



APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

MAIO 2025

 ri@mdiasbranco.com.br

 ri.mdiasbranco.com.br

 youtube.com/rimdias

LÍDER DE MERCADO



MDIA
B3 LISTED NM
2006

IPO

ADRIA
2003

Primeira aquisição

1980

Nova sede

1951

Padaria em Fortaleza

SIMPLICIDADE
ATITUDE
COLABORAÇÃO
RESPEITO
EXCELÊNCIA



COMPANHIA BRASILEIRA

+ 16.000 COLABORADORES



+ 20 MARCAS

Biscoitos, Massas, Farinha de Trigo, Snacks, Margarina

ALGUMAS COM VENDAS ANUAIS ACIMA DE **R\$ 1 BILHÃO**

93% PENETRAÇÃO NOS LARES

57% DA RECEITA PROVENIENTE DAS MARCAS ADQUIRIDAS

21
UNIDADES INDUSTRIAIS

27
CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

~300K
PONTOS DE VENDA

+3,2K
CIDADES NO BRASIL



R\$ 9,7

RECEITA LÍQUIDA (R\$ bilhões)

2024



15,5%

Mg. EBITDA

Média histórica de 2006 a 2024



0,5x

ALAVANCAGEM



AAA

RATING

Perspectiva estável pela Fitch Ratings

ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO COM RENTABILIDADE



PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

MDIA
B3 LISTED NM

IBRA B3
IGCT B3

IBRX100 B3
INDX B3

ICO2 B3
ISE B3

ICON B3
ITAG B3

IGC-NM B3
SMLL B3

IGC B3

IDIVERSA B3
IGPTWB3

MSCI ESG RATINGS
AA



Membros Independentes

Maria Consuelo Saraiva Leão Dias Branco



Presidente do Conselho



Francisco Cláudio Saraiva Leão Dias Branco



Vice Presidente do Conselho



Maria das Graças Saraiva Leão Dias Branco



Membro



Luiza Andréa Farias Nogueira



Membro



Rômulo Ruberti Calmon Dantas



Membro



Guilherme Affonso Ferreira



Membro



Pedro Pullen Parente



Membro



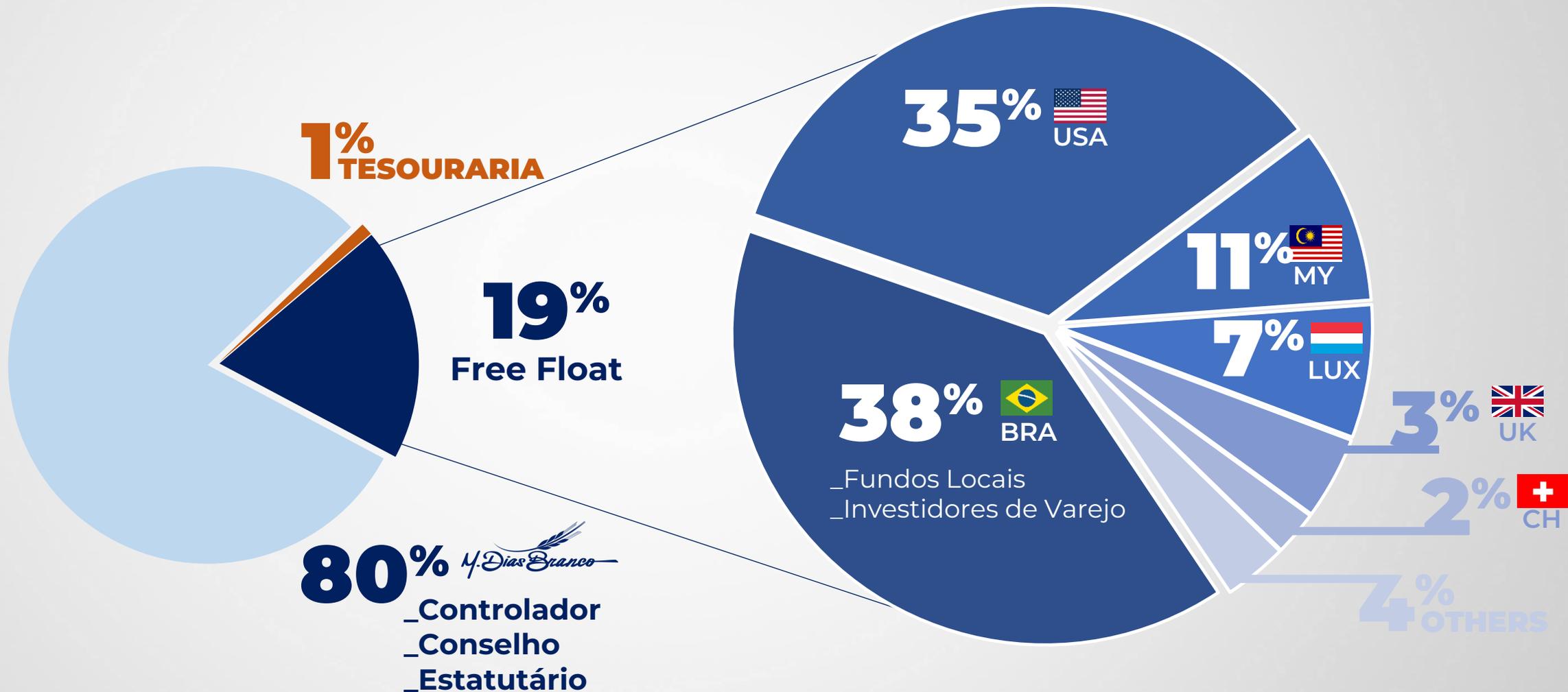
Ricardo Luiz de Souza Ramos



Membro



BASE ACIONÁRIA



POSIÇÃO RELEVANTE NOS MERCADOS QUE OPERAMOS

PRODUTOS PRINCIPAIS

78% (% Receita Líquida 2024)



Biscoitos



Massas



Margarinas

MOAGEM DE TRIGO & REFINO DE ÓLEOS

17% (% Receita Líquida 2024)



Farinha e Farelo de Trigo



Gordura

OUTRAS CATEGORIAS

05% (% Receita Líquida 2024)



Granolas



Snacks



Chocolate



Torradas



Saudáveis



Bolos & Misturas

MAIS DE 20 MARCAS EM DIVERSAS FAIXAS DE PREÇO E OCASIÕES DE CONSUMO

PREMIUM e NOVAS TENDÊNCIAS



MAINSTREAM



MARCAS DE ENTRADA



MARCAS COM FATURAMENTO ANUAL ACIMA DE R\$ 1 BILHÃO E R\$ 500 MILHÕES

ACIMA DE
R\$ 1 BILHÃO

ACIMA DE
R\$ 500 MILHÕES





1 NO MERCADO DE BISCOITOS E MASSAS

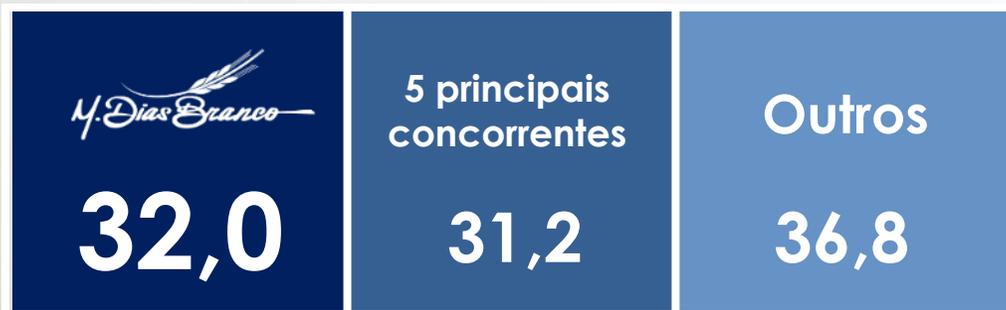
(MARKET SHARE VOLUME BRASIL - NIELSEN)



BISCOITOS



M. DIAS BRANCO x CONCORRENTES



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



MASSAS



M. DIAS BRANCO x CONCORRENTES



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

PRESENÇA EM TODO O BRASIL COM FORTE DISTRIBUIÇÃO E INFRAESTRUTURA



+3.240

CIDADES DO BRASIL



~300K

PONTOS DE VENDA

100k DIRETOS



27

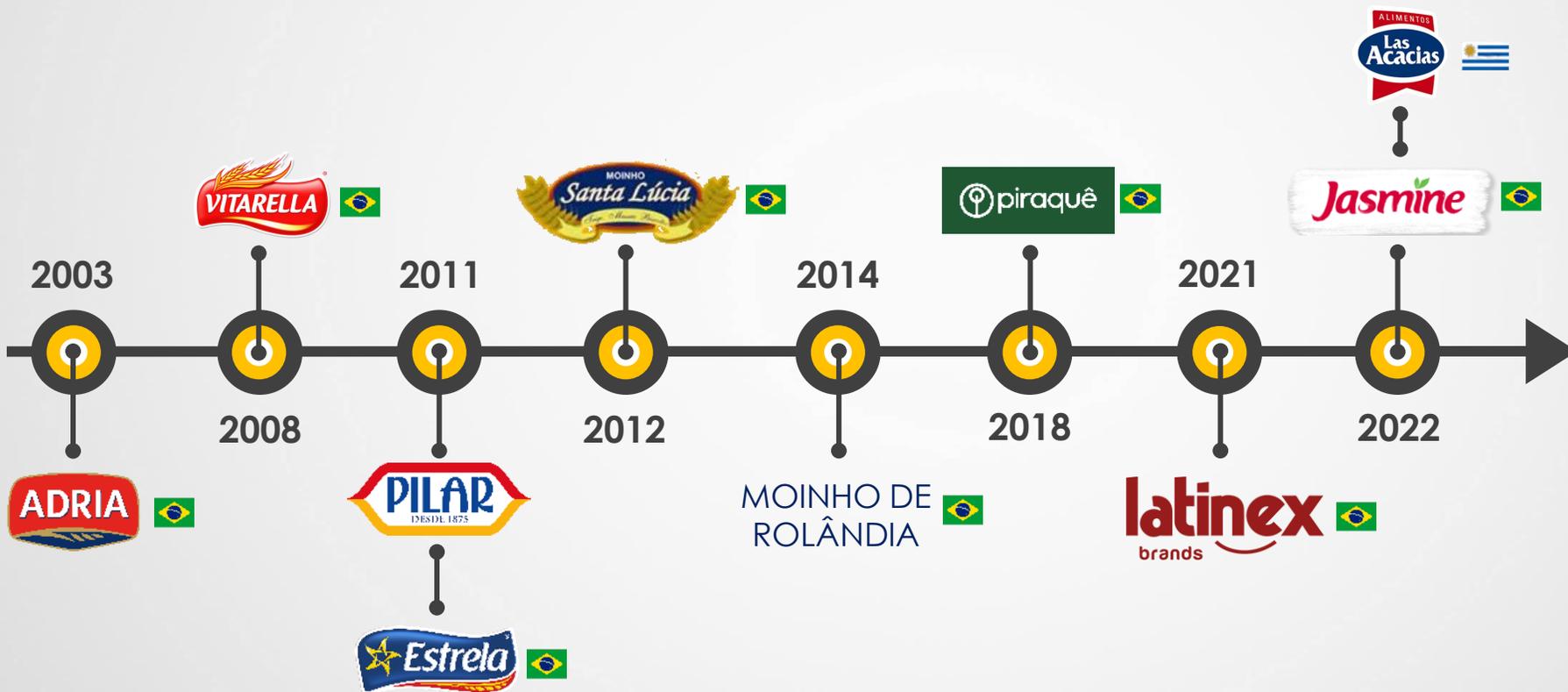
CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

21

INDÚSTRIAS



AS AQUISIÇÕES ALAVANCARAM O NOSSO CRESCIMENTO E AUMENTARAM O NOSSO PORTFÓLIO DE PRODUTOS



57%

DAS RECEITAS SÃO
PROVENIENTE DAS
MARCAS ADQUIRIDAS

CRESCIMENTO COM RENTABILIDADE



PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

1



NEGÓCIO ATUAL

(BISCOITOS, MASSAS,
FARINHA DE TRIGO
& ÓLEOS REFINADOS)

Em 10 anos, investimos no negócio e a nossa receita dobrou de tamanho

R\$8,9bi (2024) vs. **R\$4,5bi** (2015)
(8% CAGR)

R\$ 3 bilhões de investidos em crescimento e tecnologia



Margarine and Shortening



Rolandia Wheat Mill



Aquisição da Piraquê

em 2018. Receita Líquida dobrou: R\$ 1.2 bilhão em 2024 vs. R\$ 684 milhões em 2017.



Queimados (RJ)



Lançamentos para fortalecer e agregar valor



Evolução dos processos

- Criação da área de *Revenue Management*
- Planejamento de demanda
- Ciclo de inovação

1



NEGÓCIO ATUAL

(BISCOITOS, MASSAS,
FARINHA DE TRIGO
& ÓLEOS REFINADOS)

Com marcas fortes, a M. Dias Branco está
presente em 93% dos lares brasileiros

Marcas premiadas e reconhecidas



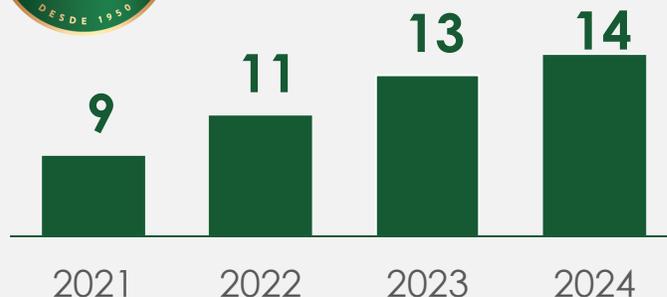
Cannes Lions
2023



TOP of MIND,
pelo 5º ano
consecutivo



Preferência de Marca



Fonte: IPSOS.



