

M. Dias Branco

# Resultados 2T25 | 1S25

MDIA3

11 de agosto de 2025





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)

2T25

**2,7**

**+4%** vs. 2T24  
**+23%** vs. 1T25



**Volume**  
(Mil ton.)

**457**

**-10%** vs. 2T24  
**+16%** vs. 1T25



**SG&A**  
(% Receita Líquida)

**20,8%**

**23,6%** | 2T24  
**23,4%** | 1T25



**EBITDA**  
(R\$ Milhões)

**345**

**+2%** vs. 2T24  
**+114%** vs. 1T25



**Lucro Líquido**  
(R\$ Milhões)

**216**

**+14%** vs. 2T24  
**+212%** vs. 1T25



**Geração de Caixa**  
(R\$ Milhões)

**416**

**+97%** vs. 2T24  
**+48%** vs. 1T25





# EXECUÇÃO E CONSTRUÇÃO DO FUTURO

*M. Dias Branco*

# “Time que Vende + Time que Ajuda a Vender”

## Prioridades Estratégicas

1

Plano Comercial Claro de Crescimento / Rentabilidade

2

Evoluir e Acelerar as Capacidades Comerciais

3

Revisar a estrutura de Custos e Despesas

4

Aumentar a produtividade fabril e de distribuição

5

Desenvolver e praticar uma cultura ágil

## Algumas das Ações em Curso

- Foco em *sell-out* com mais presença no PDV
- Aperfeiçoamento do plano comercial trimestral
- Evolução na rota ao mercado e na gestão dos distribuidores
- Aceleração dos programas de produtividade e fortalecimento da gestão matricial de despesas
- Aprimoramento dos indicadores de serviço e métricas de satisfação dos clientes



# Alavancando o Food Service!!!



**Nova farinha Boulanger**, com alto valor agregado para atender pizzarias e padarias que necessitam de um produto diferenciado



**Nova farinha Medalha de Ouro** para Pães Congelados, Pães Embalados e Confeitarias



**Nova identidade da linha Finna Mix**



**Plataforma digital** exclusiva para profissionais, com receitas, dicas e portfólio completo



**Foco em parcerias, soluções e excelência no atendimento.**

# Somos todos vendedores!!! DIA DO PDV\*



**+370**

colaboradores de diversas áreas



**+130**

lojas visitadas, em 40 cidades e 20 estados

*A ação proporcionou vivência e proximidade com os clientes e consumidores.*



# Empresa mais premiada na APAS SHOW 2025 Categoria Estande Mega

## Prêmio POPAI Brasil 2025

-  Melhor Conceito
-  Melhor Ação Promocional
-  Melhor Visual Merchandising
-  Melhor Estande Sustentável
-  Melhor Comunicação Visual



