

M. Dias Branco

Resultados 2T26 | 1S26

MDIA3

14 de agosto 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)

2T26

2,7

-1% vs. 2T25

+22% vs. 1T26

1S26

4,9

0% vs. 1S25



Volume

(Mil ton.)

477

+4% vs. 2T25

+17% vs. 1T26



EBITDA

(R\$ Milhões)

284

-18% vs. 2T25

+45% vs. 1T26



Lucro Líquido

(R\$ Milhões)

169

-22% vs. 2T25

+59% vs. 1T26



Geração de Caixa

(R\$ Milhões)

322

-23% vs. 2T25

+65% vs. 1T26

885

+4% vs. 1S25

480

-5% vs. 1S25

275

-4% vs. 1S25

516

-26% vs. 1S25



MERCADO & RECEITA LÍQUIDA



M. Dias Branco

INFORMAÇÕES DOS MERCADOS DE BISCOITOS E MASSAS



BISCOITOS

2T26 vs.
2T25

2T26 vs.
1T26



Valor
Vendido

+5%

+5%



Volume
Vendido

-1%

+4%



Unidades
Vendidas

+1%

+4%



Preço Médio
(R\$/Kg)

+6%

+1%



MASSAS

2T26 vs.
2T25

2T26 vs.
1T26



Valor
Vendido

-1%

+12%



Volume
Vendido

-1%

+13%



Unidades
Vendidas

-1%

+13%



Preço Médio
(R\$/Kg)

0%

0%

Fonte: Biscoitos: Abr-jun/26 vs. jan-mar/26 e vs. abr-jun/25. Nielsen – Market Track. Total Brasil INA+C&C;
Massas: Mai-jun/26 vs. jan-fev/26 e vs. mai-jun/25. Nielsen – Retail. Total Brasil INA+C&C.



Quarto trimestre consecutivo de expansão dos volumes!

Receita, volume e preço	2T26	2T25	Var. %	1T26	Var. %	1S26	1S25	Var. %
Volume de vendas (mil ton.)	477	457	+4%	408	+17%	885	852	+4%
Preço médio (R\$/kg)	5,7	6,0	-5%	5,4	+4%	5,6	5,8	-4%
Receita Líquida (R\$ milhões)	2.699	2.723	-1%	2.217	+22%	4.917	4.932	0%
Produtos Principais*	2.089	2.127	-2%	1.667	+25%	3.756	3.809	-1%
Moinhos de Trigo e Refino de óleos vegetais**	452	455	-1%	429	+6%	881	872	+1%
Adjacências***	159	141	+12%	121	+31%	280	251	+12%

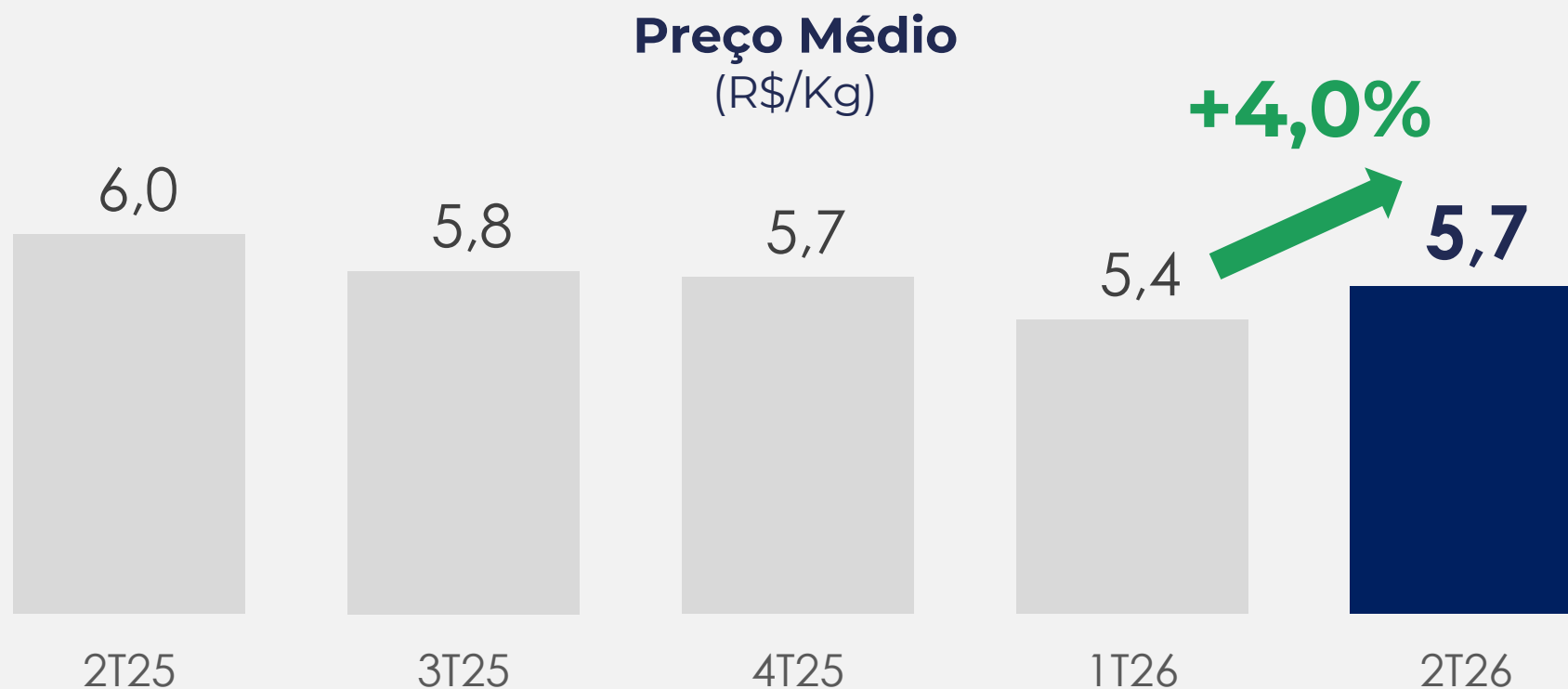
*Biscoitos, Massas e Margarinas;