Top 5 marca
mais presente nos
lares brasileiros

KANTAR 2024
BRAND FOOTPRINT

Campanhas



2

OUTRAS CATEGORIAS

Crescimento acelerado de categorias de maior valor agregado

Receita Líquida cresceu 6X in 10 anos

Receita Líquida

(R\$ Milhões)

R\$482

(2024)

R\$80

(2015)

+22%

(CAGR)

Investimento em Novas Categorias



Aquisições



Inovação

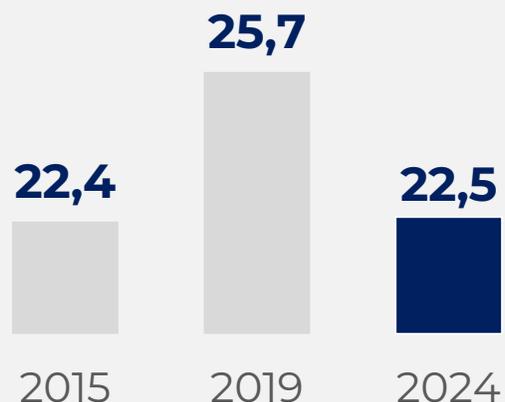


4

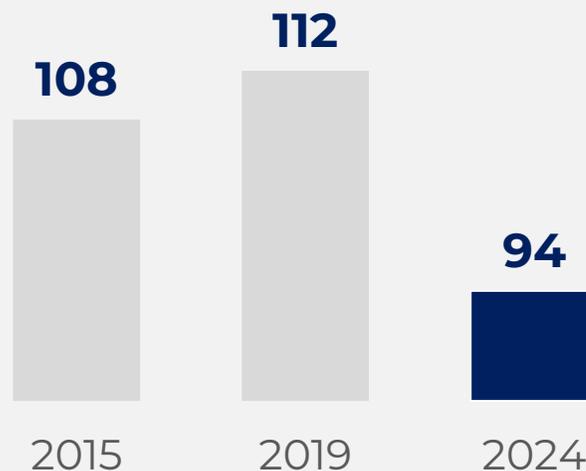
PRODUTIVIDADE & EFICIÊNCIA

Em resposta ao aumento dos custos, mantemos uma agenda ativa para capturar ganhos de produtividade e eficiência

Ajuste do SG&A (%RL)



Otimização do ciclo do capital de giro (destaque para fornecedores)



Evolução dos processos

- Política de Hedge.
- Indústria 4.0
- Melhoria do nível de serviço (OTIF +CFR)
OTIF → On-Time In Full
CFR → Cost and Freight
- Implantação do SAP

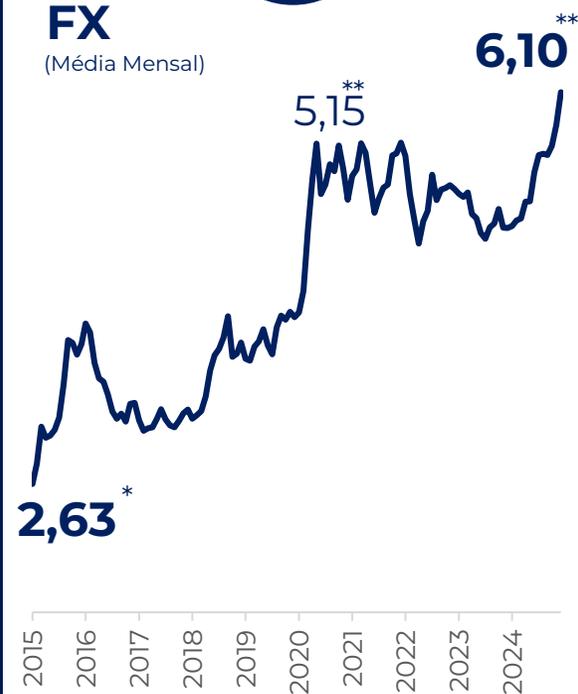


AMBIENTE MACROECONÔMICO COM CUSTOS CRESCENTES E VOLATILIDADE



FX

(Média Mensal)



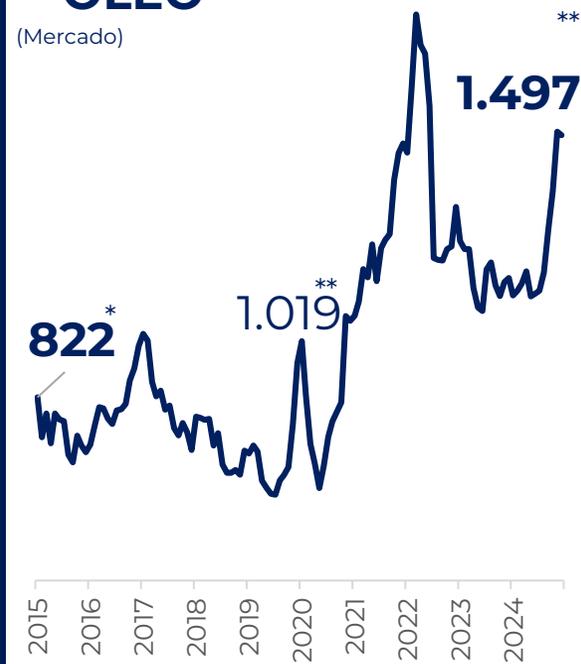
TRIGO

(Mercado)



ÓLEO

(Mercado)



IPCA

(Acumulado 12 meses)



* Média Jan/25

** Média dezembro cada ano

Situação atípica na dinâmica de commodities e câmbio em 2020 e 2021, com aumento de custos em USD e desvalorização do BRL, levando à queda de margens

Bom para o resultado



Ruim para o resultado



Fonte: Bloomberg (Dólar - Ptax, Trigo - W 1 Comdty e Óleo - KO1 Comdty).

Receita bruta e EBITDA dobraram em 10 anos, encerrando 2024 com alavancagem zero

CAGR 9%

2015 – 2024

■ Receita Líquida (R\$ Bilhões)

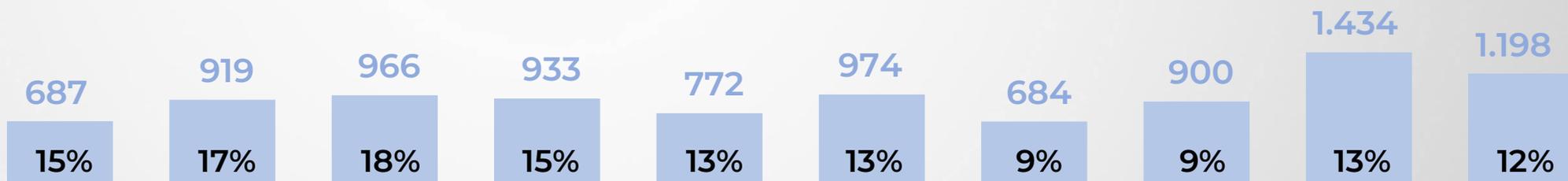
● Volume (Mil Ton.)



CAGR 6%

2015 – 2024

■ EBITDA (R\$ MM)
■ Mg. EBITDA(%)



□ (Caixa) Dívida Líquida / EBITDA (últimos 12 meses)





Evolução na nossa Política de Remuneração aos Acionistas:

PAGAMENTOS MENSAIS DE DIVIDENDOS

NOVO	2025	80% Payout*	PAGAMENTOS MENSAIS DE R\$ 0,03/ação, que totalizam R\$0,09/ação NO TRIMESTRE + Complemento no ano seguinte
	2023	80%	R\$0,06/ação NO TRIMESTRE + Complemento no ano seguinte
	2021	60%	R\$0,05/ação NO TRIMESTRE + Complemento no ano seguinte
	Até 2020	40%	Pagamento no ano seguinte

ESG



Ações em curso para a recuperação dos resultados



Crescimento

Times dedicados integralmente:
- Food Service;
- Saudáveis e snacks.

Consolidação do time comercial em uma única Diretoria nacional

Alocação do time de Gestão de Receita e Preços na área financeira

Fortalecimento das exportações



Produtividade e eficiência

Esforço coordenado para a otimização do SG&A e da estrutura organizacional

Ajustes na malha logística, de produção e de distribuição

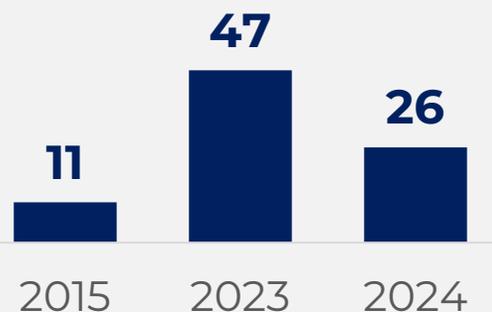
Relações com Investidores (Últimos 10 anos)

LIQUIDEZ

Aumento de

138%

(2015-2024)



RECOMPRA

2024 – Aberto

2023 – Encerrado

3,7 milhões de Ações em tesouraria (Março 2025)

DIVULGAÇÃO

Transmissões:



Com 9,5 mil visualizações em 2024

PRÊMIOS (2024)

Transparencia Anefac
(Associação Nacional de Executivos)

Investidor Institucional Alimentos e Bebidas em LATAM Midcap

- Melhor CEO
- Melhor CFO
- Melhor Profissional de IR
- Melhor Conselho
- Melhor Programa ESG
- Melhor Time de IR
- Melhor encontro com Acionistas



M. Dias Branco

OPORTUNIDADES DE CRESCIMENTO

APRESENTAÇÃO
INSTITUCIONAL

FOOD Service



TAMANHO DO MERCADO*

(Farinha de trigo, Gorduras e Massas)

R\$21,9 Bilhões

M. Dias Branco
SHARE VOLUME*

8%



*Estimativas internas

1

NOVA GESTÃO E TIME DEDICADO

2

PROJETO PORTAS ABERTAS



3

MARKETING & TRADE MARKETING

4

INOVAÇÃO



APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL | 25

Massa Instantânea

M. Dias Branco
SHARE*

6%
VALOR

10%
VOLUME



**MAIOR R\$/Kg
DA CATEGORIA**



NOVA PROPOSTA DE VALOR

- Zero FRITURA
- Menos Sódio



PRIORIDADES 2025

- PDVs (Pontos de Venda)
- Espaço em Gôndola
- Trade Marketing

* Nielsen – Retail Index.
All Brazil. INA+C&C.

SNACKS

R\$ 20 BI

Tamanho de Mercado*

0,3%
Share Valor*



Tortilha



Snack de Batata



Trigo



SAUDÁVEIS

Evolução e Inovação da Marca

Jasmine

NOVO



ATUALIZAÇÃO

FIT FOOD

ATUALIZAÇÃO



NOVO





M. Dias Branco

RESULTADOS FINANCEIROS

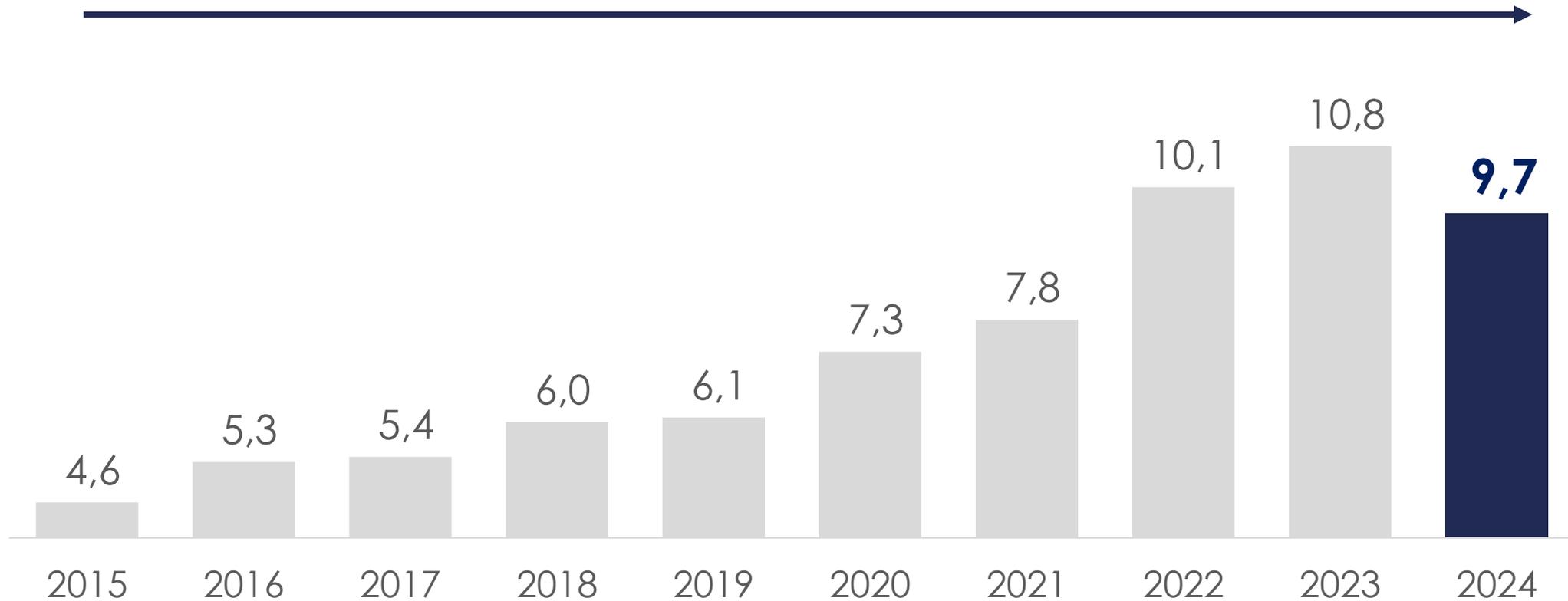
2015 - 2024

APRESENTAÇÃO
INSTITUCIONAL

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ BILHÕES)

CAGR 8,5%



VOLUME

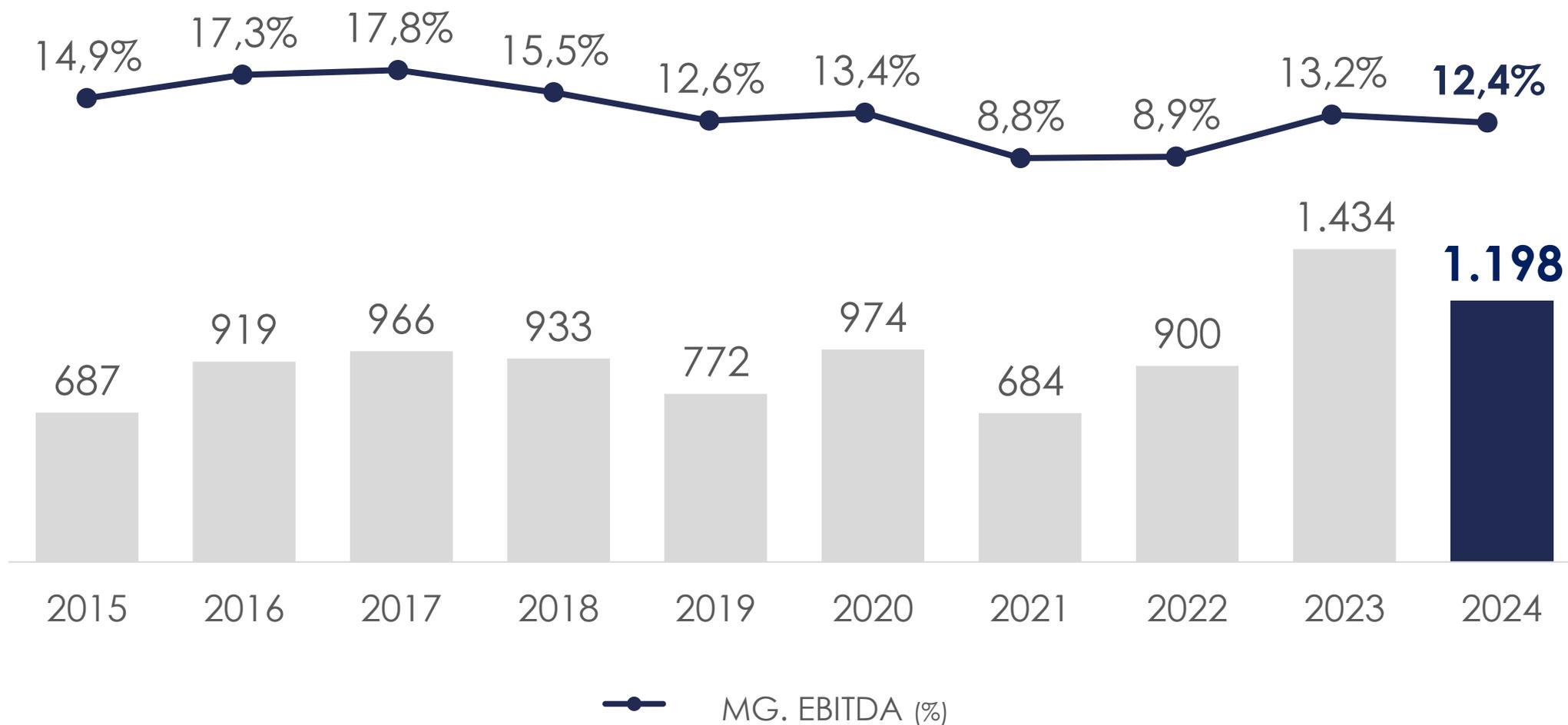
(MILHÕES DE TONELADAS)