# DAS 50 MARCAS MAIS CONSUMIDAS NOS LARES BRASILEIROS EM 2024, TRÊS SÃO DA M. DIAS BRANCO... E GANHARAM RELEVÂNCIA

**10<sup>a</sup>**  
+ 1 Posição

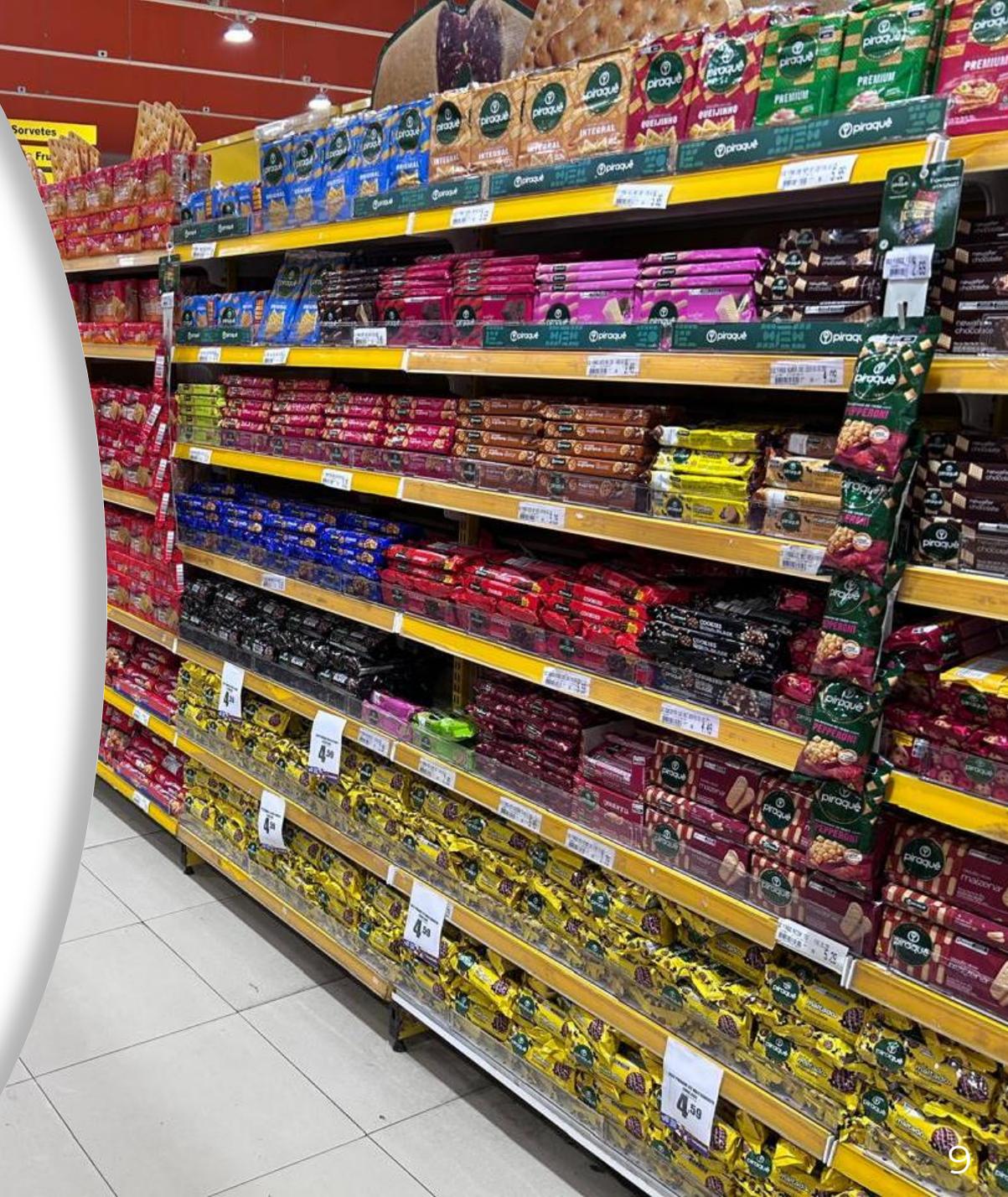


**1<sup>o</sup>** Biscoitos e Massas

**27<sup>a</sup>**  
+ 6 Posições



**40<sup>a</sup>**  
+ 5 Posições



# MARKETING & TRADE



**Festa de São João**, campanha com as marcas **Vitarella** e **Fortaleza**, com destaque para ações no **Ceará** e **Pernambuco**



**Material promocional de ponto de venda** para ampliar a visibilidade dos produtos nas gôndolas e pontos extras



**Ativação de lámen zero fritura** com as marcas Adria e Isabela, incluindo promoção de *cashback* e interações com consumidores nos PDVs



**Sampling Piraquê** em SP com produtos maltados e cookies



# PERSONAL CRACKER

Novos Sabores e Embalagens



**LEVE  
MAIS  
PAGUE  
MENOS**

**CONTEM  
12  
PACOTES  
DE 23g CADA**

Peso Líq./ Neto /Net Wt. 276 g  
CONTEM 12 PACOTES DE 23 g | CONTIENE 12 PAQUETES DE 23g | CONTAINS 12 PACKAGES OF 0.8 oz





