



M. Dias Branco

# Apresentação dos Resultados 2T24 | 1S24

**MDIA3**

12 de agosto de 2024

**Novo Lámen.**

**ZERO FRITURA. MUITO SABOR.**

 [youtube.com/rimdias](https://youtube.com/rimdias)

 [ri.mdiasbranco.com.br](https://ri.mdiasbranco.com.br)

 [ri@mdiasbranco.com.br](mailto: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

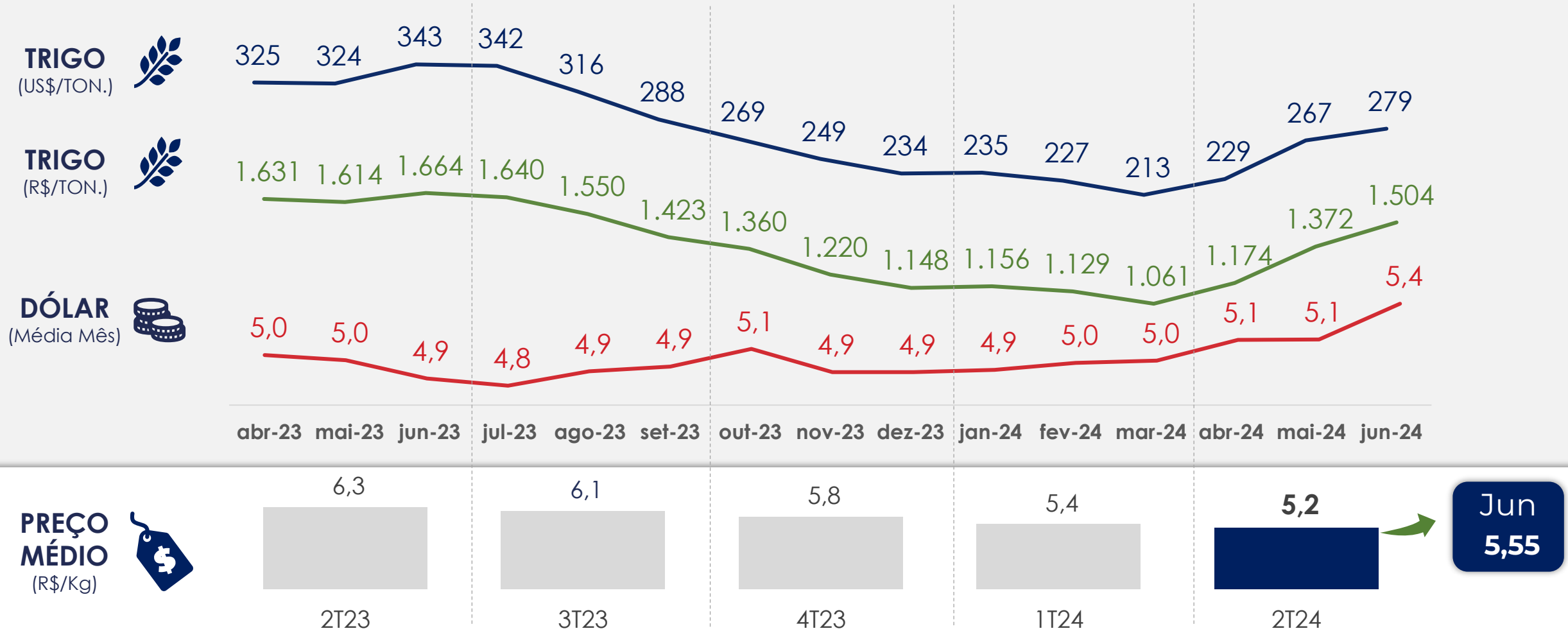
**350**

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