CAGR 0,4%



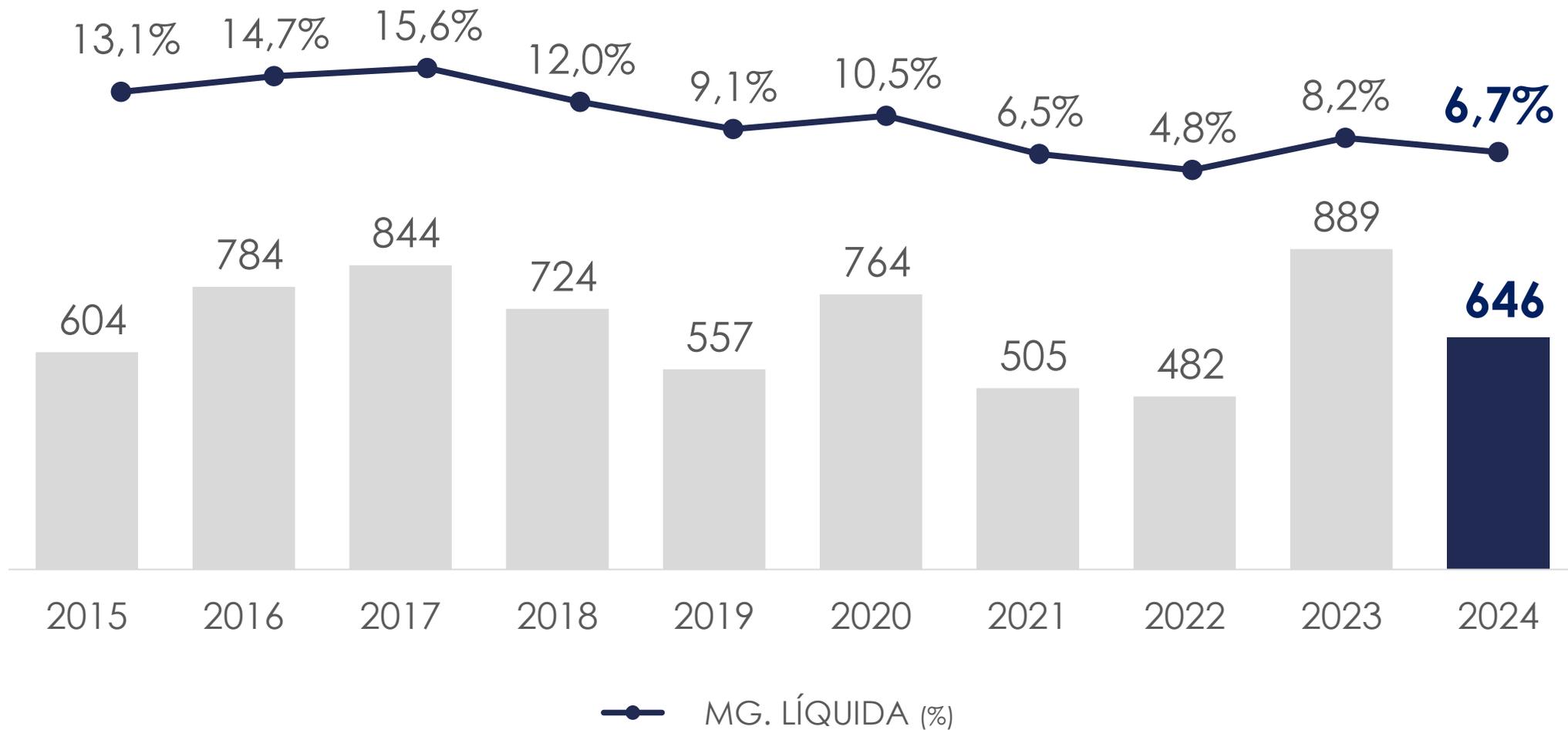
EBITDA

(R\$ MILHÕES)



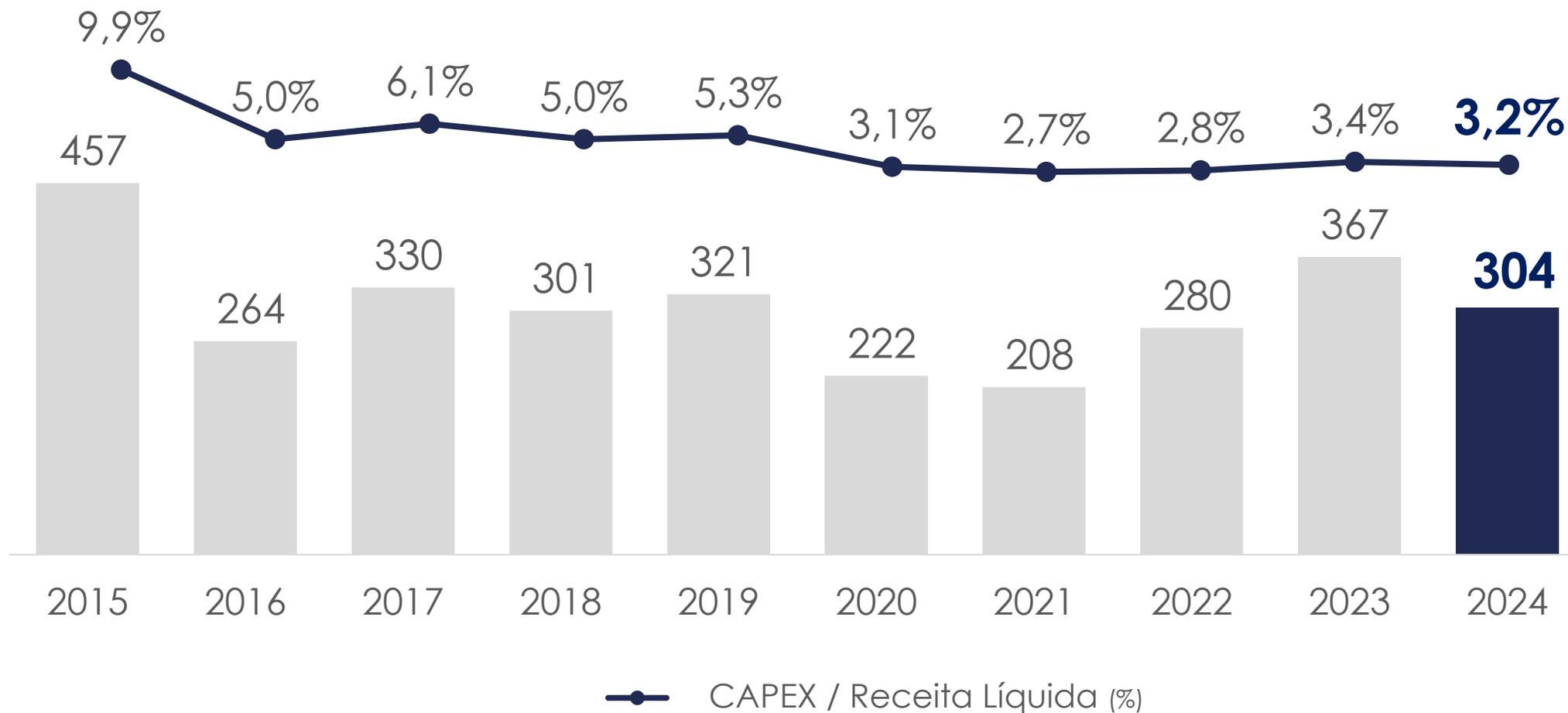
LUCRO LÍQUIDO

(R\$ MILHÕES)



CAPEX

(R\$ MILHÕES)

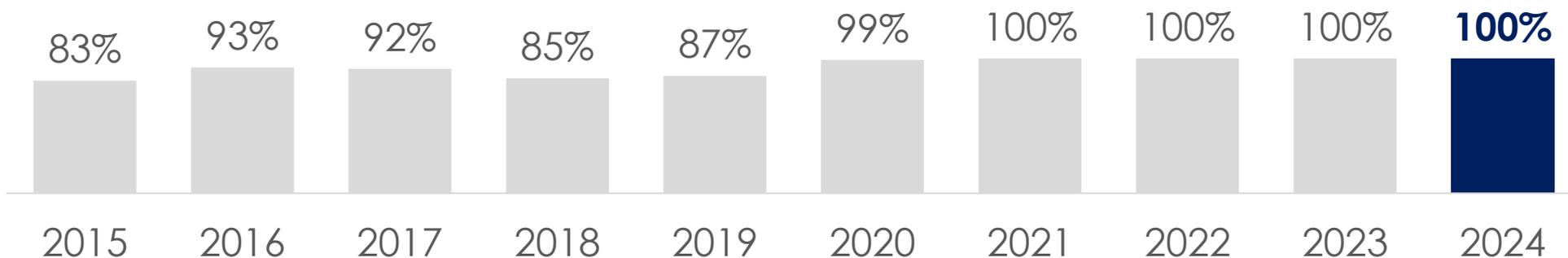


VERTICALIZAÇÃO

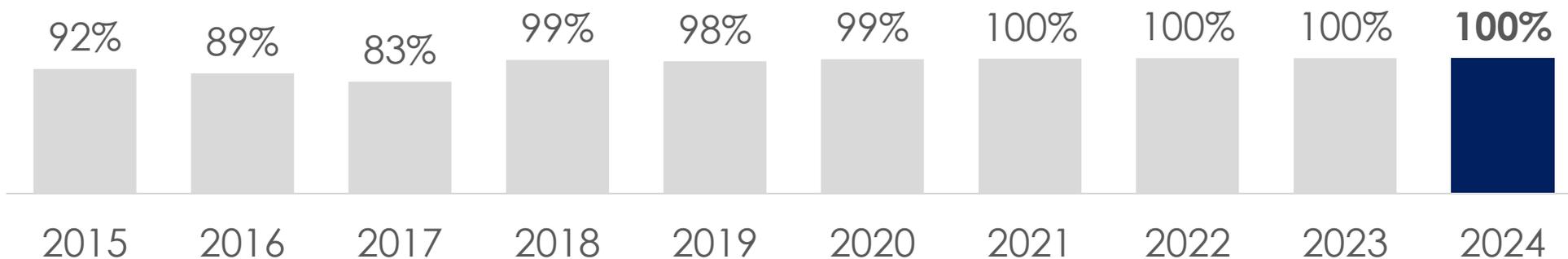
(%)



Farinha de Trigo

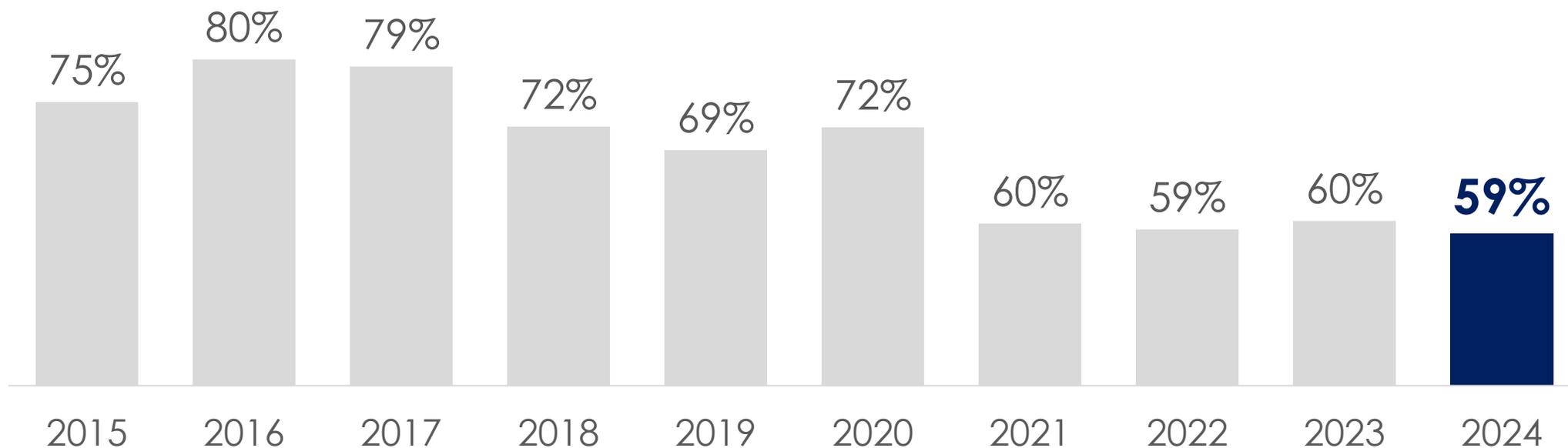


Gordura



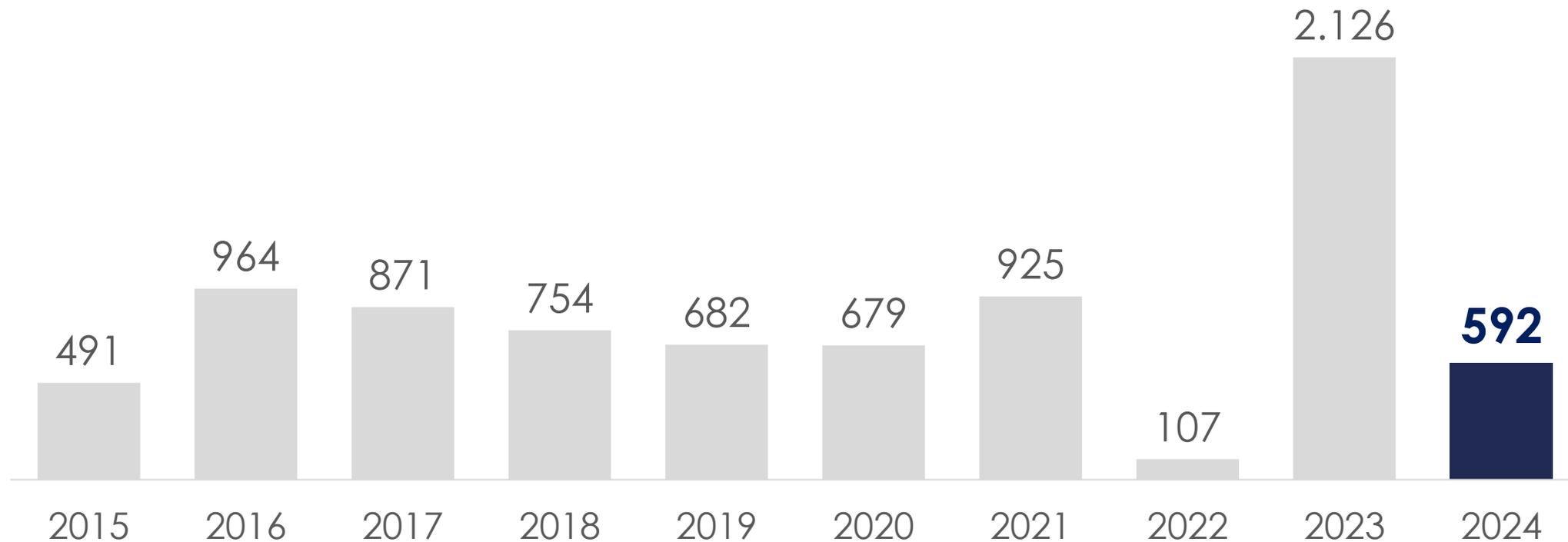
CAPACIDADE DE PRODUÇÃO

(%)