# MERCADO & RECEITA LÍQUIDA

---

*M. Dias Branco*

# Os mercados de biscoitos e massas cresceram em valor vs. 2T24 e 1T25.

## INFORMAÇÕES DOS MERCADOS DE BISCOITOS E MASSAS



### BISCOITOS

	2T25 vs. 2T24	2T25 vs. 1T25
 Valor Vendido	<b>+5%</b>	<b>+5%</b>
 Volume Vendido	<b>-3%</b>	<b>+3%</b>
 Unidades Vendidas	<b>-2%</b>	<b>+2%</b>
 Preço Médio (R\$/Kg)	<b>+8%</b>	<b>+2%</b>



### MASSAS

	2T25 vs. 2T24	2T25 vs. 1T25
 Valor Vendido	<b>+3%</b>	<b>+9%</b>
 Volume Vendido	<b>0%</b>	<b>+9%</b>
 Unidades Vendidas	<b>0%</b>	<b>+9%</b>
 Preço Médio (R\$/Kg)	<b>+4%</b>	<b>0%</b>

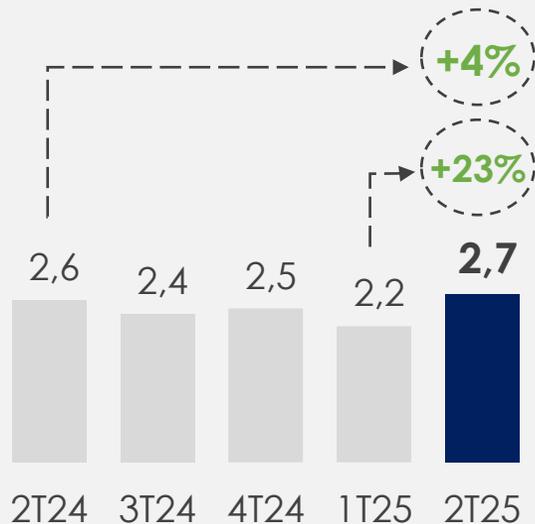
Fonte: Nielsen – Retail Index. Total Brasil. INA+C&C.



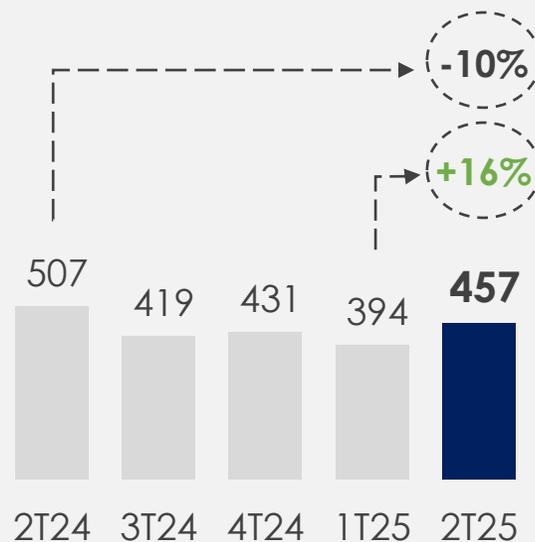
**Receita líquida +3,6% vs. 2T24. Mix favorável e repasses nos últimos meses contribuíram para o aumento do preço médio vs. 1T25 e 2T24. Base de comparação difícil do 2T24, influenciada pela implantação do SAP.**