## Mercado Massas



2T24 vs. 2T23    2T24v s. 1T24

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

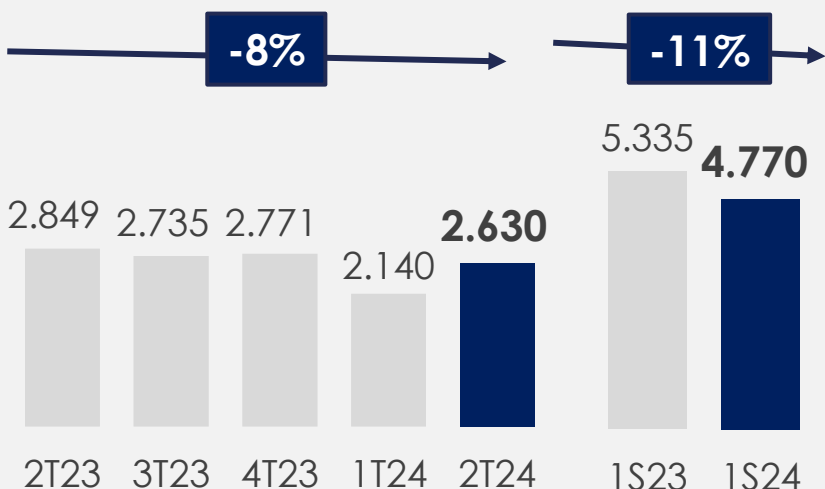
Fonte: Nielsen – Retail Index. Total Brasil. INA+C&C.



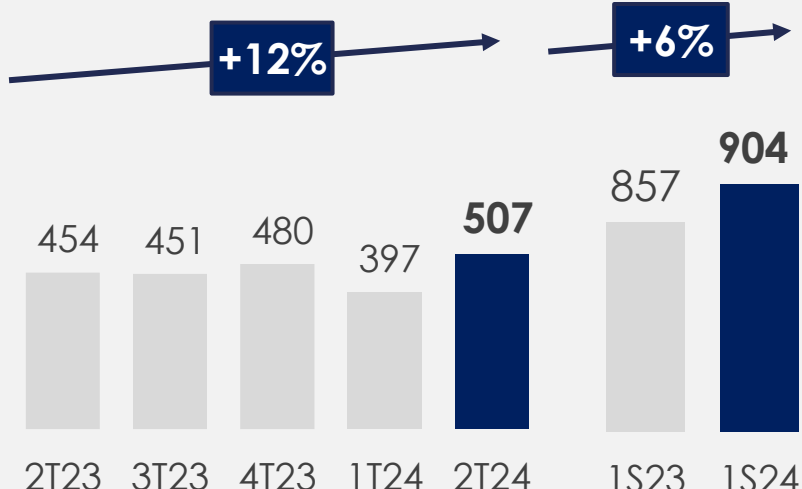
No 2T24, Receita Líquida da M. Dias Branco foi de R\$ 2,6 bilhões (-7,7% vs. 2T23), com crescimento de dois dígitos dos volumes e retração do preço médio.



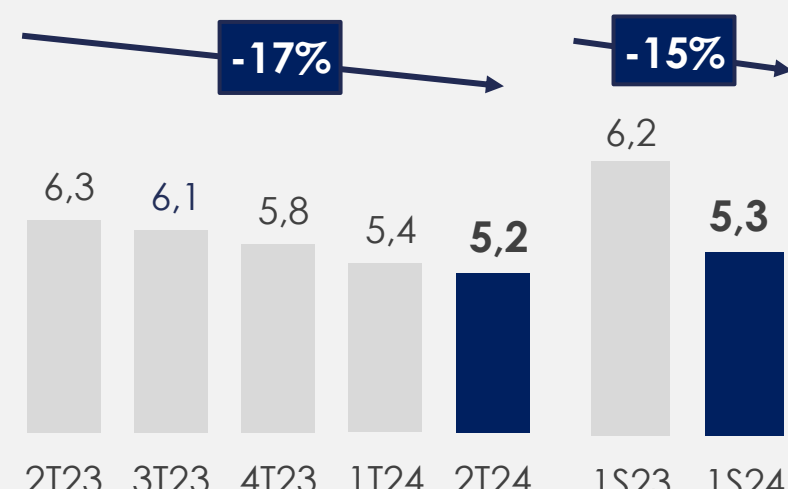
### Receita Líquida (R\$ milhões)