**Farinhas, Farelo e Gorduras Industriais;

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

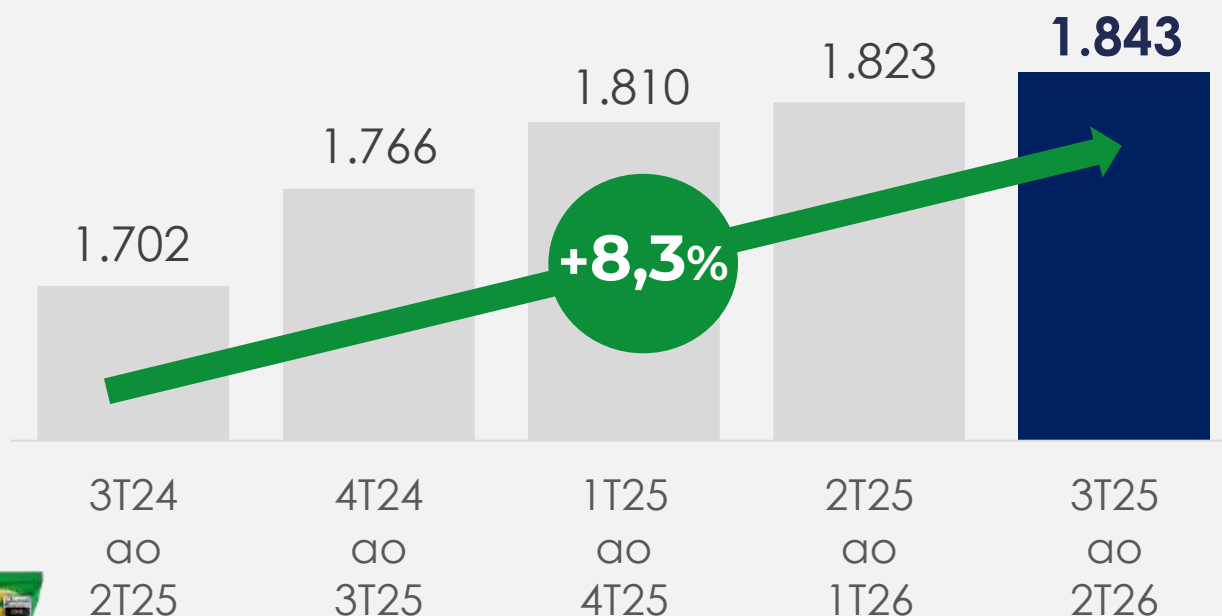


Aumento sequencial (1T26-2T26) do preço médio pela melhora do mix, com destaque para Biscoitos, Snacks e Saudáveis



Ações estruturantes em curso permitiram o crescimento consistente dos volumes

Volume de Vendas (Mil Ton.) 12 meses acumulados



Reestruturação da área comercial



Criação de frentes de crescimento dedicadas



Foco no *Sell-out*



Portfólio ampliado



CAMPANHA

“MAIS DE 1.000 PRÊMIOS PARA VOCÊ”