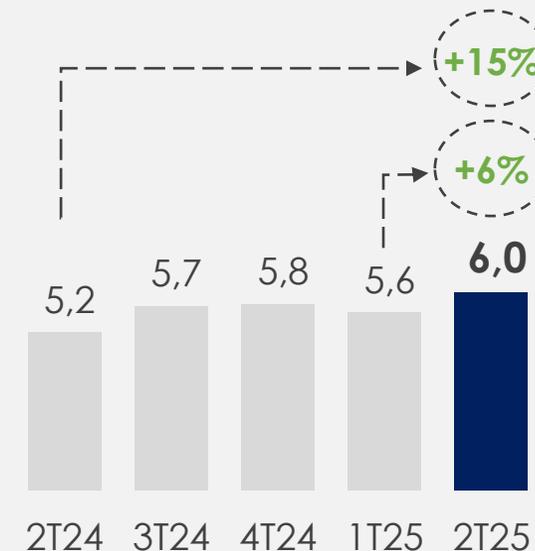
### Receita Líquida (R\$ milhões)



### Volume Vendido (Mil Ton.)



### Preço Médio (R\$/Kg)



## Crescimento de Receita Líquida nos três grupos de categorias: Produtos Principais, Moinhos de Trigo e Refino de Óleos Vegetais e Adjacências.

Receita, volume e preço	2T25	2T24	Var. %	1T25	Var. %
<b>Volume de vendas</b> (mil ton.)	<b>457</b>	<b>507</b>	<b>-10%</b>	<b>394</b>	<b>+16%</b>
<b>Preço médio</b> (R\$/kg)	<b>6,0</b>	<b>5,2</b>	<b>+15%</b>	<b>5,6</b>	<b>+6%</b>
<b>Receita Líquida</b> (R\$ milhões)	<b>2.723</b>	<b>2.630</b>	<b>+4%</b>	<b>2.209</b>	<b>+23%</b>
Produtos Principais*	2.127	2.060	+3% ✓	1.682	+26% ✓
Moinhos de Trigo e Refino de óleos vegetais**	455	443	+3% ✓	417	+9% ✓
Adjacências***	141	127	+11% ✓	110	+29% ✓

\*Biscoitos, Massas e Margarinas;

\*\*Farinhas, Farelo e Gorduras Industriais;

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





# CUSTOS & DESPESAS

---

*M. Dias Branco*



# Custos maiores vs. o 2T24. Desde o início de 2025, câmbio (Dólar/Real) e Óleo de Palma favoráveis e Trigo em Dólares praticamente estável.