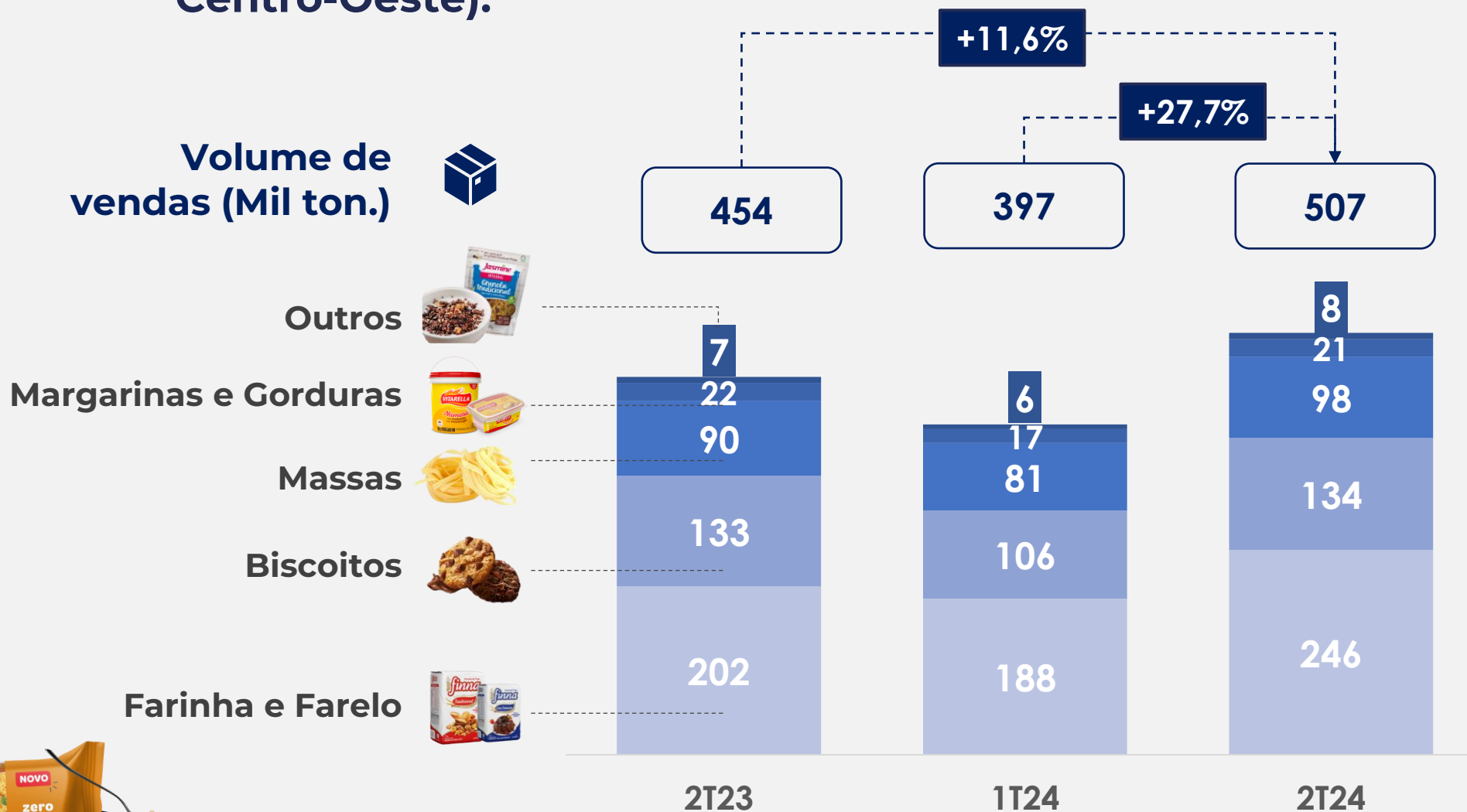
### Volume Vendido (Mil Ton.)