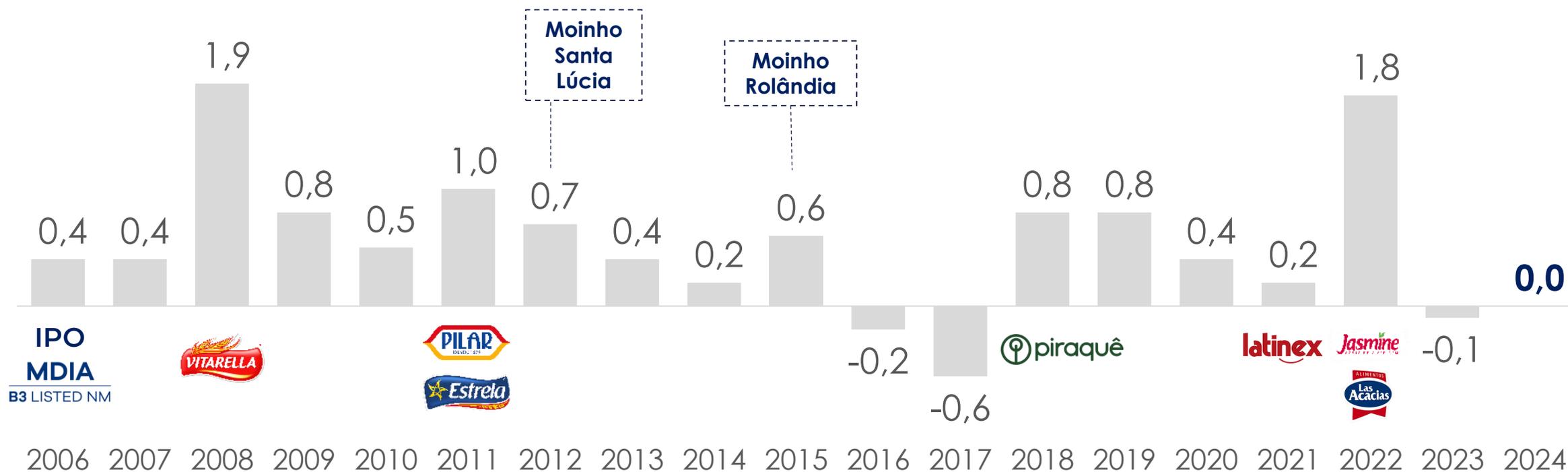
GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

(R\$ MILHÕES)



ALAVANCAGEM

DÍVIDA (CAIXA) LÍQUIDA / EBITDA DOS ÚLTIMOS 12 MESES



 Adria: Adquirida em 2003



M. Dias Branco

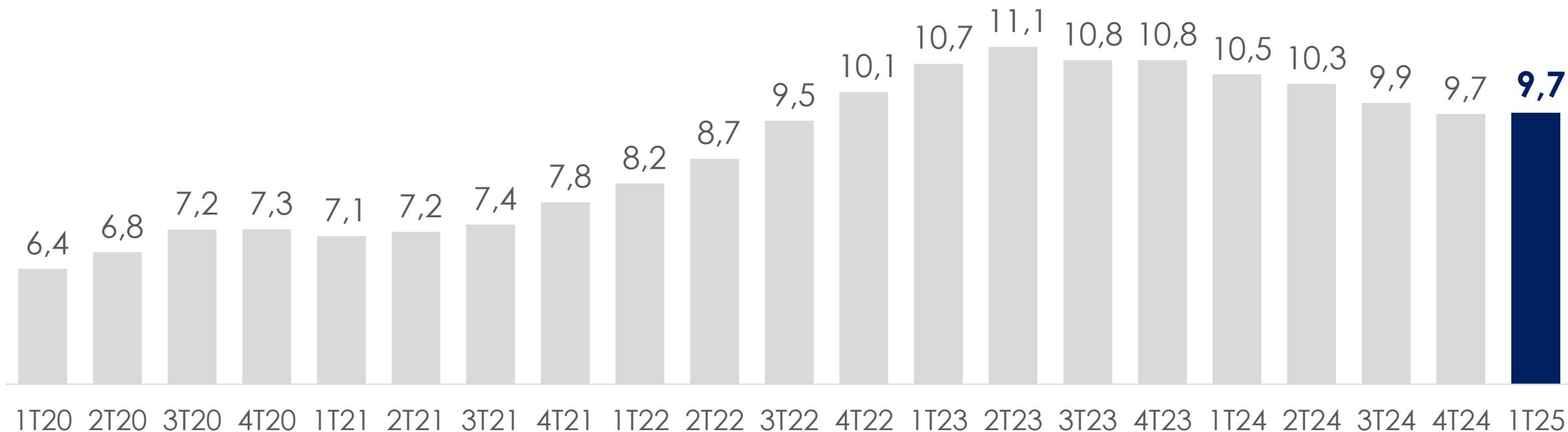
RESULTADOS FINANCEIROS

12 MESES

APRESENTAÇÃO
INSTITUCIONAL

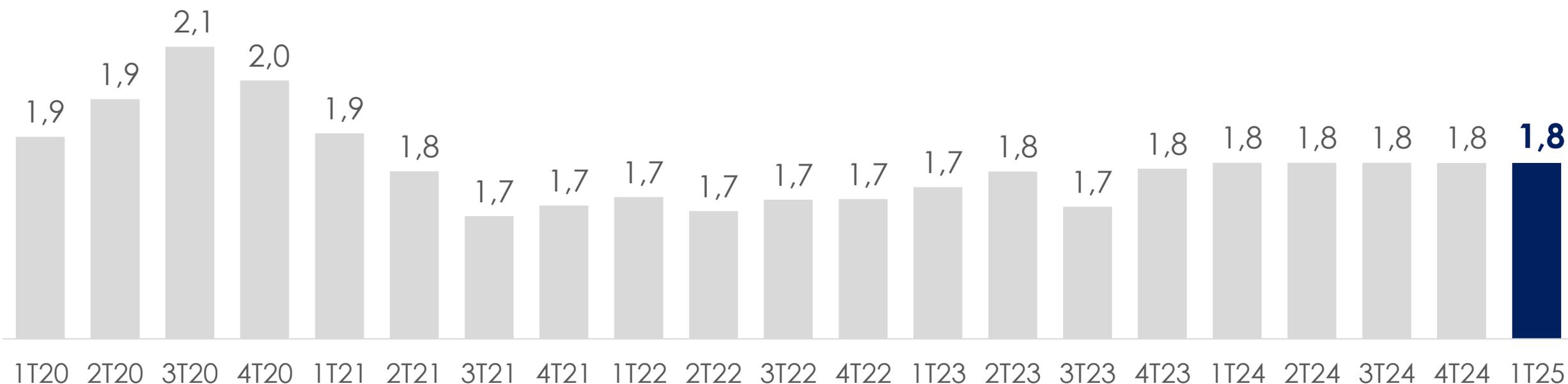
RECEITA LÍQUIDA

(12 meses acumulados R\$ Bilhões)



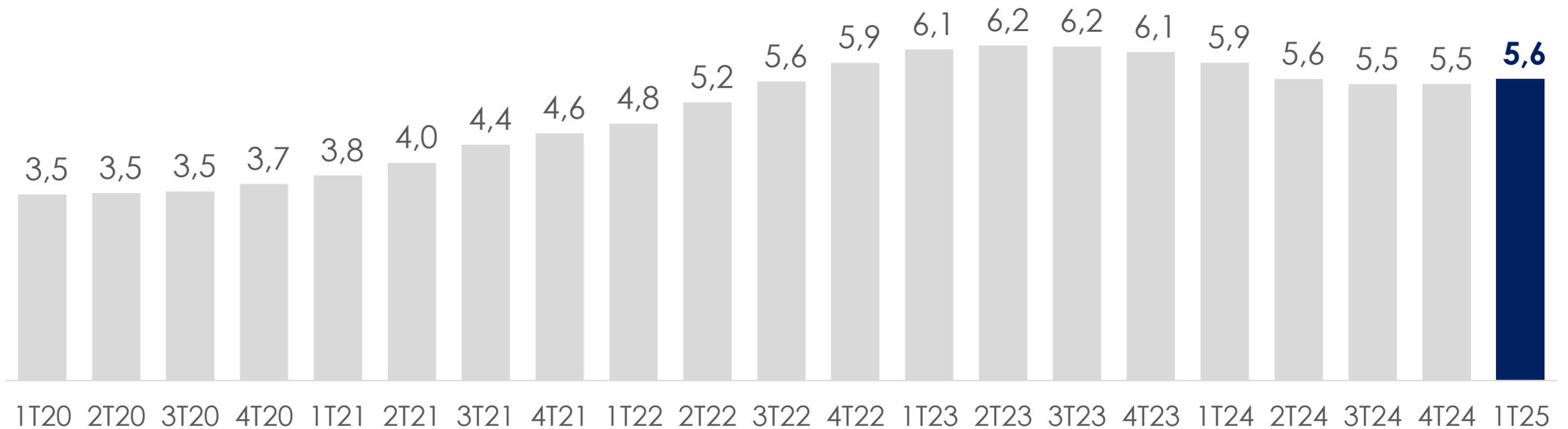
VOLUME

(12 meses acumulados Milhões de Toneladas)



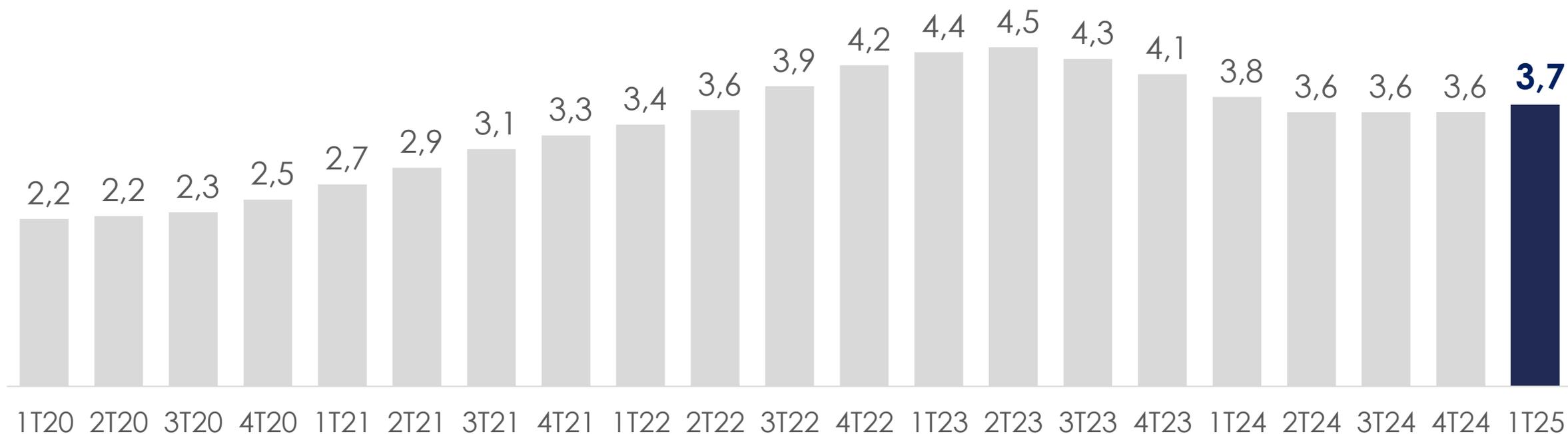
PREÇO MÉDIO R\$/Kg

(12 meses acumulados)



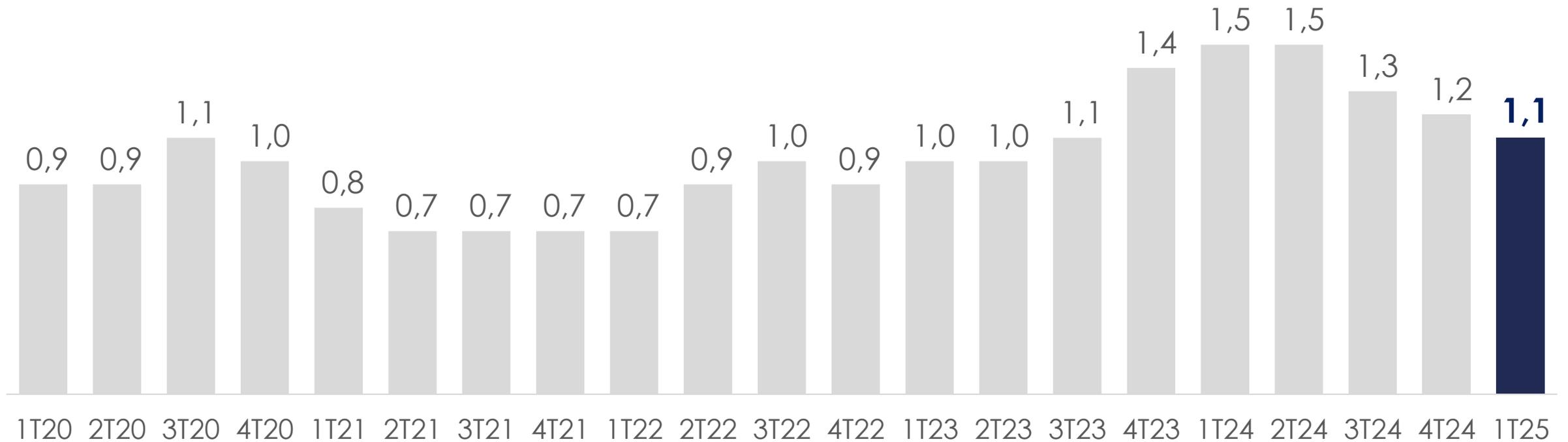
CUSTOS R\$/Kg

(12 meses acumulados)



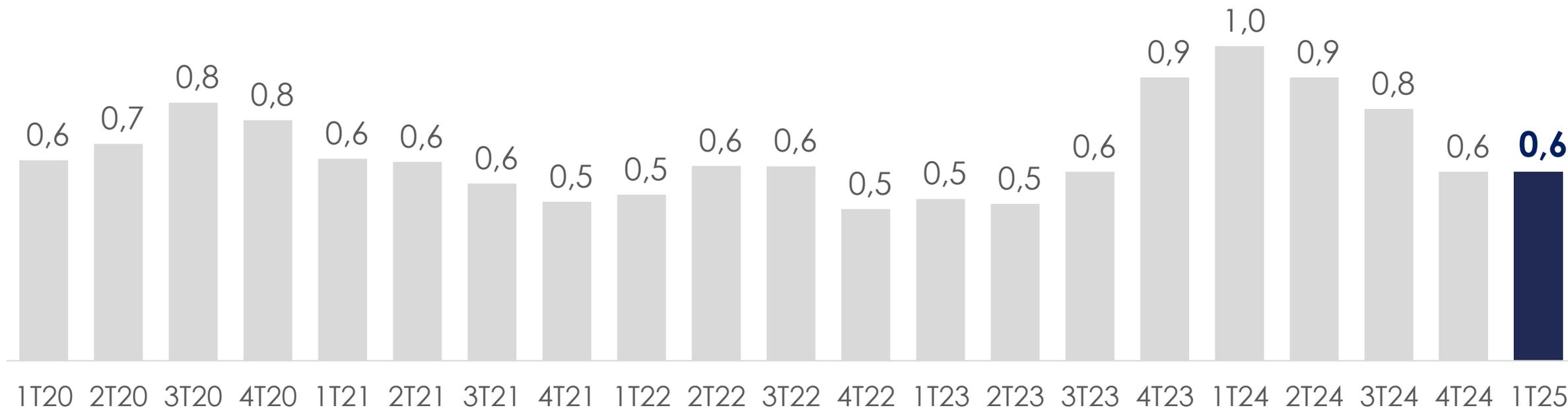
EBITDA

(12 meses acumulados R\$ Bilhões)



LUCRO LÍQUIDO

(12 meses acumulados R\$ Bilhões)