PROMOÇÃO
MAIS DE
1000
PRÊMIOS
PRA VOCÊ



**Abrangência
nacional**



+7 mil
lojas ativas



+1.000
Prêmios distribuídos,
incluindo vales compras,
carros e motos



TODO LAR TEM VITA



A MARCA DE BISCOITOS

Nº1

LANÇAMENTOS REFORÇANDO A IDENTIDADE REGIONAL DE VITARELLA E CAPTURANDO A SAZONALIDADE DO PERÍODO DE SÃO JOÃO



DUAS DAS 50 MARCAS MAIS CONSUMIDAS NOS LARES BRASILEIROS SÃO DA M. DIAS BRANCO



Líder nacional em
biscoitos



lugar no
ranking nacional



+70 anos de
tradição



lugar no
ranking nacional

TOP 50

marcas mais
consumidas
do Brasil



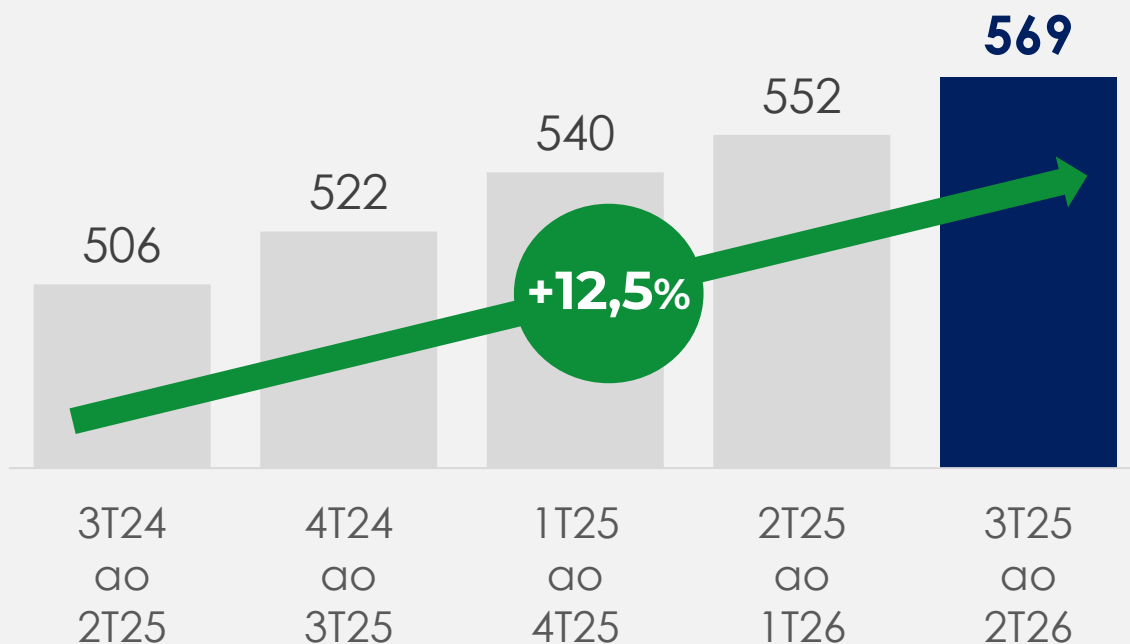
Lançamento da marca
Gran Farelo,
posicionando o
produto como
ingrediente
estratégico para a
cadeia de proteína
animal



Nutrição animal com qualidade
e a confiança M. Dias Branco.

Adjacências representam um negócio de mais de R\$ 500 milhões de Receita Líquida e cresceram dois dígitos pelo oitavo trimestre consecutivo

Receita Líquida Adjacências* (R\$ Milhões) 12 meses acumulados



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

**Fonte: Nielsen – ScanTrack. Total Brasil. Granolas

Foco em categorias de maior margem e crescimento acelerado



Saudáveis

Crescimento de receita líquida de dois dígitos vs. ano anterior



Líder em granolas

(Share volume**)



Snacks

Crescimento de receita líquida de dois dígitos vs. ano anterior

DIA DE **JOGO** PEDE



**JUNTE
A GALERA
E TORÇA COM
MAIS SABOR.**



FRONTERA



CUSTOS & DESPESAS

M. Dias Branco



Desvalorização de 11% do dólar compensou parcialmente a alta dos preços do óleo de palma (+23%) e do trigo (+3%) em dólar no 2T26