 **DÓLAR**  
(Média Mês)



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



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

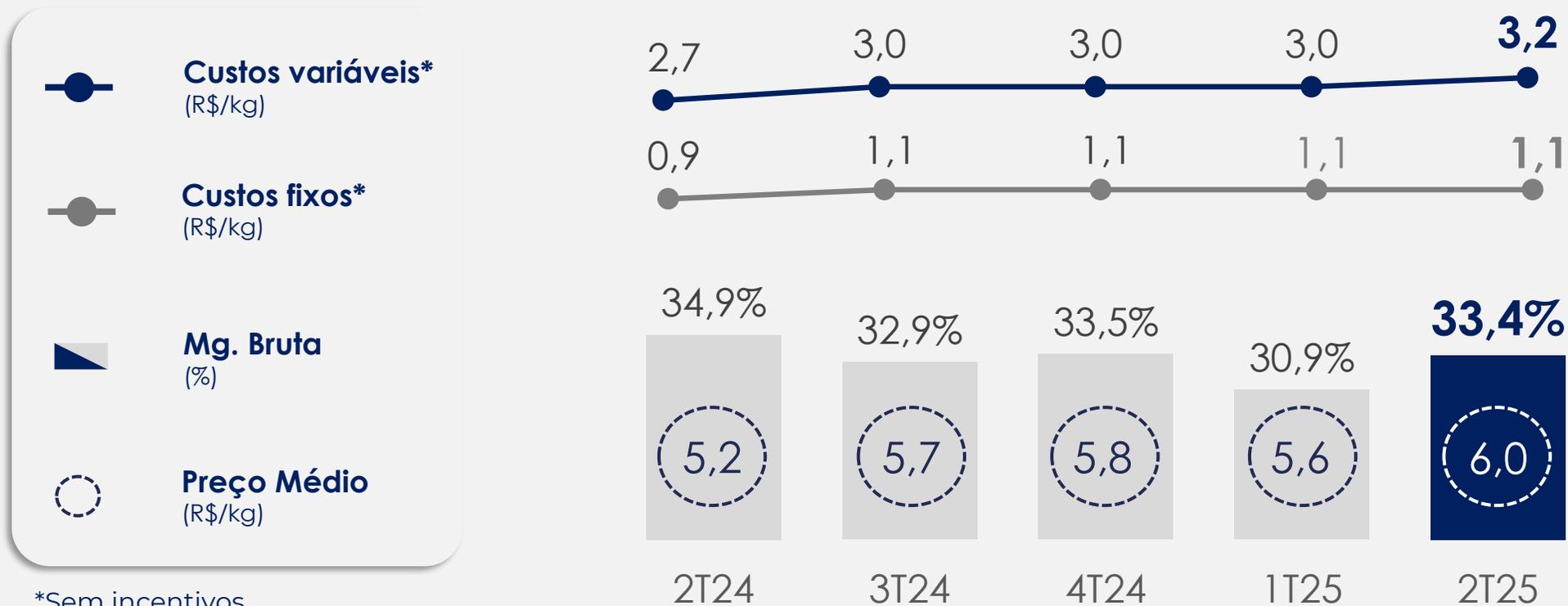


jan-24 fev-24 mar-24 abr-24 mai-24 jun-24 jul-24 ago-24 set-24 out-24 nov-24 dez-24 jan-25 fev-25 mar-25 abr-25 mai-25 jun-25

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



Melhora sequencial de margem bruta (vs. 1T25) pelo crescimento dos volumes e aumento de preço médio. Frente ao 2T24, retração pela alta das *commodities* (custos variáveis) e menor diluição dos custos fixos.



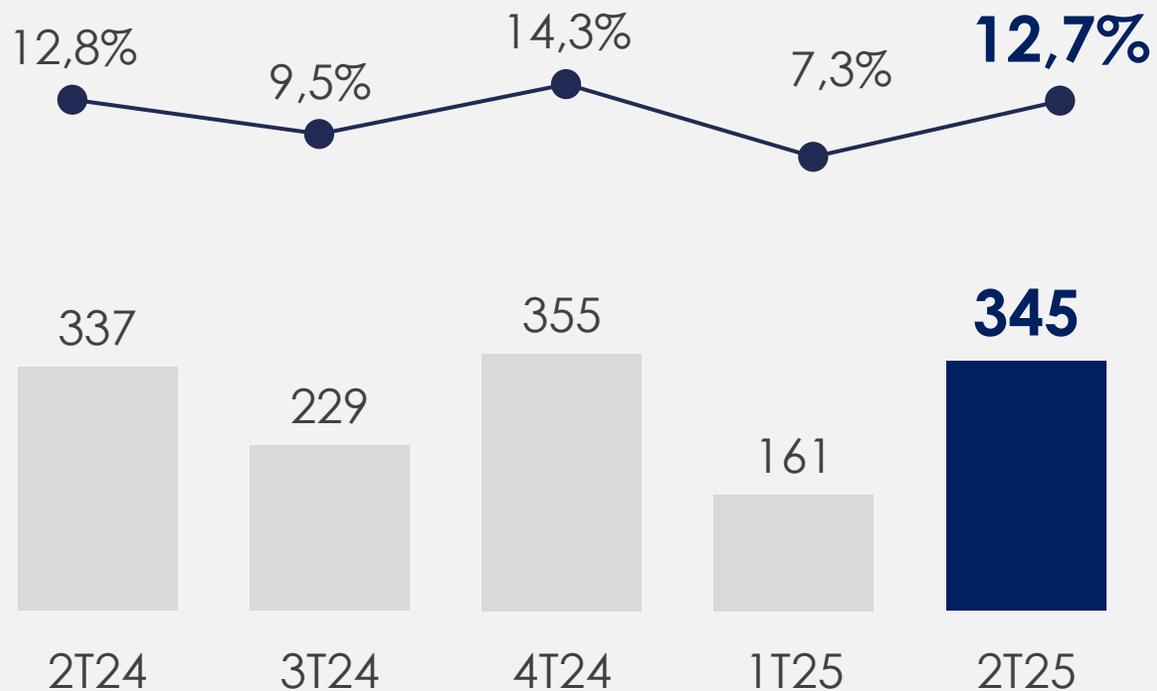
SG&A representou 20,8% da Receita Líquida. A redução deu-se, sobretudo, pela melhora do preço médio e pelas iniciativas de produtividade e eficiência, como: redução do nível de armazenagem externa, maior utilização da frota própria e aumento das entregas das fábricas diretamente aos varejistas.