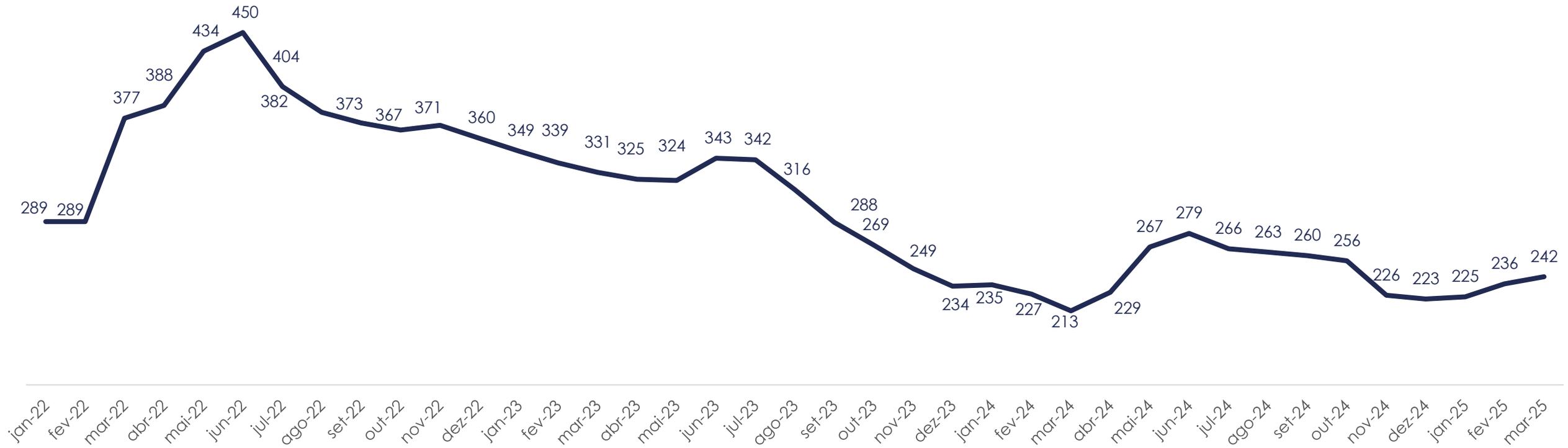
M. Dias Branco

BACKUP

APRESENTAÇÃO
INSTITUCIONAL

TRIGO

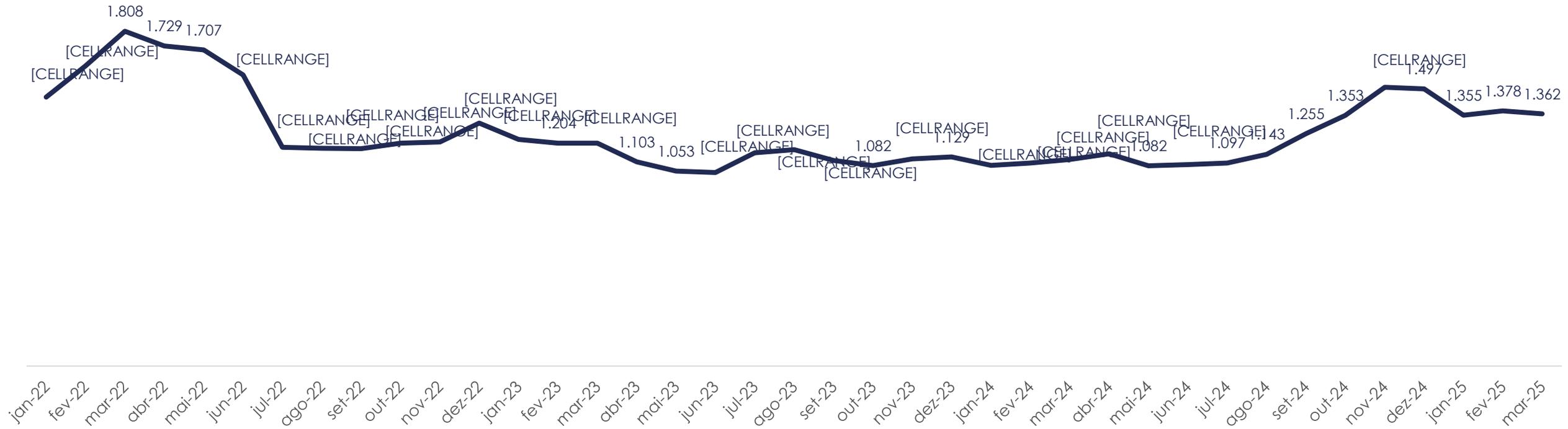
(US\$/TON.)
Mercado



ÓLEO DE PALMA

(US\$/TON.)

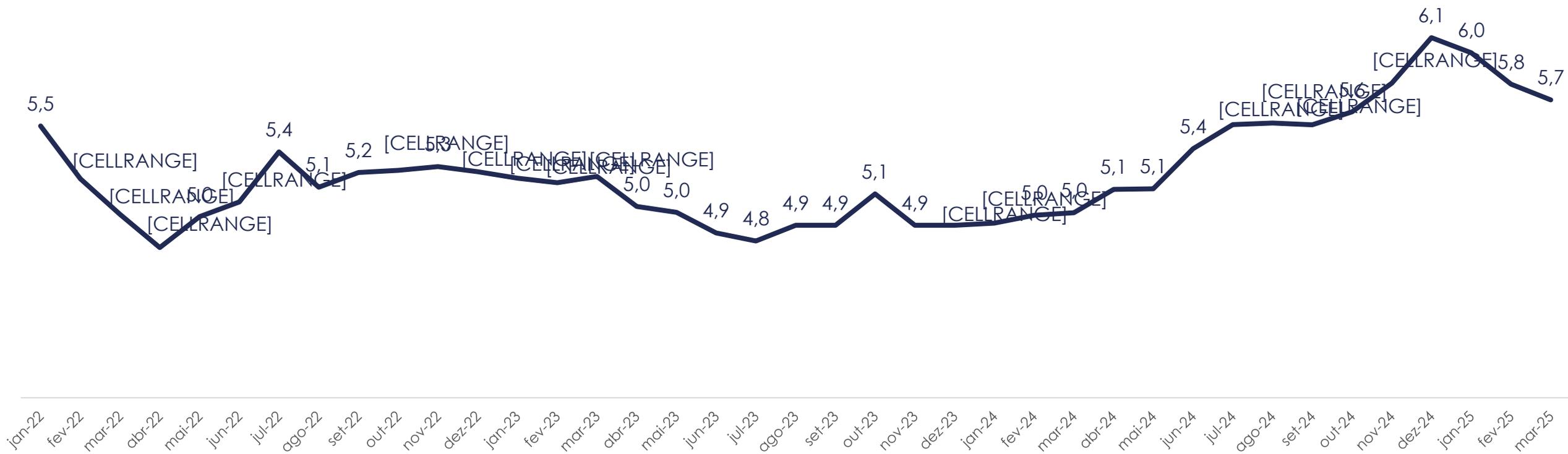
Mercado



DÓLAR

(PTAX)

Dólar Médio



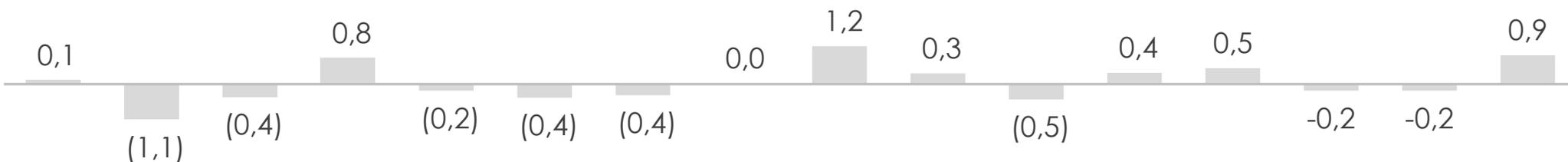
INFLAÇÃO POR CATEGORIA



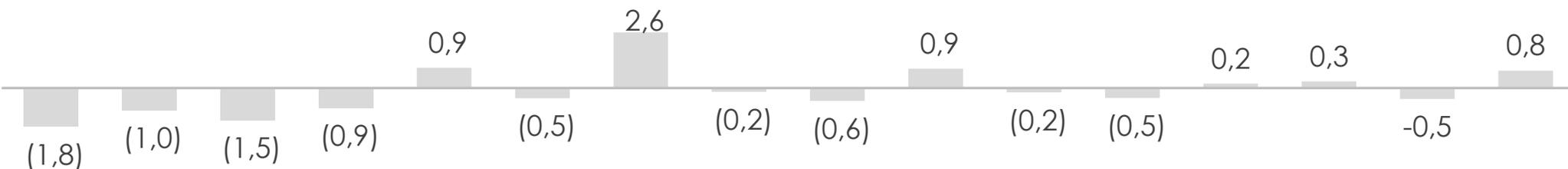
BISCOITOS



MASSAS



FARINHA DE TRIGO



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

Em biscoitos e bolachas, complementamos o portfólio com itens de maior valor agregado



O preço médio aumentou, com a contribuição da inovação de itens de maior valor agregado e preços inteligentes



M. Dias Branco

Marketing & Comercial



INOVAÇÕES COM MAIOR VALOR AGREGADO, DIFERENCIAÇÃO E MAIOR POTENCIAL

Desenvolver novas categorias



Biscoitos cobertos com chocolate



Inovações com maiores diferenciações



Snacks sem glúten de tapioca



Snacks de batata assados

Expansão nacional de Piraquê, Latinex e Jasmine



Jasmine



FIT FOOD

APRIMORAR A EXECUÇÃO COMERCIAL NO PONTO DE VENDA

Estratégia baseada em 4 pilares-chave (4 P's)



Que se desdobra em 5 indicadores

Pilar	Indicador	Nota
Sortimento	Presença Prioritário e Lançamentos	40%
	Famílias estratégicas	
Gondôla	Participação Gôndola	25%
Merchandising	# Pontos extras	25%
Preço	Média de preços	10%

E resulta na Nota da Loja



Loja Nota 10			
0 - 10%	Nota 1	51 - 60%	Nota 6
11 - 20%	Nota 2	61 - 70%	Nota 7
21 - 30%	Nota 3	71 - 80%	Nota 8
31 - 40%	Nota 4	81 - 90%	Nota 9
41 - 50%	Nota 5	91 - 100%	Nota 10

APRIMORAR A EXECUÇÃO COMERCIAL NO PONTO DE VENDA

Desmembrando os Pilares, conseguimos traçar planos de ação e direcionar investimentos

Quanto maior a pontuação, maior o nosso *sell-out*

	LOJA PERFEITA	LOJA COM OPORTUNIDADE		LOJA PERFEITA	LOJA COM OPORTUNIDADE
STORE	FRANGOLANDIA-Ceará 1	FRANGOLANDIA-Ceará 2	STORE	BISTEK – COSTEIRA DO Santa Catarina 1	Santa Catarina 2
SIZE	Large	Large	SIZE	MEDIUM	MEDIUM
ASSORTMENT (4.0)	3.7	3.7	ASSORTMENT (4.0)	3.1	3.3
SHELF (2.5)	2.5	0.7	SHELF (2.5)	1.9	0.3
MERCHAN 2,5	2.5	1.4	MERCHAN 2,5	0.1	0
PRICE (1.0)	0.1	0.1	PRICE (1.0)	0.3	0.4
NOTE	8.8	5.9	NOTE	5.2	3.6
SELL OUT DEC	R\$ 155,441	R\$ 102,217	SELL OUT DEC	R\$ 56,899	R\$ 33,366

Investimentos em Marketing para acelerar as vendas e fortalecer as marcas em 2023



M. Dias Branco

Operações



GANHOS DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA 2020 E 2021

2020



Mais de 200 iniciativas para capturar economias estruturais de custos e despesas, em todas as áreas e processos, com apoio de consultoria externa

GANHOS RECORRENTES RECONHECIDOS EM 2020

R\$ 184 MM

GANHOS RECORRENTES ANUALIZADOS

R\$ 438 MM

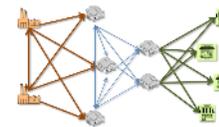
2021



REDESENHO ORGANIZACIONAL

GANHOS RECORRENTES RECONHECIDOS

R\$ 80 MM



LOGISTIC/PRODUCTION NETWORK DESIGN

GANHOS RECORRENTES RECONHECIDOS

R\$ 42 MM

GANHOS DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA 2020 E 2021

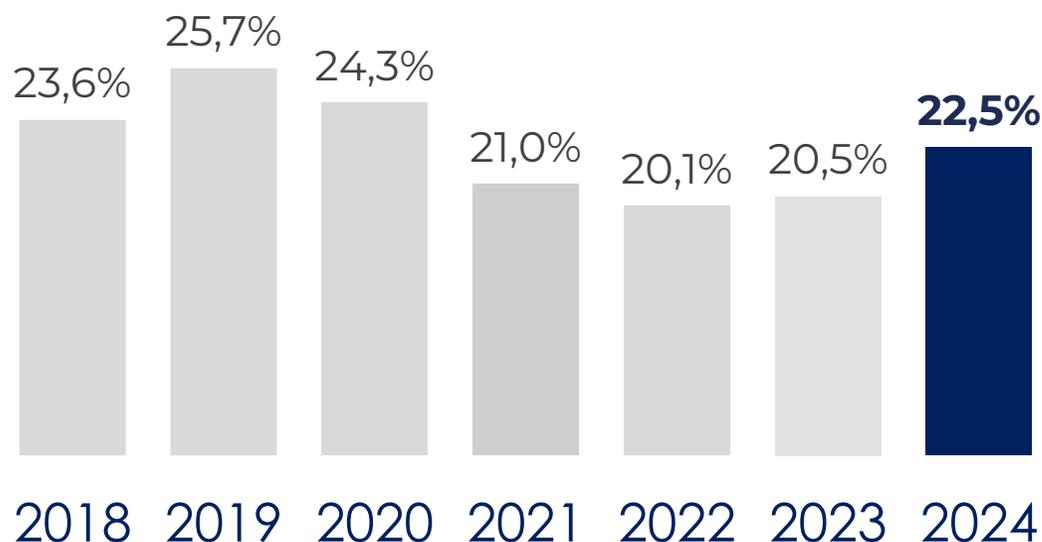


CORPORATE
RESTRUCTURING

NETWORK
DESIGN

EXEMPLOS:

SG&A (% RL)



COMERCIAL

- ✓ Adequação do nº de promotores de vendas
- ✓ Renegociação de contratos de marketing

LOGÍSTICA E INDÚSTRIA

- ✓ Envio direto da fábrica para os clientes
- ✓ Interrupção temporária das linhas de produção (ou seja, massas da planta Maracanaú da Fábrica Fortaleza)
- ✓ Fechamento de 4 CDs

ADMINISTRATIVO

- ✓ Terceirização da folha de pagamento
- ✓ Otimização na contratação de serviços gerais

RESTRUTURAÇÃO CORPORATIVA

- ✓ Menos cargo de Diretor. (Ex: Auditoria Interna e Riscos combinados com Jurídico e Governança e extinção do cargo de Diretor Administrativo)
- ✓ Extinção de um dos três níveis de gestão das fábricas

SIMPLIFIQUE ALÉM DO ERP



75%
Customizado



Desidratado

38
Novas
Aplicações

80
Aplicações
Legadas

2020

2022

SAP
S/4 HANA

8%
Customizado

33
Aplicações
Descontinuadas

85
Aplicações

2024

IMPLEMENTADO
EM JAN/24

+320

Processos de
Negócios
mapeados



simplifique
produtividade, agilidade e interação

92%

Nível de aderência
da M. Dias ao
SAP Standard

8%

Nível de
customização
mapeado

NOVA POLÍTICA DE HEDGE (JUL/20)

Nossa política visa estabelecer regras e diretrizes gerais para proteger e otimizar os resultados contra flutuações nas taxas de câmbio e preços de commodities

MODALIDADE

HEDGE DE CÂMBIO

Proteção de Fluxo de Caixa
(NDF e Opções)

HEDGE DE COMMODITIES

Contratos Futuros

HEDGE DA DÍVIDA

Proteção de Dívida em Moeda Estrangeira
(Contratos de Swap)