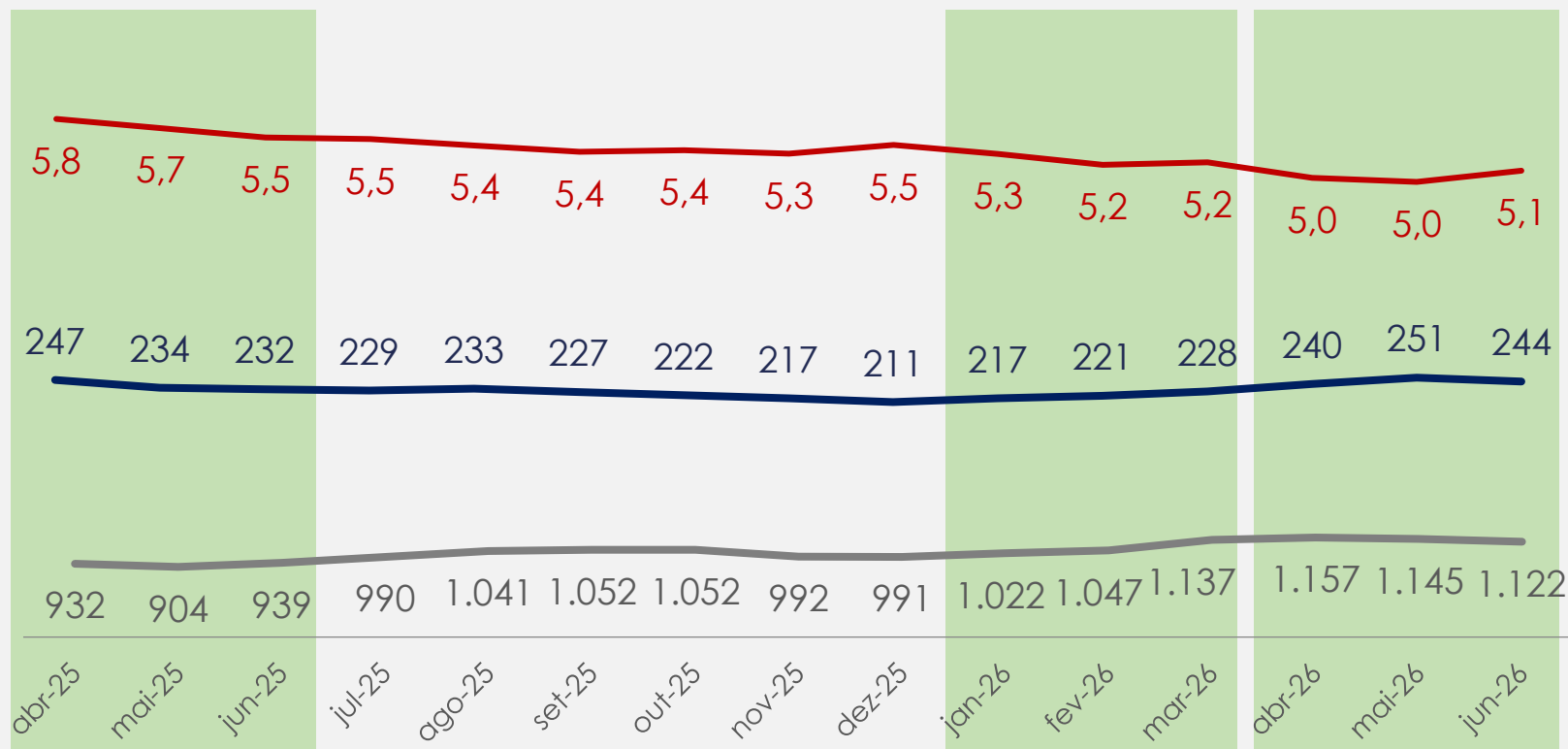
DÓLAR
(Média Mês)