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



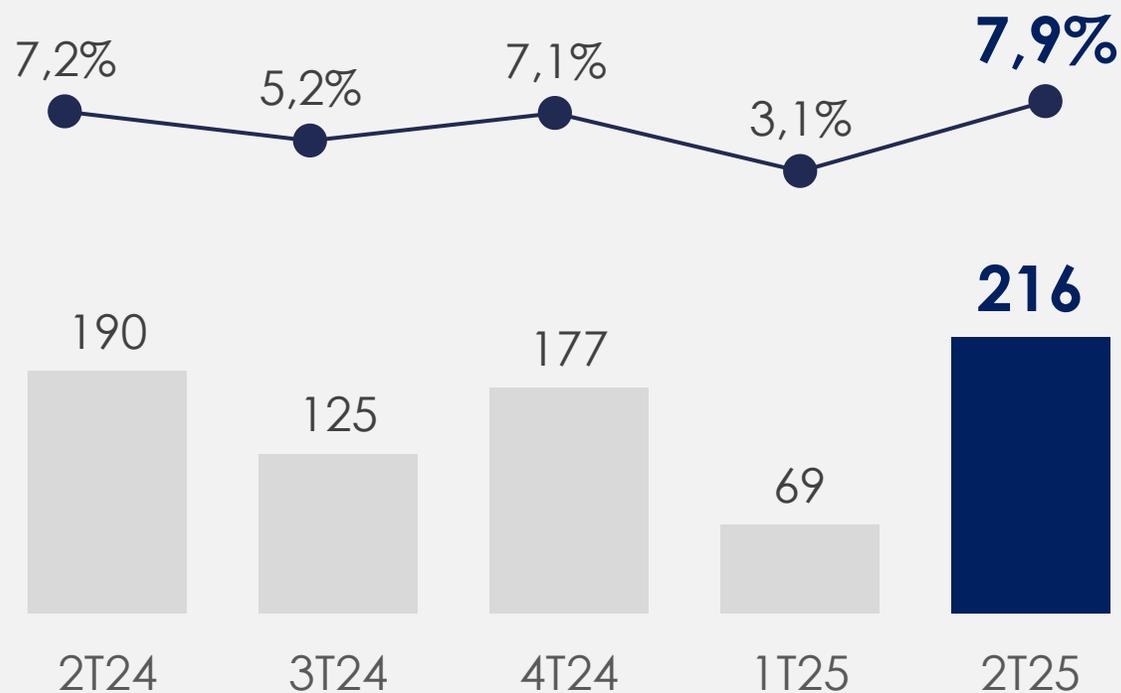


**EBITDA de R\$ 345 milhões no 2T25, +2,4% vs. 2T24, com margem EBITDA de 12,7%**, reflexo do crescimento dos volumes, do maior preço médio e do controle das despesas.