1ª EMISSÃO DE CRA DA M. DIAS BRANCO

(LIQUIDAÇÃO EM 24 DE MARÇO DE 2021)

R\$ 811,6
(milhões)

TOTAL CAPTADO

R\$ 2,3
(bilhões)

DEMANDA TOTAL
2,9x acima do valor inicial

TÍTULO VERDE

Rating Nacional de Longo Prazo **'AAA'** (bra)
Perspectiva Estável (Fitch Ratings)

REMUNERAÇÃO

1ª Série

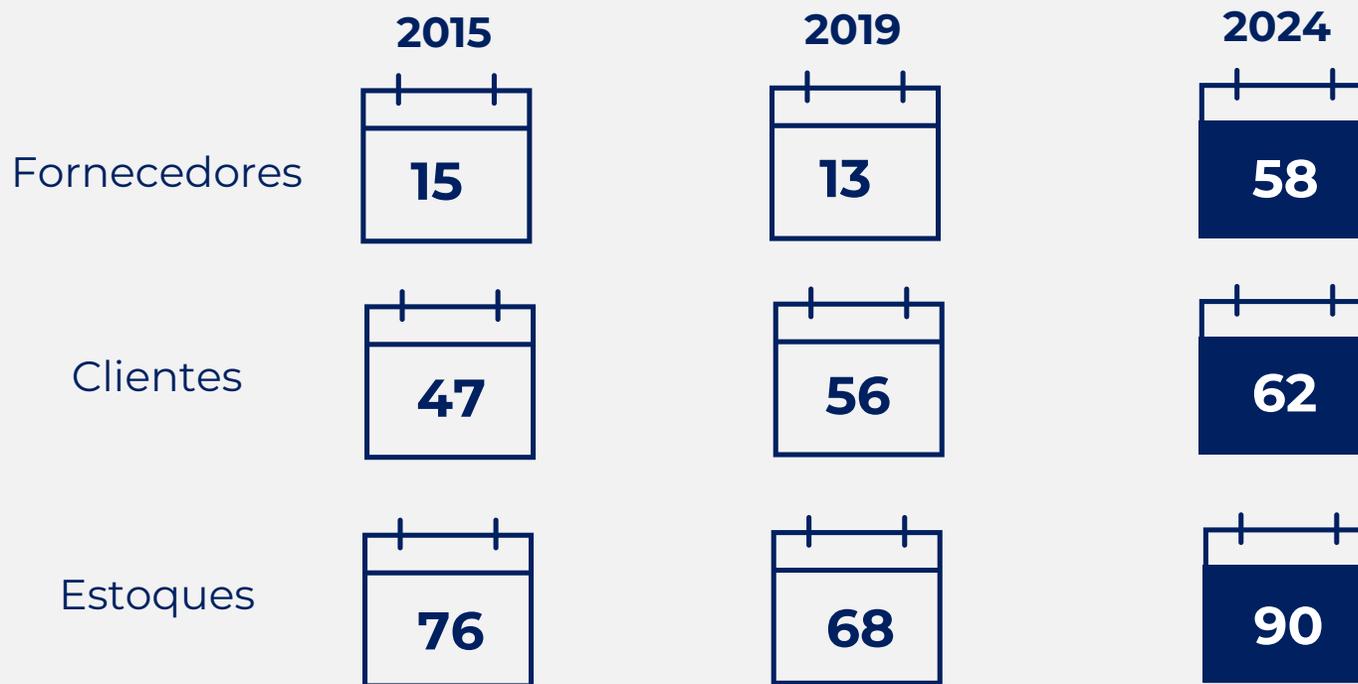
Prazo: 7 anos
Taxa: 3,79% + IPCA

2ª Série

Prazo: 10 anos
Taxa: 4,13% + IPCA

LIBERAÇÃO DE CAPITAL DE GIRO COM MELHORIA NA MÉDIA DE FORNECEDORES E MENOR DIA DE ESTOQUE EM 2023

Prazo médio em dias



M. Dias Branco

Aquisições



LAS ACACIAS

- Adquirida em outubro/2022 por R\$ 105 milhões;
- Acelera nossa internacionalização (1 fábrica e 1 centro de distribuição em Montevideu);
- Está entre as três principais marcas de massas no Uruguai.

INICIATIVAS:

- 1 Substituição de fornecedores;
- 2 Inserção dos produtos Las Acacias no portfólio da M. Dias;
- 3 Avaliar produtos da M. Dias para incorporar ao portfólio Las Acacias.



JASMINE

- Adquirida em agosto/2022 por R\$ 344 milhões;
- Marca referência e líder em market share em granolas e cookies saudáveis;
- Consolida o posicionamento da M. Dias Branco no mercado de saudabilidade.

Jasmine
GOSTO DE VIVER BEM



LATINEX

- Adquirida em março/2021;
- Preço inicial de R\$ 180 milhões atingindo até R\$ 272 milhões;
- Reforça nossa presença nos segmentos de alimentos saudáveis, temperos, molhos e condimentos.



HEALTHY
FOODS



SNACKS



ACOMPANHAMENTOS
E MOLHOS



SAIS E
TEMPEROS



BATATAS CHIPS
ARTESANAIS
(LICENÇA DE DISTRIBUIÇÃO)



PIRAQUÊ

- Adquirida em maio/2018 por R\$ 1,5 bilhão;
- A marca, de produtos de alto valor agregado, é a segunda maior do nosso portfólio;
- Desde a aquisição, Piraquê cresceu rapidamente em todo o Brasil, melhorando nosso mix e preço médio.

RECEITA LÍQUIDA

TOTAL
BRASIL

R\$ 684
Milhões
2017
Pré-aquisição

+75%
↗

R\$ 1,2
Bilhão
2024



ESG

*M. Dias Branco*

NOSSOS COMPROMISSOS ATÉ 2030



Cuidar do planeta (ambiental)

Reduzir o consumo de água para 0,40 m³/t produzida

Utilizar 90% de energia renovável

Reutilizar 30% da água

Adoção de duas marcas de produto com selo Carbono Neutro

Reduzir em 20% as emissões absolutas de Gases de Efeito Estufa (GEE) – Escopo 1 e 2 (%)

Reduzir em 30% a captação de água em áreas de estresse hídrico

Atingir 0% de resíduos enviados para aterros em todas as operações

Atingir 38% de embalagens recuperáveis no pós-consumo

Utilizar 100% de embalagens plásticas sustentáveis

Reduzir o índice de perdas de insumos alimentícios no processo produtivo para 0,94% (equivale a 25%)

Atingir 50% de redução de desperdício de produtos acabados



Acreditar nas pessoas (social)

Atingir 150 mil pessoas pelo programa de empreendedorismo e profissionalização

Chegar à marca de 80% de satisfação dos colaboradores medido em pesquisa externa

Ter 40% de mulheres na liderança

10 milhões de pessoas impactadas pelo programa de educação alimentar para a população em geral

Reduzir a taxa de frequência de acidentes com colaboradores da empresa para 0,5

Reduzir a taxa de gravidade de acidentes com colaboradores da empresa para 8%

Liderança no *market share* em 4 categorias com apelo de saudabilidade e nutrição



Fortalecer alianças (governança)

Atingir 80% de compra de fornecedores locais

Energia Limpa

Parceria com a empresa Serena, especializada em geração e distribuição de energia.

- _R\$ 9 milhões investidos
- _3 parques eólicos em Paulino Neves/MA
- _Capacidade instalada: 97.2 MW

Total redirecionado para M. Dias Branco: 18 MW (50% da necessidade da Companhia). Meta de utilização de 90% renovável até 2030

**Aqui nós
acreditamos em
pessoas**



Desde 2023

IGPTWB3

Membro de um seletor grupo de empresas listadas na B3





O projeto busca o desenvolvimento sustentável da nossa cadeia de suprimentos por meio do selo verde M. Dia Branco.

Lançado em 2023, nosso objetivo é ter 100% dos fornecedores críticos avaliados e monitorados até 2030.

Pilares do Programa



ESG em Inovação de Produto

CARBONO NEUTRO POR COMPENSAÇÃO CATEGORIA (Granola)



Produto Social, com uma parte das vendas doada à AACD (Associação de Assistência à Criança com Deficiência), uma organização sem fins lucrativos que oferece serviços de reabilitação e ortopedia



O PIRAQUÊ, A RECEITA É SER ORIGINAL

M. Dias Branco

PRODUTOS

APRESENTAÇÃO
INSTITUCIONAL

FRONTERA



FIT FOOD



smart



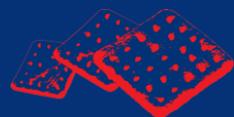
Jasmine



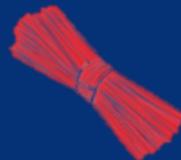
A Família Maltado cresceu!

Biscoitos Clássicos e Snacks

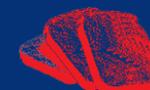




Biscoitos



Massas



Torradas





Biscoitos



Massas



Torradas





Biscoitos



Massas



Bolos





Biscoitos



Massas



Torradas





Biscoitos



Massas



Torradas





Massas



Outros



MARCAS EXCLUSIVAS

Predilieto



Pelaggio



Romanini



M. Dias Branco

ZERO FRITURA

MENOS SÓDIO

25% menos sódio vs frito

E MUITO SABOR



Lançamento



FARINHA DE TRIGO



MARGARINAS









M. Dias Branco

UNIDADES INDUSTRIAIS

APRESENTAÇÃO
INSTITUCIONAL

UNIDADES INDUSTRIAIS



EUSÉBIO/CE

Biscoitos, Massas, Torradas e Farinha e Farelo de Trigo

UNIDADES INDUSTRIAIS



JABOTÃO DOS GUARARAPES/PE

Biscoitos, Cobertos de Chocolate
e Massas

UNIDADES INDUSTRIAIS



SALVADOR/BA

Biscoitos, Massas, Misturas para Bolos e Farinha e Farelo de Trigo

UNIDADES INDUSTRIAIS



QUEIMADOS/RJ

Biscoitos e Snacks de
Batata

UNIDADES INDUSTRIAIS



RIO DE JANEIRO/RJ

Biscoitos

UNIDADES INDUSTRIAIS



CAMPINA GRANDE DO SUL/PR

Granolas, Cookies e Biscoitos,
Panificação sem Glúten e
Beneficiamento de Grãos

UNIDADES INDUSTRIAIS



SÃO CAETANO DO SUL/SP

Massas



UNIDADES INDUSTRIAIS



ROLÂNDIA/PR

Farinha e Farelo de Trigo



UNIDADES INDUSTRIAIS



BENTO GOLÇALVES/RS

Biscoitos, Massas e Farinha e
Farelo de Trigo

UNIDADES INDUSTRIAIS



LAS ACACIAS/URUGUAY

Massas

UNIDADES INDUSTRIAIS



FORTALEZA/CE

Farinha e Farelo de Trigo

UNIDADES INDUSTRIAIS



FORTALEZA (GME) /CE

Gorduras e Margarinas Especiais
(GME)



UNIDADES INDUSTRIAIS



MARACANAÚ/CE

Biscoitos, Massas, Bolos e Snacks

UNIDADES INDUSTRIAIS



CABEDELO/PB

Farinha e Farelo de Trigo e
Massas

UNIDADES INDUSTRIAIS



NATAL/RN

Farinha e Farelo de Trigo e Massas

M. Dias Branco

Resultados

TT25

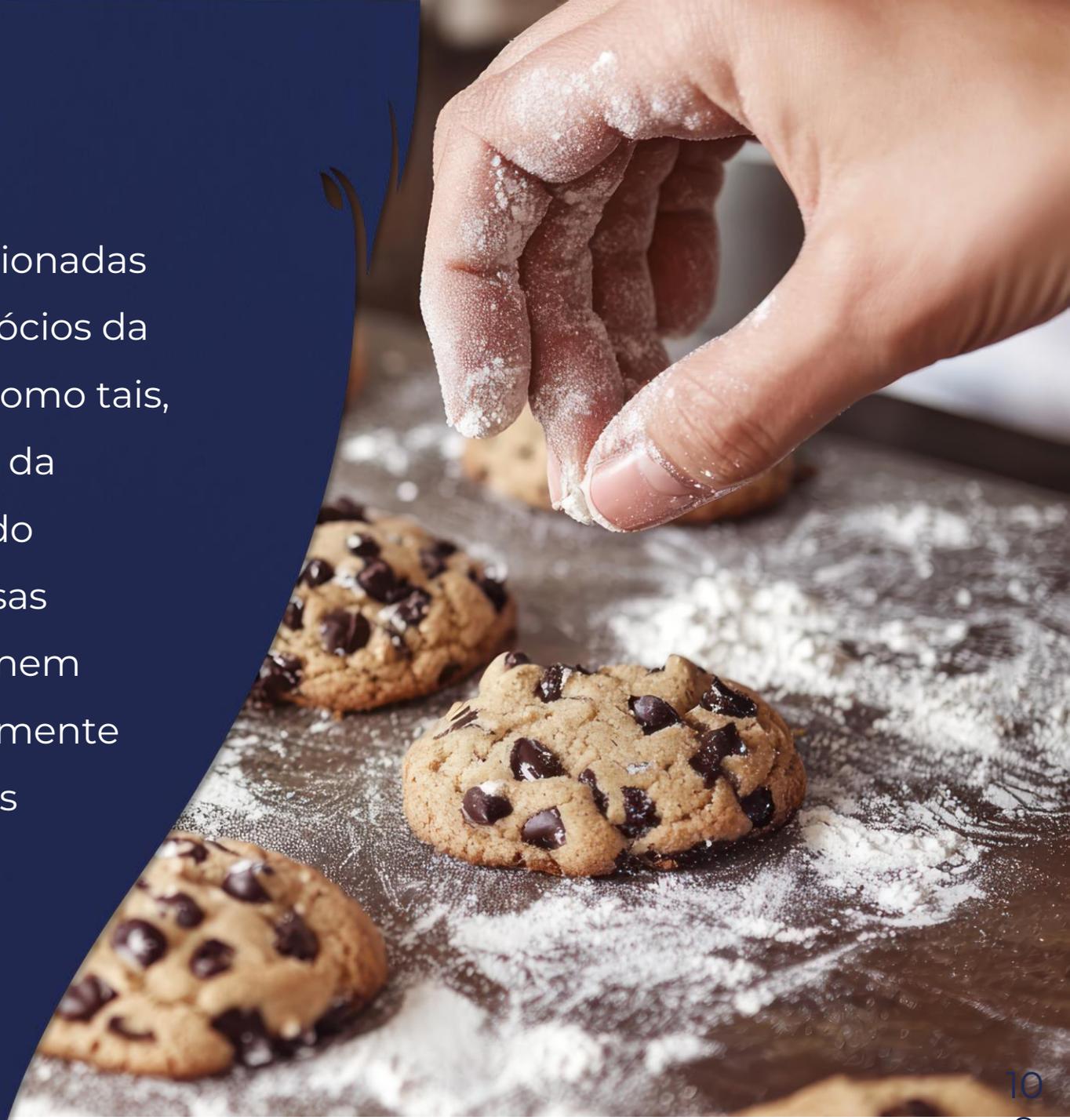
MDIA3

05 de maio 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)

1T25

2,2

+3% vs. 1T24
-11% vs. 4T24



Volume (Mil ton.)

394

-1% vs. 1T24
-9% vs. 4T24



EBITDA (R\$ Milhões)

161

-42% vs. 1T24
-55% vs. 4T24



Lucro Líquido (R\$ Milhões)

69

-55% vs. 1T24
-61% vs. 4T24



Geração de Caixa (R\$ Milhões)

280

+103% vs. 1T24
+60% vs. 4T24



MERCADO & RECEITA LÍQUIDA

M. Dias Branco



Os mercados de biscoitos e massas registraram crescimento em valor vs. 1T24. Frente ao 4T24, em função da sazonalidade, houve retração.