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



**ÓLEO DE
PALMA
MERCADO**
(US\$/TON.)



2T26 vs. 2T25

-11%

2T26 vs. 1T26

-4%

+3%

+10%

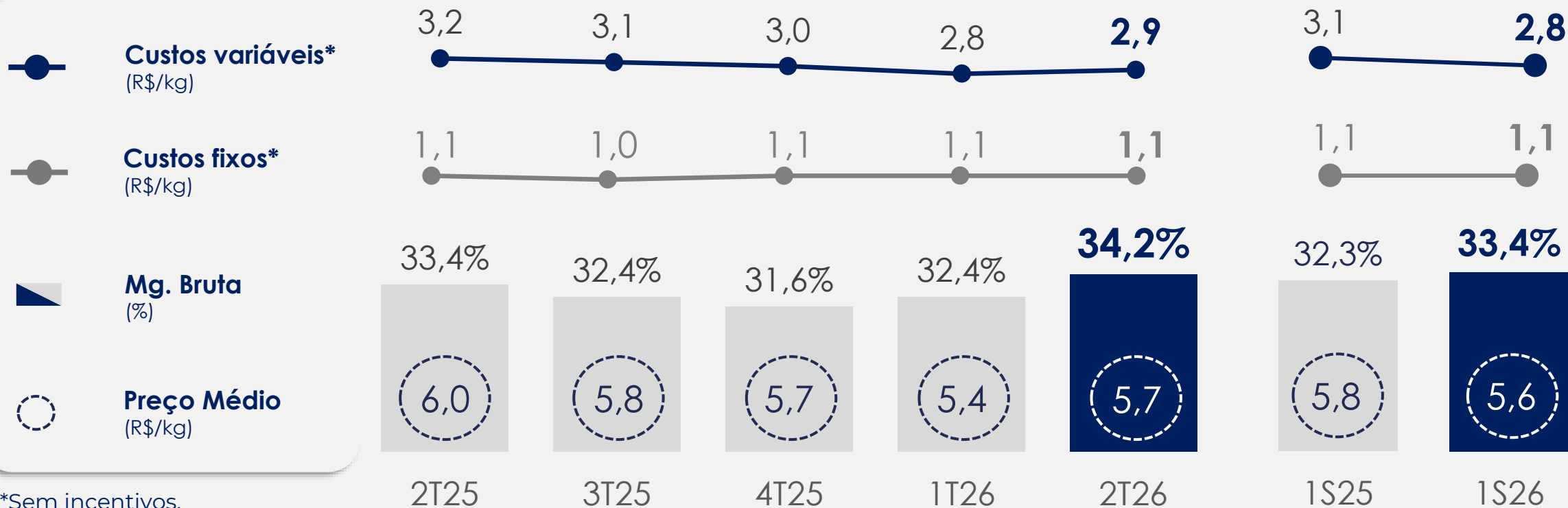
+23%

+7%

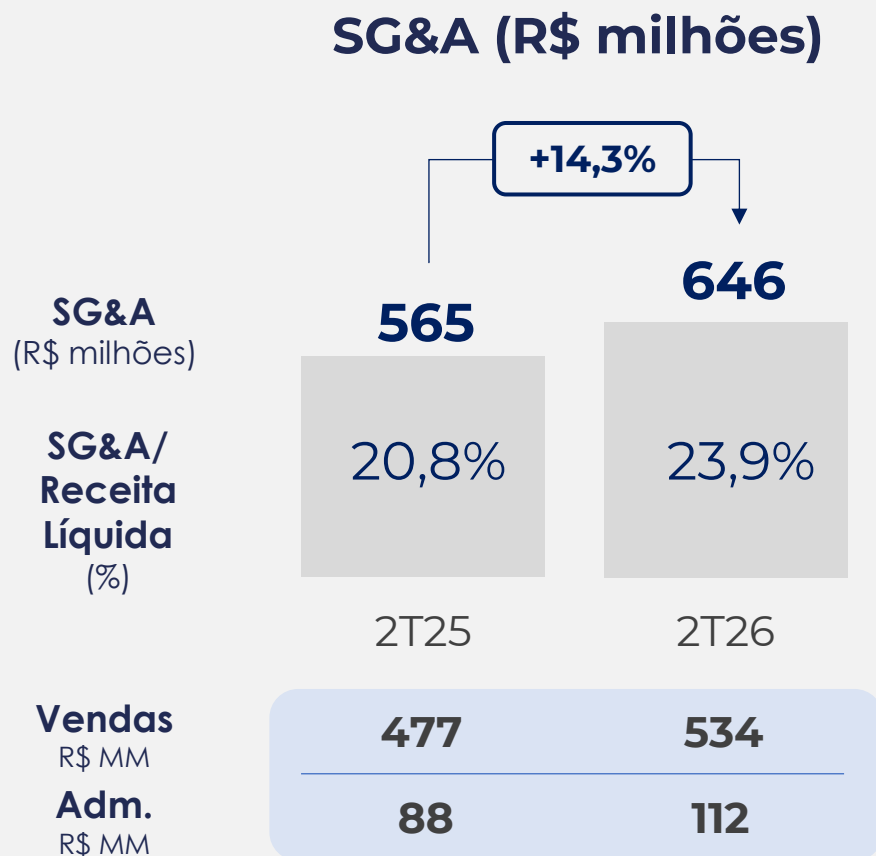
Fonte: Dólar médio - Banco Central; Trigo - SAFRAS & Mercado; Óleo de palma - Bursa.



Margem bruta de 34,2% no 2T26, maior que no 2T25, pela redução dos custos variáveis. No comparativo com o 1T26, o aumento reflete o efeito mix, dada a maior participação de biscoitos



Além do crescimento dos volumes, SG&A foi impactado por despesas não recorrentes e aumento do preço do diesel



Aumento dos volumes de 4,4%



Despesas não recorrentes de R\$ 12,1 MM com Projeto Acelera



Aumento do Diesel nas despesas logísticas com impacto de R\$ 5,6 MM no 2T26



Ativações comerciais relacionadas à Copa do Mundo



Impacto desfavorável de R\$ 4,5 MM pelo dissídio em períodos distintos: 3T25 e 2T26



REDIMENSIONAMENTO DA ESTRUTURA



Projeto Acelera

Criação de Central de Serviços Compartilhados c/ transferência de atividades transacionais a prestador de serviços externo