# Lucro Líquido de R\$ 216 milhões no 2T25, +14% vs. 2T24 e +212% vs. 1T25.





# GERAÇÃO DE CAIXA, DÍVIDA E INVESTIMENTOS

---

*M. Dias Branco*



# R\$ 416 milhões de geração de caixa operacional no 2T25; crescimento do resultado e liberação de capital de giro.

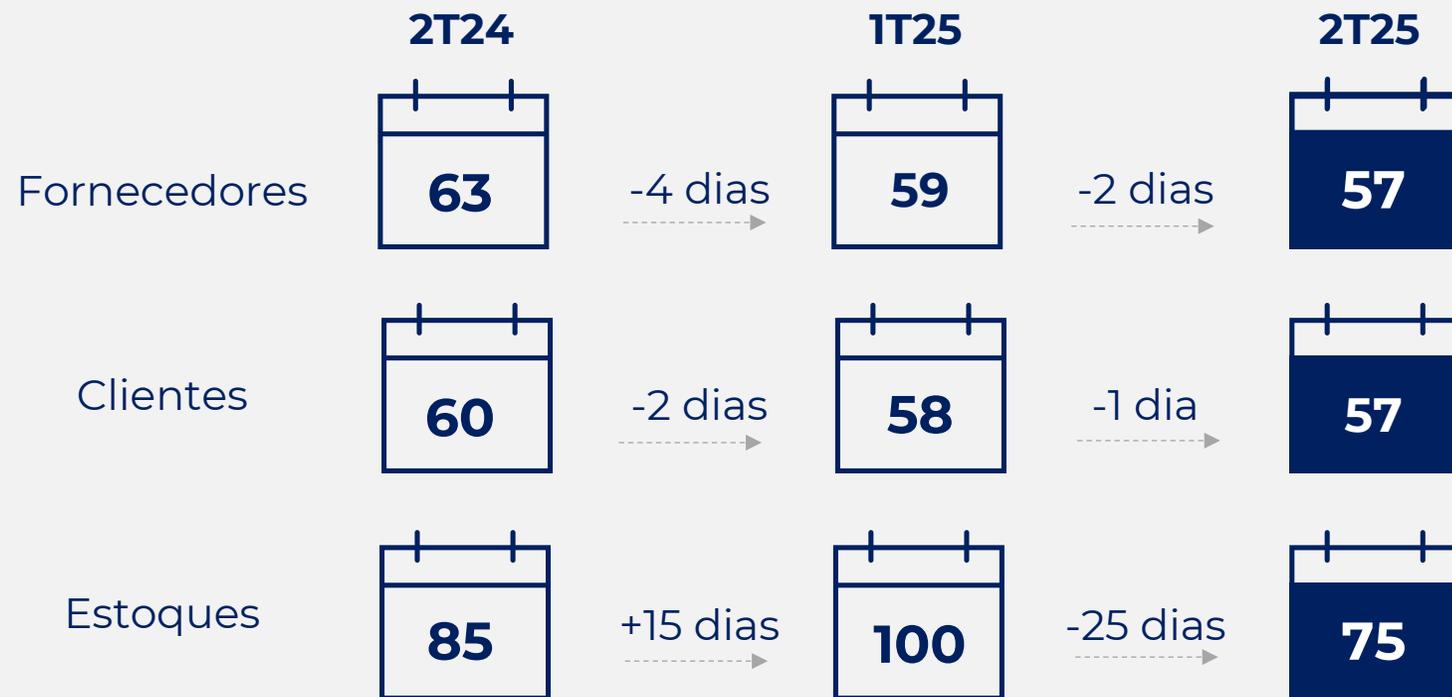
2T25	vs.	2T24		1S25	vs.	1S24
<b>416</b>		<b>212</b>	Geração de Caixa Operacional*	<b>696</b>		<b>350</b>
<b>345</b>		<b>337</b>	EBITDA	<b>506</b>		<b>614</b>
<b>83</b>		<b>(128)</b>	Variação dos Ativos e Passivos	<b>186</b>		<b>(269)</b>
<b>(12)</b>		<b>3</b>	Outros	<b>4</b>		<b>5</b>

\* Disponibilidades líquidas geradas (aplicadas) nas atividades operacionais



# No 2T25, liberação de capital de giro influenciada, principalmente, pela redução do prazo médio dos estoques.

Prazo Médio em Dias





Encerramos o 2T25 com R\$ 2,1 bilhões em caixa e R\$ 328 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)