INFORMAÇÕES DOS MERCADOS DE BISCOITOS E MASSAS



BISCOITOS

	1T25 vs. 1T24	1T25 vs. 4T24
 Valor Vendido	+2%	-8%
 Volume Vendido	-2%	-9%
 Unidades Vendidas	0%	-10%
 Preço Médio (R\$/Kg)	+4%	+1%



MASSAS

	1T25 vs. 1T24	1T25 vs. 4T24
 Valor Vendido	+1%	-6%
 Volume Vendido	+1%	-9%
 Unidades Vendidas	+1%	-8%
 Preço Médio (R\$/Kg)	0%	+3%

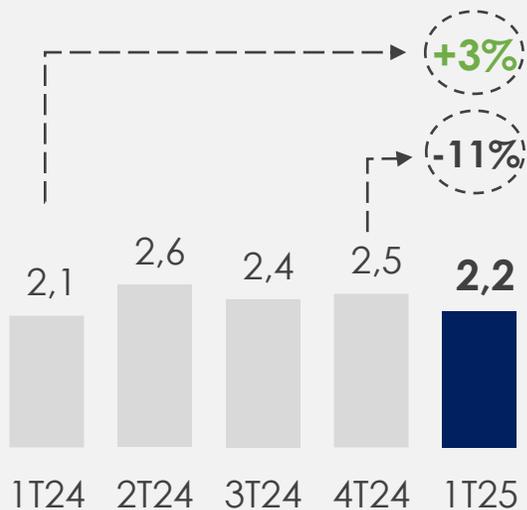
Fonte: Nielsen – Retail Index. Total Brasil. INA+C&C.



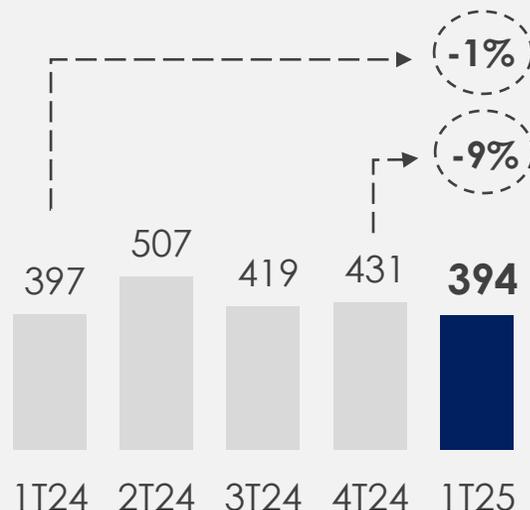
Receita líquida 3,2% maior que a registrada no 1T24, com aumento do preço médio.



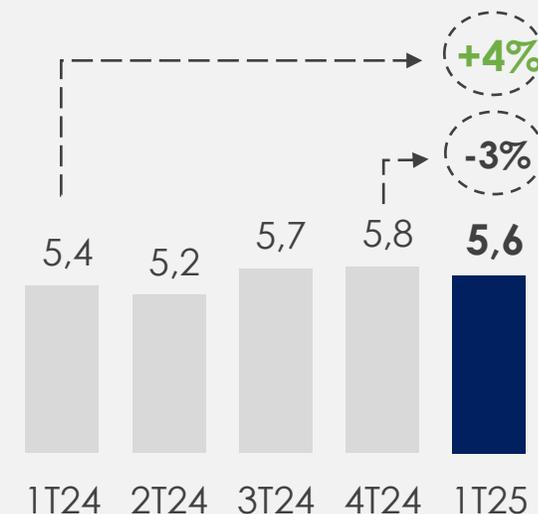
Receita Líquida (R\$ bilhões)



Volume Vendido (Mil ton.)



Preço Médio (R\$/Kg)





Destaque positivo para o desempenho das categorias de Moinhos de Trigo e Refino de óleos vegetais e margarinas, principalmente nos canais de *Food Service*, e das Adjacências.

Receita, volume e preço	1T25	1T24	Var. %	4T24	Var. %
Volume de vendas (mil ton.)	394	397	-1%	431	-9%
Preço médio (R\$/kg)	5,6	5,4	+4%	5,8	-3%
Receita Líquida (R\$ milhões)	2.209	2.140	+3%	2.489	-11%
Produtos Principais*	1.682	1.686	0%	1.917	-12%
Moinhos de Trigo e Refino de óleos vegetais e margarinas**	417	355	+17%	442	-6%
Adjacências***	110	99	+11%	131	-16%

*Biscoitos, Massas e Margarinas;

**Farinhas, Farelo e Gorduras Industriais;

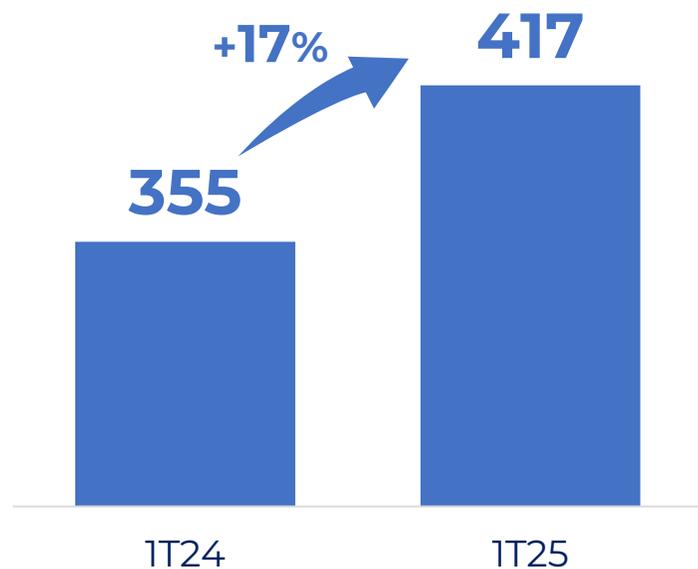
***Bolos, snacks, misturas para bolos, torradas, saudáveis, molhos e temperos.



FOOD SERVICE

Aceleração do crescimento dos itens de Moinhos de Trigo e Refino de óleos vegetais e margarinas

Receita Líquida
Moinhos de Trigo e Refino de óleos vegetais e margarinas
(R\$ Milhões)



INICIATIVAS

- 1 NOVA GESTÃO E TIME DEDICADO
- 2 PROJETO PORTAS ABERTAS
- 3 MARKETING & TRADE MARKETING
- 4 INOVAÇÃO

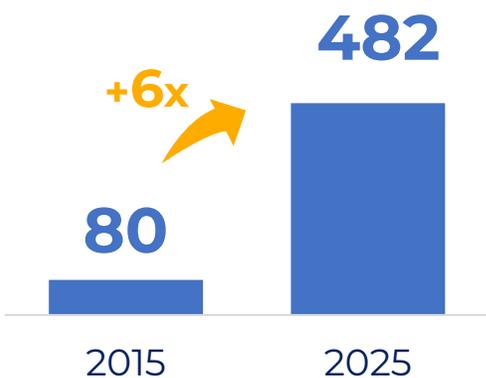


Snacks & Saudáveis

Com time renovado e dedicado integralmente a esse negócio, as Adjacências crescem dois dígitos e já representam cerca de 5% das vendas totais!!!

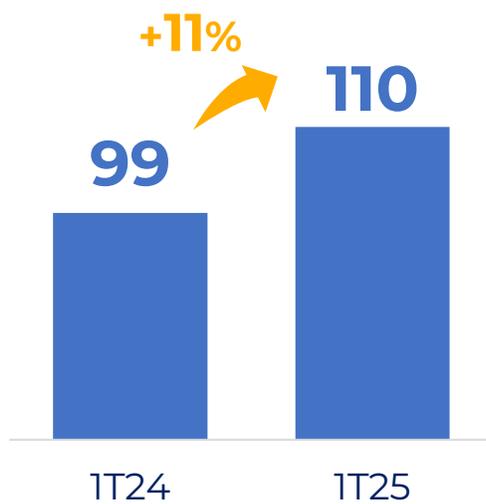
Crescimento acelerado nos últimos anos, alavancado por inovações e aquisições

Receita Líquida Adjacências (R\$ Milhões)



No trimestre, crescimento de dois dígitos

Receita Líquida Adjacências (R\$ Milhões)



CUSTOS & DESPESAS

M. Dias Branco





Aumento dos custos pela desvalorização do Real frente ao Dólar (média R\$ 5,84 no 1T25 vs. média de R\$ 4,95 no 1T24) e aumento do Óleo de Palma.

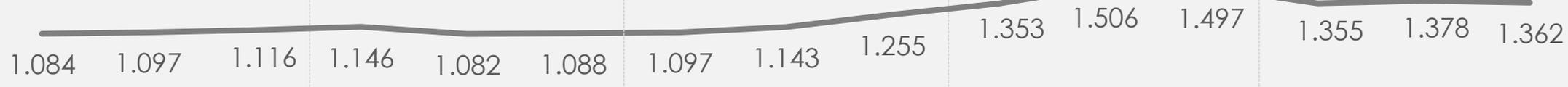
 **DÓLAR**
(Média Mês)



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



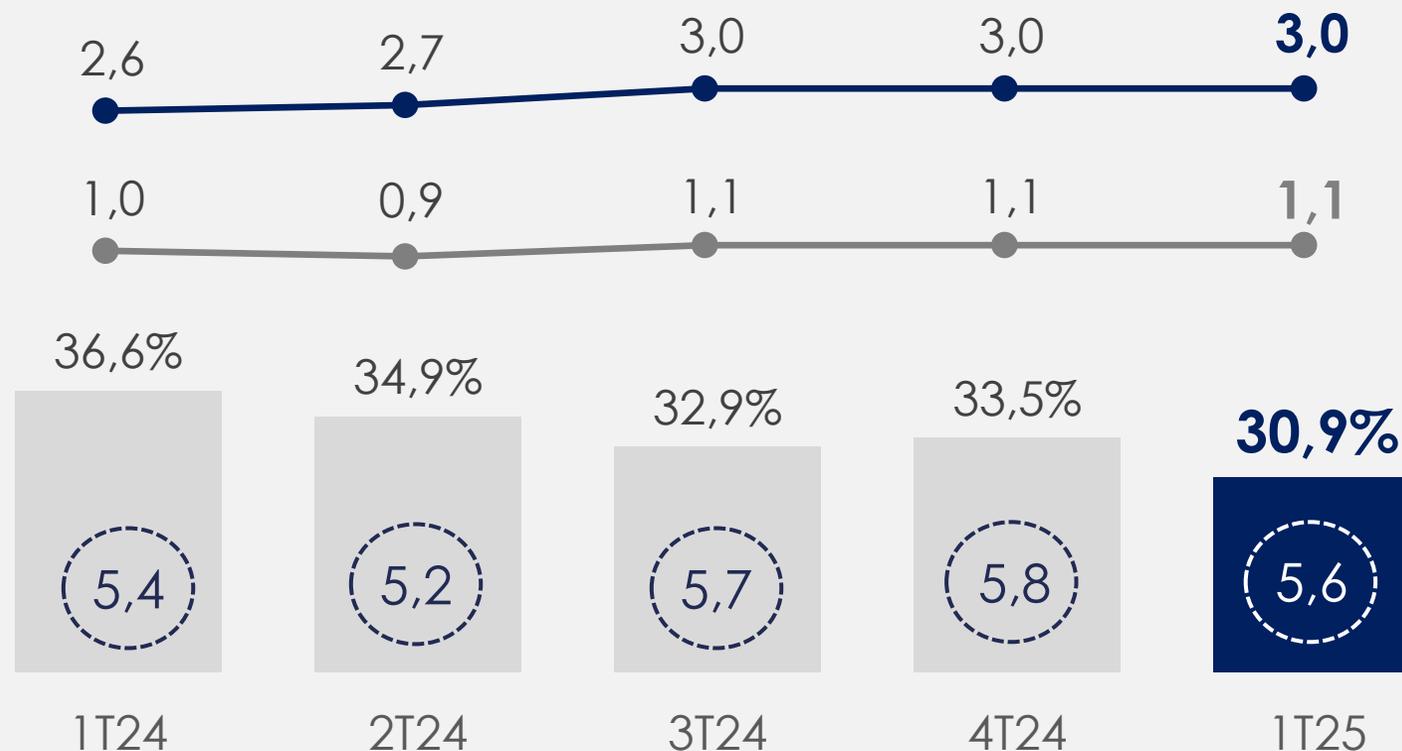
 **ÓLEO DE PALMA MERCADO**
(US\$/TON.)



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



Retração da margem bruta frente ao 1T24 pela alta das *commodities* (custos variáveis) e menor diluição dos custos fixos.



*Sem incentivos.

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





No 1T25, as Despesas Administrativas e com Vendas cresceram menos do que a inflação e como percentual da Receita Líquida ficaram abaixo do 1T24.

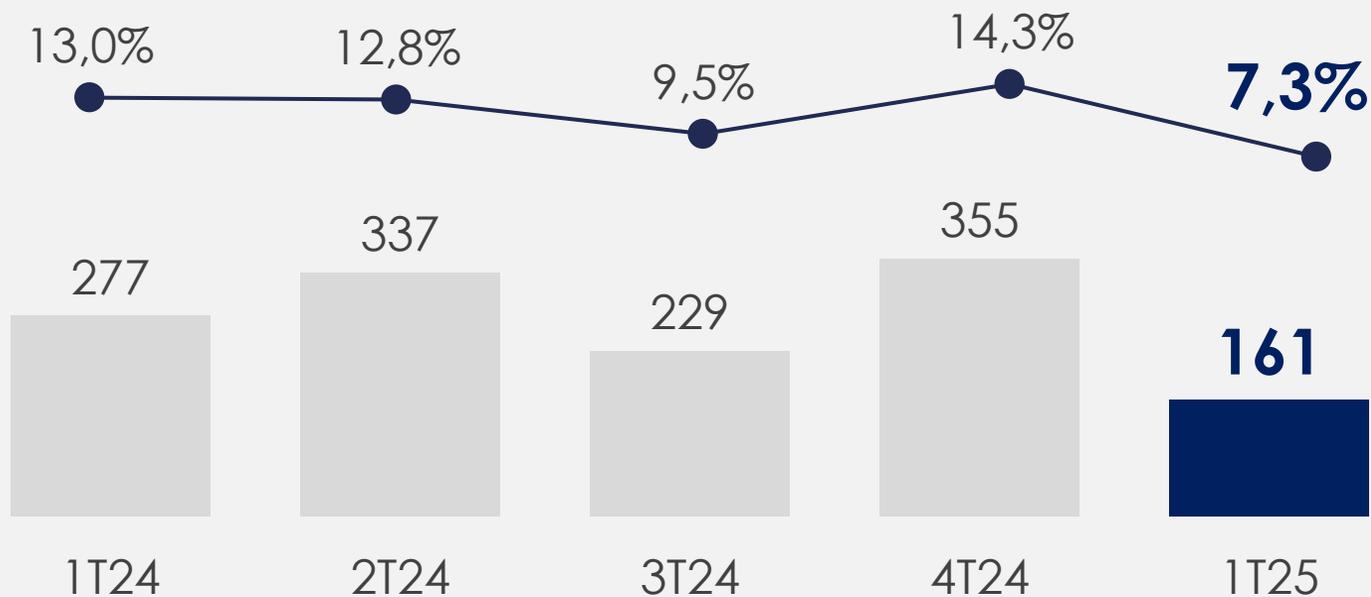
Despesas administrativas e com vendas (SG&A) (% da Receita Líquida)