Redução de 314 posições

R\$ 12 milhões de despesas não recorrentes para implantação no 2T26

Ex: Recebimento fiscal e Contas a pagar



Ajuste de estrutura

Em todas as áreas em ago/26

Redução de 307 posições

Ex: Combinação das Diretorias de Saudáveis e Snacks com Negócios Internacionais

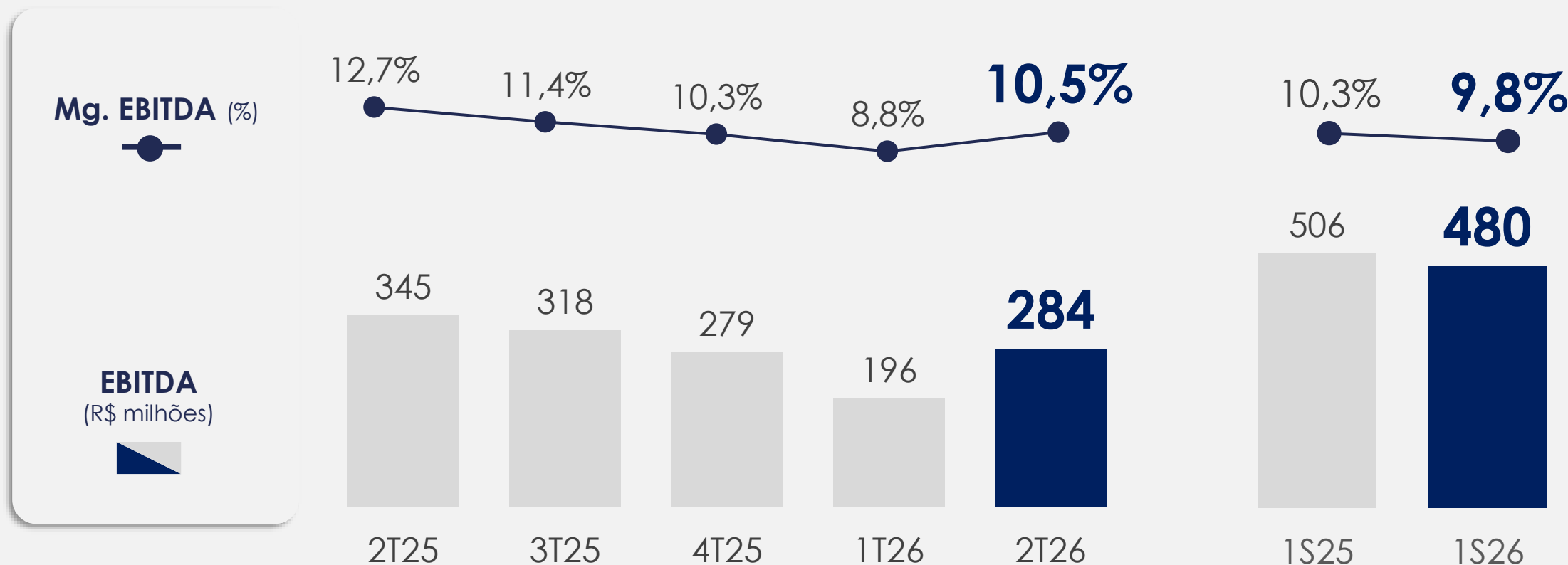
REDUÇÃO DE DESPESAS

Readequação frente ao atual contexto de consumo

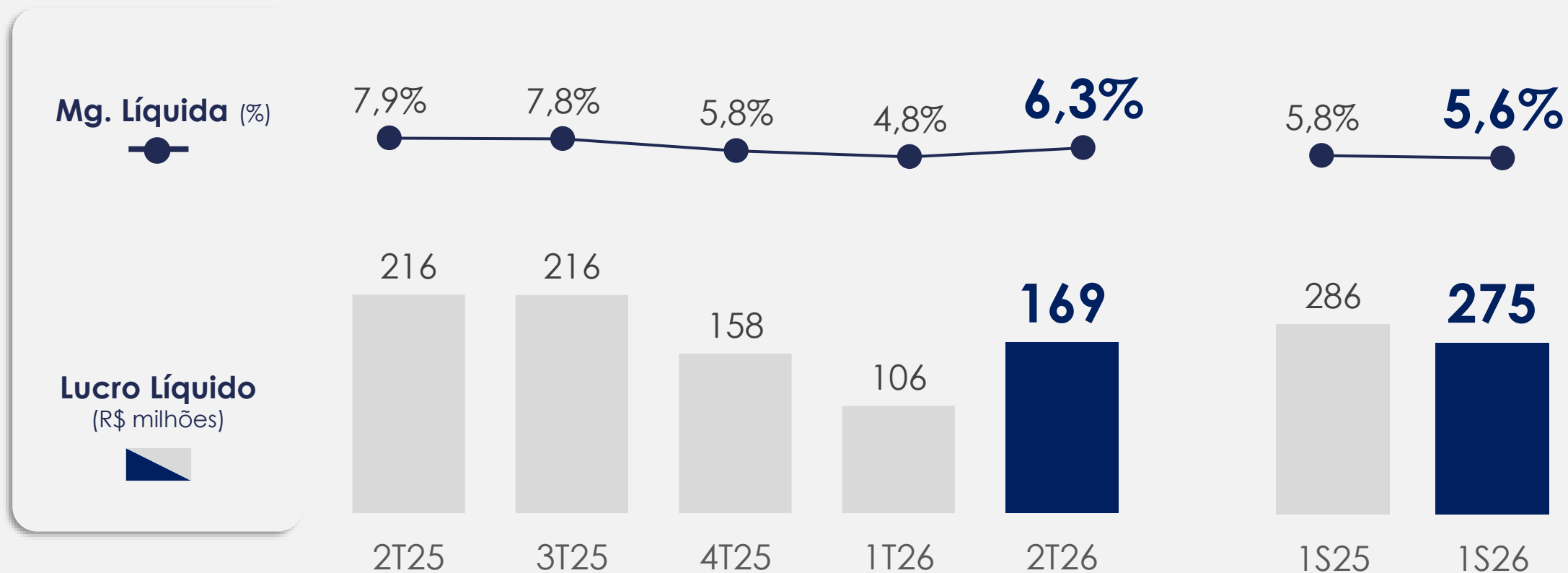
Redução de ~R\$ 37 milhões no 2S26

Ex: Redução de consultorias, projetos e eventos

No 2T26, EBITDA de R\$ 284 milhões, com Mg. EBITDA de 10,5%, com impacto desfavorável do aumento do diesel e de despesas não recorrentes, que totalizam R\$ 17,7 milhões