### Preço Médio (R\$/Kg)



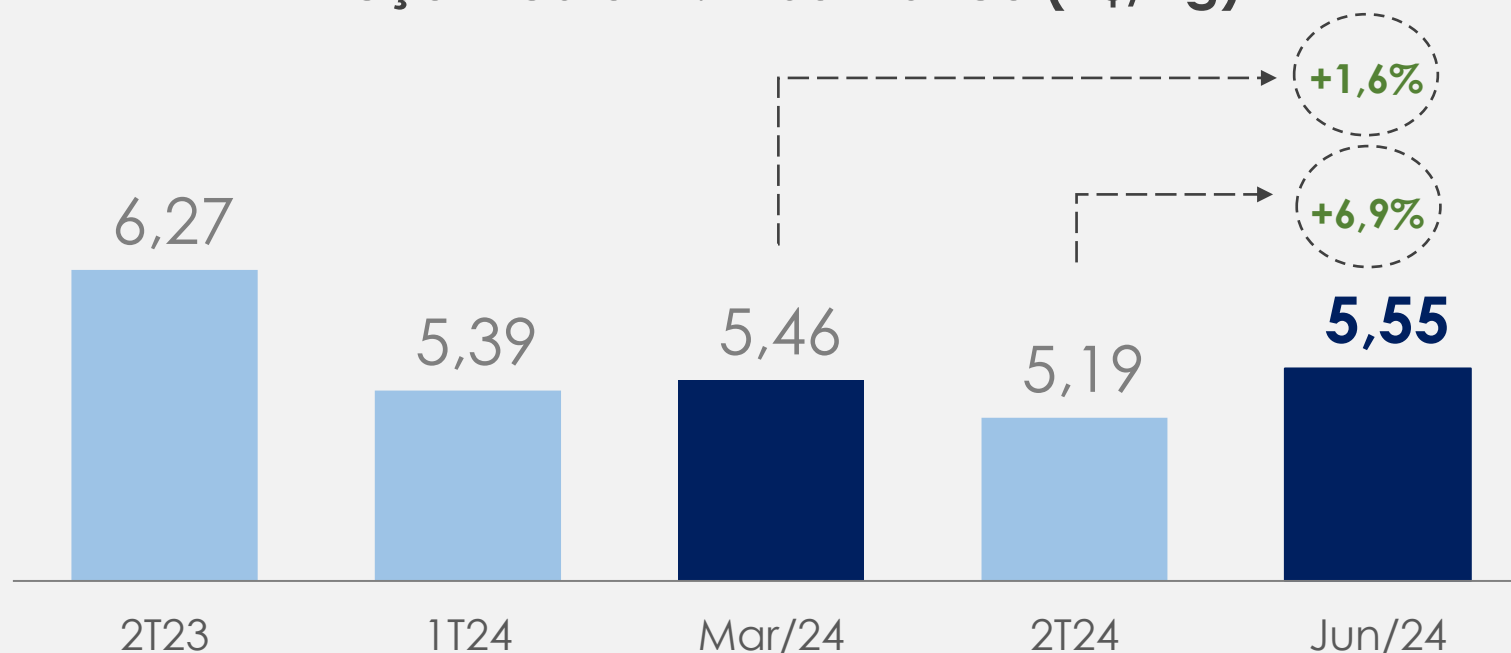
# Crescimento dos volumes vendidos, com destaque para massas e farinha e farelo, principalmente na região de Ataque (Sul, Sudeste e Centro-Oeste).





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.