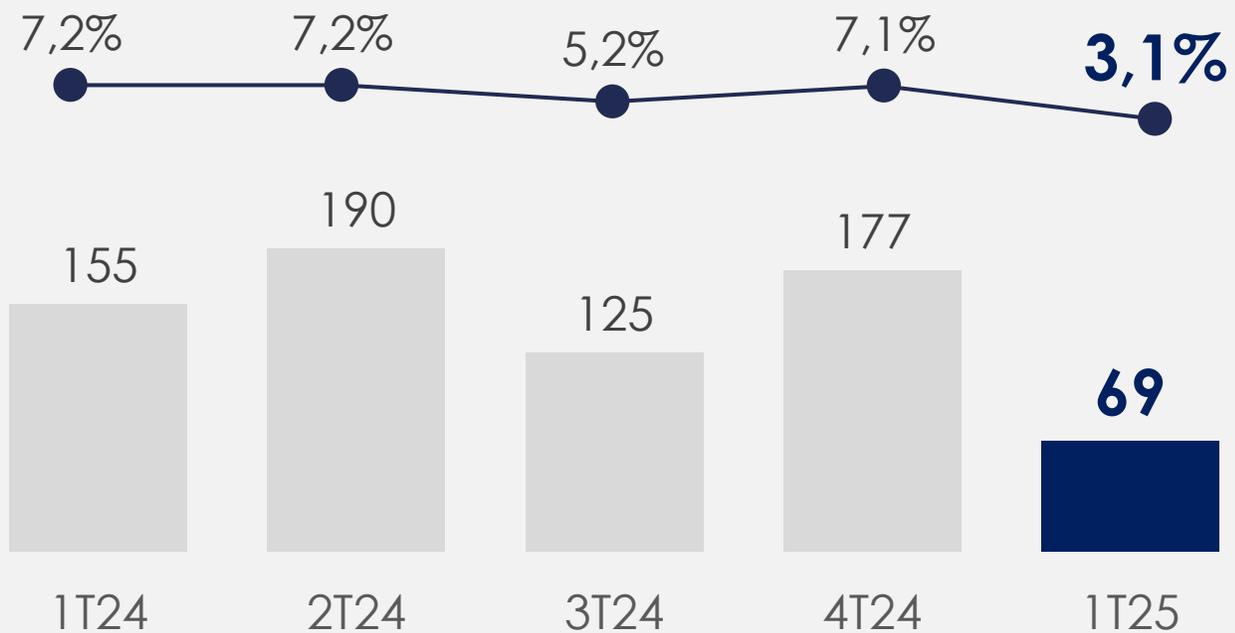
Efeitos extraordinários positivos de R\$ 25 milhões SG&A. Sem efeitos extraordinários: R\$ 505 milhões



No 1T25, o EBITDA foi de R\$ 160,9 milhões. Frente ao 1T24, a retração deu-se, sobretudo, pela alta dos custos variáveis. Além disso, houve R\$ 17,6 milhões de despesas extraordinárias com reestruturação, relacionadas principalmente com o fechamento da fábrica em Lençóis Paulista (SP).



Lucro Líquido de R\$ 69,4 milhões no 1T25.



GERAÇÃO DE CAIXA, DÍVIDA E INVESTIMENTOS

M. Dias Branco





R\$ 280 milhões de geração de caixa operacional no 1T25, com liberação de capital de giro de R\$ 104 milhões.

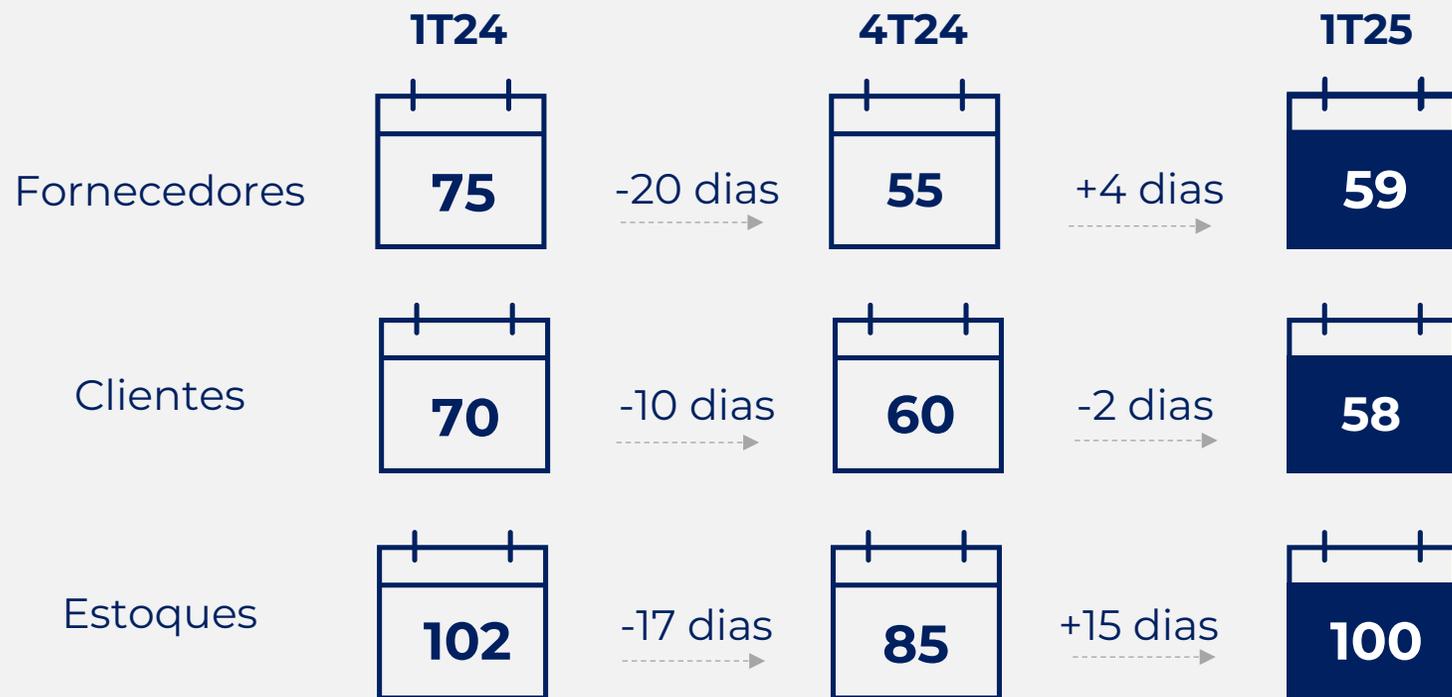
1T25	vs.	1T24	
280		138	Geração de Caixa Operacional*
161		277	EBITDA
104		(141)	Variação dos Ativos e Passivos
15		2	Outros

* Disponibilidades líquidas geradas (aplicadas) nas atividades operacionais



No 1T25, redução em clientes e aumento em fornecedores e estoques.
A comparação com o 1T24 fica prejudicada em função da implantação do SAP naquele trimestre.

Prazo Médio em Dias





Encerramos o 1T25 com R\$ 2,3 bilhões em caixa (R\$ 2,2 bilhões no 1T24) e R\$ 132 milhões de caixa líquido (caixa maior que a dívida).

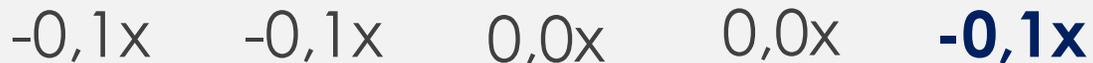
Alavancagem
(Caixa) Dívida Líquidos / EBITDA (últimos 12 meses)

Dívida Líquida
(R\$ milhões)



Alavancagem

(Dívida/EBITDA últ. 12 meses)



1T24 2T24 3T24 4T24 1T25

RATING NACIONAL
FITC RATINGS

AAA

Rating Perspectiva
Estável
Reafirmado

PELO 7º ANO
CONSECUTIVO





**57,7% da dívida no longo prazo e manutenção do Rating AAA
Perspectiva Estável pela Fitch pelo 7º ano consecutivo.**

R\$ 2.308

R\$ MM

**Dívida
Total**

R\$ 977

R\$ MM

42%
Vencimento
Curto prazo

R\$ 21

R\$ MM

Vencimento
2026

R\$ 23

R\$ MM

1%

Vencimento
2027

R\$ 1.287

R\$ MM

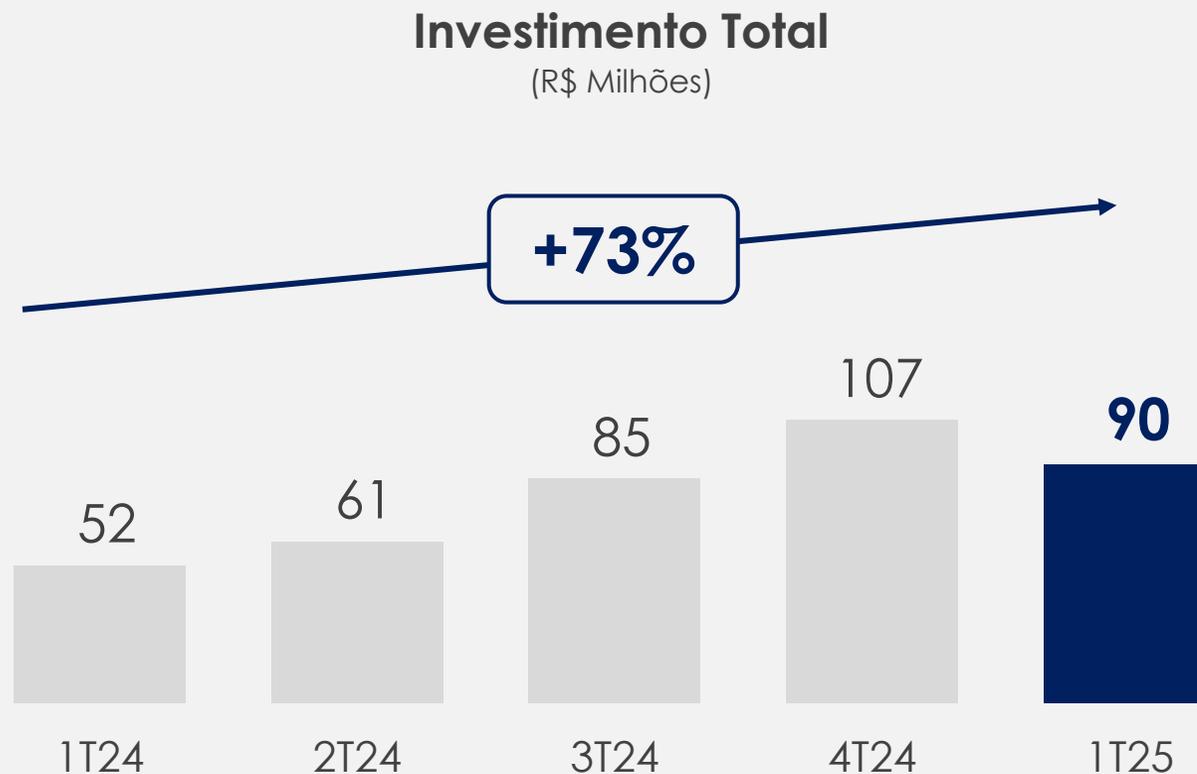
56%

Vencimento
2028
em diante





R\$ 90,1 milhões de investimentos no 1T25, com destaque para melhorias na unidade Eusébio (CE) e investimentos em sistemas.



Estratégia de crescimento com rentabilidade



PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA



Ações em curso para a recuperação dos resultados



Crescimento

Times dedicados integralmente:
- Food Service;
- Saudáveis e snacks.

Consolidação do time comercial em uma única Diretoria nacional

Alocação do time de Gestão de Receita e Preços na área financeira

Fortalecimento das exportações



Produtividade e eficiência

Esforço coordenado para a otimização do SG&A e da estrutura organizacional

Ajustes na malha logística, de produção e de distribuição



ESG

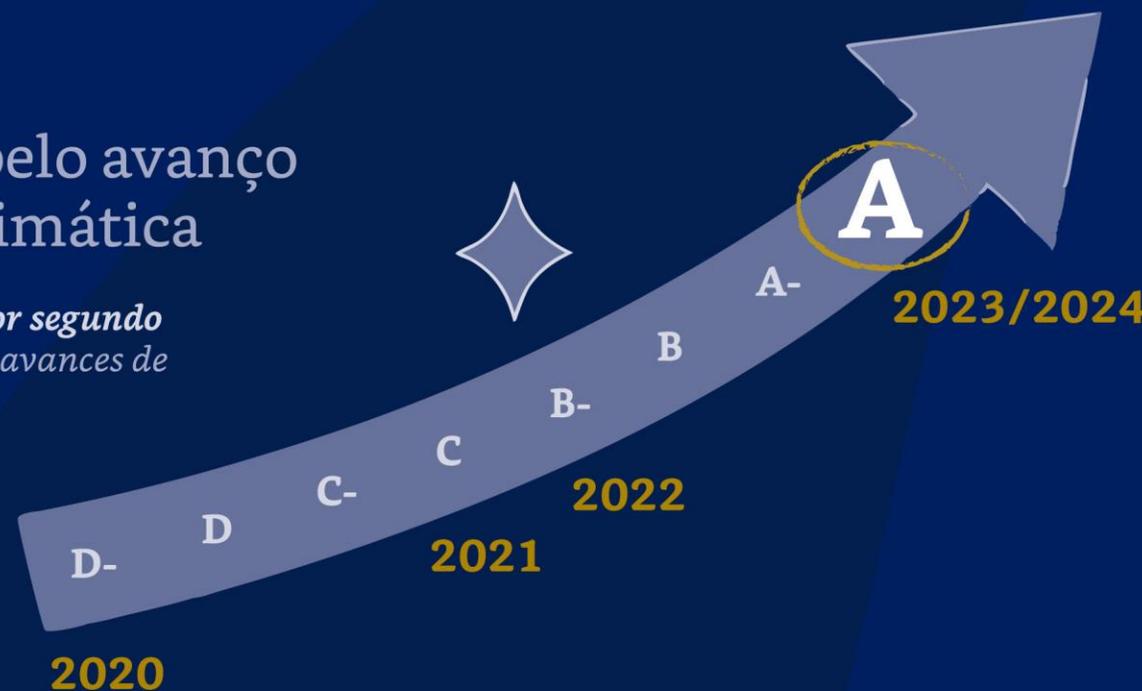
M. Dias Branco



M. Dias Branco na A-List do CDP Clima pelo segundo ano consecutivo:

reconhecimento máximo pelo avanço da Companhia na gestão climática

M. Dias Branco en la Climate A-List del CDP por segundo año consecutivo: máximo reconocimiento a los avances de la empresa en la gestión del clima.



Principais Indicadores – 1T25 vs. 1T24



CUIDAR DO PLANETA

1T25 vs. 1T24

Consumo de água (m ³ /Ton.)	-1,5%
Reúso de água(%)	-0,2p.p.
Resíduos enviados para aterros (%)	+0,4p.p.
Perdas de insumos no processo produtivo (%)	+0,5p.p.
Desperdício de produtos acabados (%)	0,0p.p.



ACREDITAR NAS PESSOAS

1T25 vs. 1T24

Mulheres na liderança* (%)	+4,7p.p.
Frequência de Acidentes de Trabalho (taxa)	+41,6%
Gravidade de Acidentes de Trabalho (taxa)	+122,7%



*** 28,2% no 1T25 (23,5% no 1T24)**



FORTALECER ALIANÇAS

1T25 vs. 1T24

Compras de fornecedores locais (%)	+2,5p.p.
Metas do Movimento Transparência 100%	3 metas divulgadas (superando o estabelecido no cronograma do Movimento)



M. Dias Branco



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

Especialista de Relações com Investidores

E-mail: ri@mdiasbranco.com.br