Lucro Líquido de R\$ 169 milhões no 2T26





GERAÇÃO DE CAIXA, DÍVIDA E INVESTIMENTOS

M. Dias Branco

Geração de caixa de R\$ 322 milhões no 2T26

	2T25	vs. 2T26	1S25	vs. 1S26
Geração de Caixa Operacional*	416	322	696	516
EBITDA	345	284	506	480
Variação dos Ativos e Passivos	83	(43)	186	(8)
Outros	(12)	80	4	44

* Disponibilidades líquidas geradas (aplicadas) nas atividades operacionais



Tivemos ao mesmo tempo crescimento dos volumes e melhora do ciclo financeiro

Prazo Médio em Dias

	2T25		1T26		2T26
Fornecedores	56	+26 dias	82	-3 dias	79
Clientes	56	+8 dias	64	-7 dias	57
Estoques	75	+26 dias	101	-8 dias	93

Ciclo financeiro **76** dias **84** dias **71** dias





Encerramos o 2T26 com R\$ 2,1 bilhões em caixa e R\$ 767 milhões de caixa líquido (caixa maior que a dívida)

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

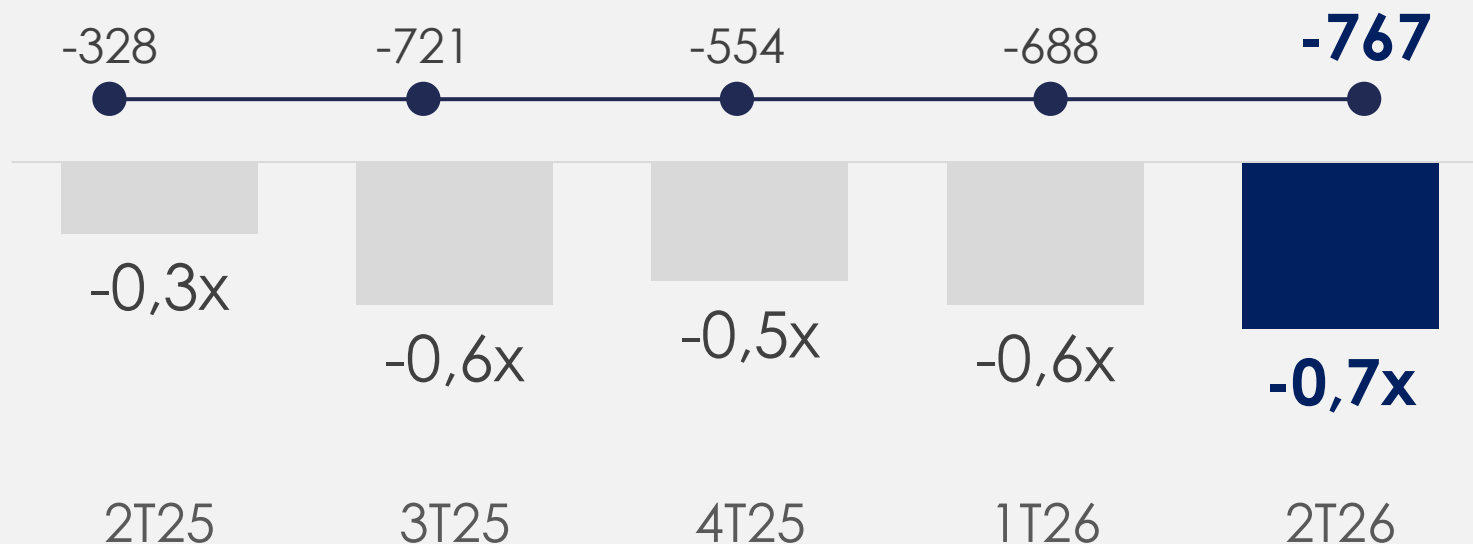
Dívida Líquida

(R\$ milhões)



Alavancagem

(Dívida/EBITDA últ. 12 meses)

