%



*** 28,7% no 4T25
(26,7% no 4T24)**



FORTALECER ALIANÇAS

	4T25 vs. 4T24	2025 vs. 2024
Compras de fornecedores locais (%)	-3,4p.p.	-1,3p.p.
Metas do Movimento Transparência 100% 	3 metas divulgadas (superando o estabelecido no cronograma do Movimento)	



Destaques 2025

Institutional Investor

Melhor Programa de RI
Alimentos e Bebidas pelo
segundo ano consecutivo
(*ranking* América Latina Midcap)



Troféu Transparência Anefac

Conquistamos pela 8ª vez o
Troféu Transparência em
reconhecimento das melhores
práticas de divulgação



Prêmio Inbrasc

Programa Aliança para o
Futuro foi reconhecido pelas
suas iniciativas para construir
uma cadeia mais ética,
sustentável e resiliente





Obrigado!



ri.mdiasbranco.com.br



youtube.com/rimdias



ri@mdiasbranco.com.br



GUSTAVO THEODOZIO

Vice-Presidente de Investimentos e Controladoria
gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br



FABIO CEFALY

Diretor de Novos Negócios e Relações com Investidores
fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br



RODRIGO ISHIWA

Gerente Executivo de Relações com Investidores
ri@mdiasbranco.com.br



EVERLENE PESSOA

Especialista de Relações com Investidores
ri@mdiasbranco.com.br



LUCAS LAPORT

Assistente de Relações com Investidores
ri@mdiasbranco.com.br

M. Dias Branco

Q&A



ri.mdiasbranco.com.br



youtube.com/rimdias



ri@mdiasbranco.com.br