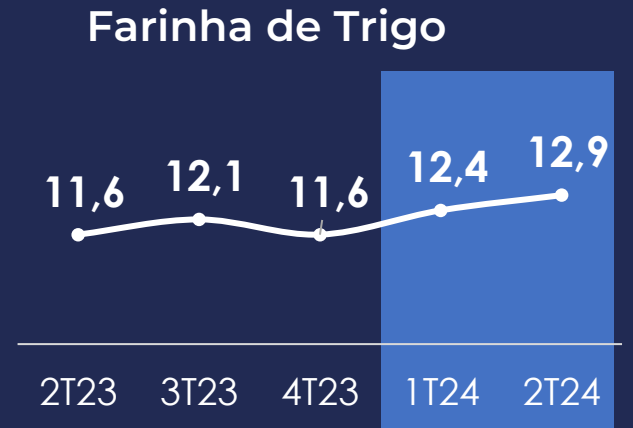
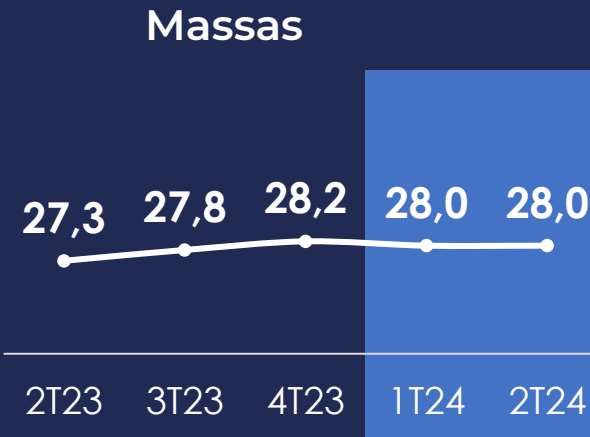
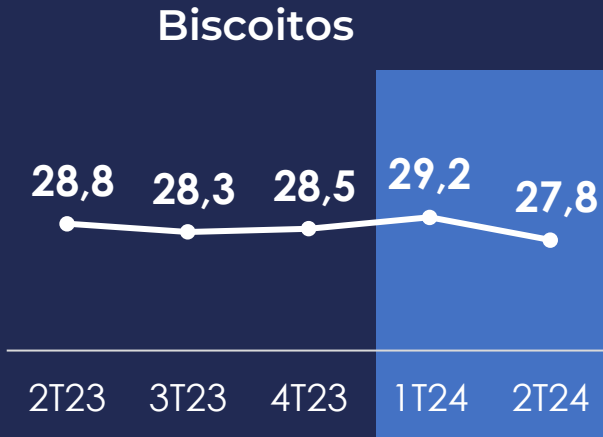
### Preço Médio M. Dias Branco (R\$/Kg)



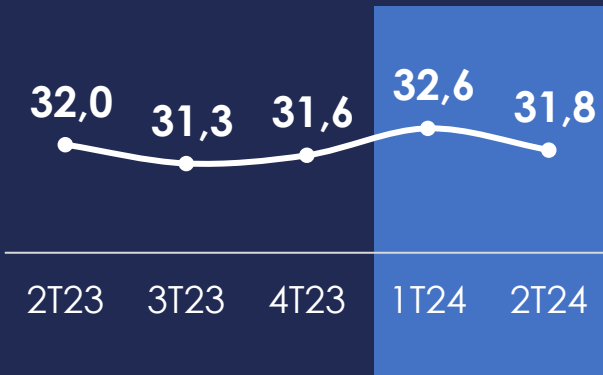


# Ganho de *market share* valor e volume em Massas e Farinha de Trigo. Leve queda em Biscoitos, em função do *timing* dos reajustes, mas dentro do patamar de 32%.