RATING NACIONAL  
FITC RATINGS

**AAA**

Rating Perspectiva  
Estável  
Reafirmado

PELO 7º ANO  
CONSECUTIVO





**67,9% da dívida no longo prazo e manutenção do Rating AAA  
Perspectiva Estável pela Fitch pelo 7º ano consecutivo.**

**R\$ 1.871**

R\$ MM

**Dívida  
Total**

**R\$ 601**

R\$ MM

**32%**  
Vencimento  
**Curto prazo**

**R\$ 12**

R\$ MM

**1%**

Vencimento  
**2026**

**R\$ 24**

R\$ MM

**1%**

Vencimento  
**2027**

**R\$ 1.234**

R\$ MM

**66%**

Vencimento  
**2028**  
em diante





**R\$ 142 milhões investidos no 1S25, com destaque para projetos de aumento de eficiência, produtividade, planejamento logístico e sistemas.**

### Investimentos (R\$ Milhões)

**+25%**

113

30

83

1S24

142

1S25

Investimento no sistema SAP

**Iniciativas de transição energética, eficiência operacional e digitalização**





## IA na Indústria

Manutenção preditiva e prescritiva com recomendações baseadas em insights com IA

- **Redução nas manutenções corretivas emergenciais**
- **Aumento no tempo de disponibilidade de máquinas produtivas**
- **Redução nas rotas de manutenção**
- **Digitalização dos processos de manutenção**



## IA em Finanças

Análise de margem de contribuição com redução de esforços manuais em resultados rápidos e dinâmicos

- **Redução de 2 semanas para 24 horas**
- **Análises Automatizadas**
- **Atendimento de 30 para 300 pessoas**
- **Relatórios personalizados e prontamente disponíveis**



## Estratégia de crescimento com rentabilidade



PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA





ESG

*M. Dias Branco*

# Principais Indicadores – 2T25 vs. 2T24 | 1S25 vs. 1S24



## CUIDAR DO PLANETA

	2T25 vs. 2T24	1S25 vs. 1S24
Consumo de água (m <sup>3</sup> /Ton.)	<b>+6,0%</b>	<b>+2,3%</b>
Reúso de água(%)	<b>+3,6p.p.</b>	<b>+1,7p.p.</b>
Resíduos enviados para aterros (%)	<b>+0,1p.p.</b>	<b>+0,3p.p.</b>
Perdas de insumos no processo produtivo (%)	<b>-0,1p.p.</b>	<b>+0,2p.p.</b>
Desperdício de produtos acabados (%)	<b>0,0p.p.</b>	<b>0,0p.p.</b>



## ACREDITAR NAS PESSOAS

	2T25 vs. 2T24	1S25 vs. 1S24
Mulheres na liderança* (%)	<b>+4,4p.p.</b>	<b>+4,4p.p.</b>
Frequência de Acidentes de Trabalho (taxa)	<b>+9,8%</b>	<b>+24,0%</b>
Gravidade de Acidentes de Trabalho (taxa)	<b>+6,9%</b>	<b>+39,4%</b>



**\* 28,5% no 2T25 (24,1% no 2T24)**



## FORTALECER ALIANÇA, MAXIMIZAR VALOR

	2T25 vs. 2T24	1S25 vs. 1S24
Compras de fornecedores locais (%)	<b>-1,5p.p.</b>	<b>+0,3p.p.</b>
Metas do Movimento Transparência 100%	<b>3 metas divulgadas</b> (superando o estabelecido no cronograma do Movimento)	





# CASE IA

## MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

*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

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

### **Fabio Cefaly**

Diretor de Novos Negócios e Relações com Investidores

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

### **Rodrigo Ishiwa**

Gerente de Relações com Investidores

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

### **Everlene Pessoa**

Especialista de Relações com Investidores

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)

M. Dias Branco  
*unidos*  
**DESBRAVANDO**  
**LIMITES**  
CONVENÇÃO 2025