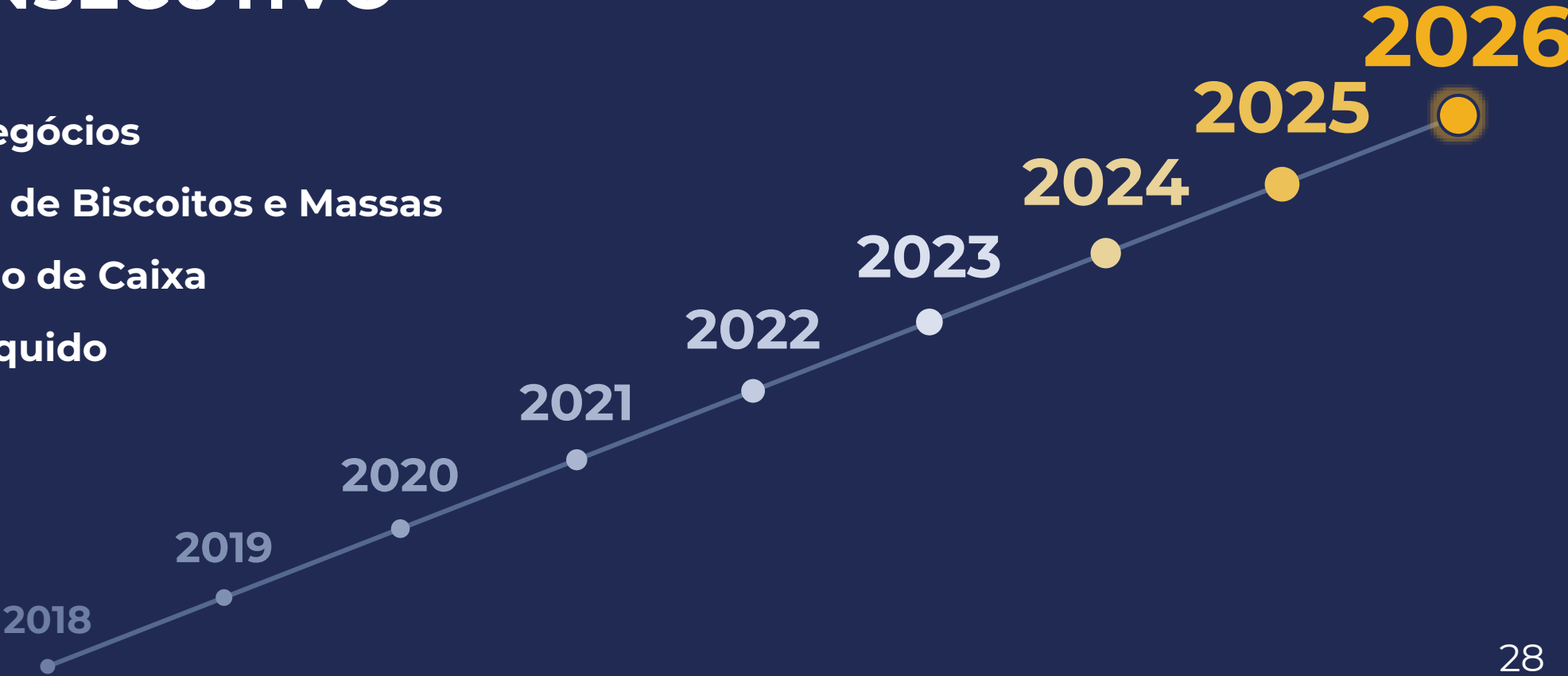




AAA(bra)

9º ANO CONSECUTIVO

- Forte Posição de Negócios
- Líder nos Mercados de Biscoitos e Massas
- Histórico de Geração de Caixa
- Posição de Caixa Líquido





94,6% da dívida no longo prazo e manutenção do Rating AAA Perspectiva Estável pela Fitch pelo 9º ano consecutivo

R\$ 1.451

R\$ MM

**Dívida
Total**

R\$ 78

R\$ MM

5%
Vencimento
Curto prazo

R\$ 15

R\$ MM

1%

Vencimento
2027

R\$ 431

R\$ MM

30%

Vencimento
2028

R\$ 927

R\$ MM

64%

Vencimento
2029
em diante



R\$ 102 milhões investidos no 2T26, com destaque para projetos de automação e otimização industrial, como por exemplo nas linhas de massas no Sudeste e no Nordeste, e de biscoitos no Sudeste. No semestre, mais de R\$ 270 milhões investidos





Estratégia de crescimento com rentabilidade



PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA



ESG

M. Dias Branco

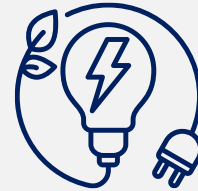


ESG – 2T26 vs. 2T25



Índice de consumo de água (m³/t)

0,40 ↓ -5%



Utilização de energia renovável do escopo 2 (%)

87% ↑ +12 p.p.



Utilização de água de reuso e de chuva (%)

26% = 0 p.p.



Mulheres na liderança (%)

31% ↑ +3 p.p.



Resíduos enviados para aterros (t)

76,7 ↓ -67%

A Agenda Estratégica ESG é acompanhada por um conjunto amplo de indicadores que refletem os compromissos nos pilares ambiental, social e de governança divulgados no site:
<https://mdiasbranco.com.br/agenda-estrategica-esg/>.



Obrigado!



ri.mdiasbranco.com.br



youtube.com/rimdias



ri@mdiasbranco.com.br



GUSTAVO THEODOZIO

Vice-Presidente de Investimentos e Controladoria e Diretor de Relações com Investidores
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