Market share % Valor Brasil

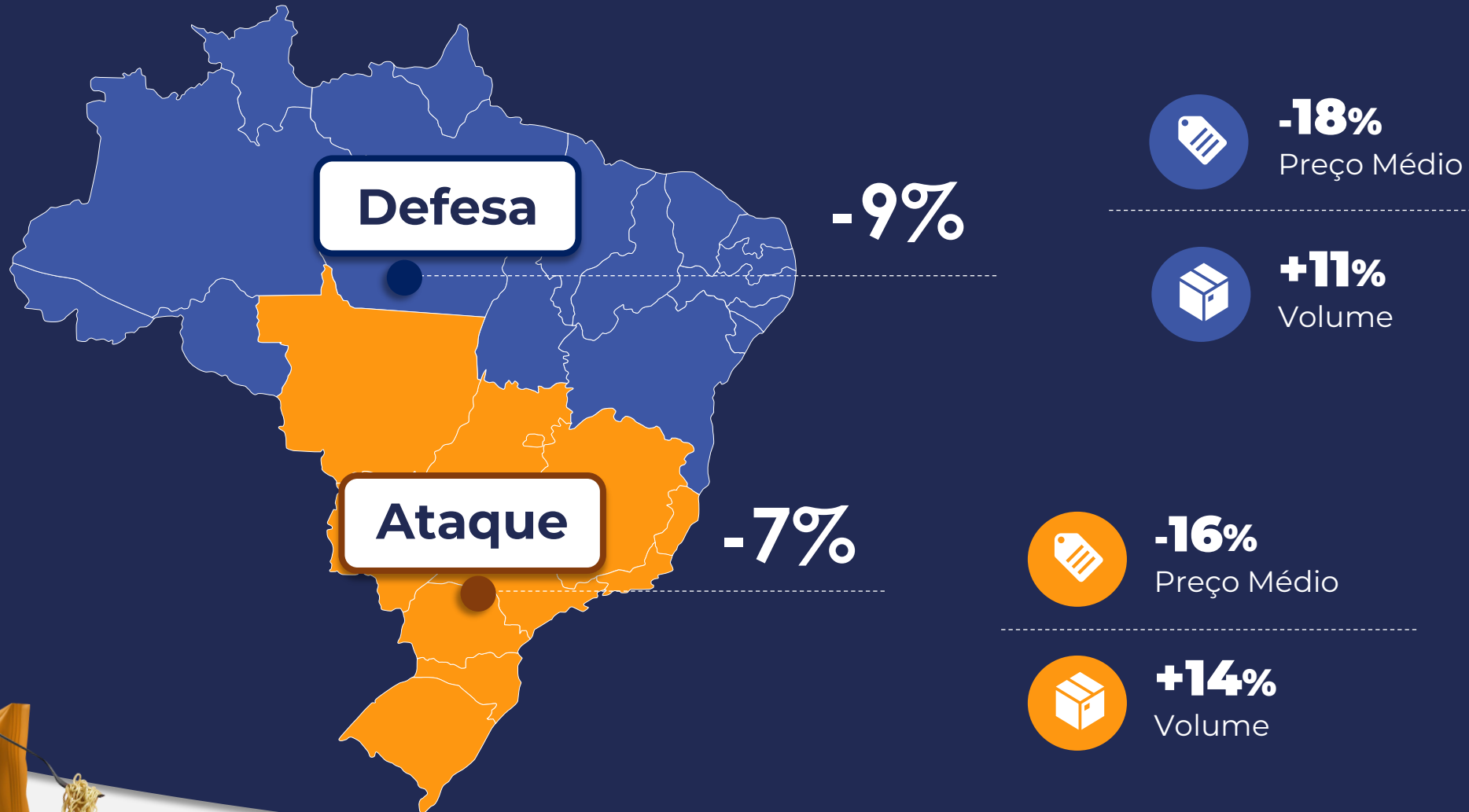


Market share % volume Brasil



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

No 2T24, redução da receita vs. o 2T23 nas regiões de Ataque e Defesa, fruto principalmente da queda do preço médio.



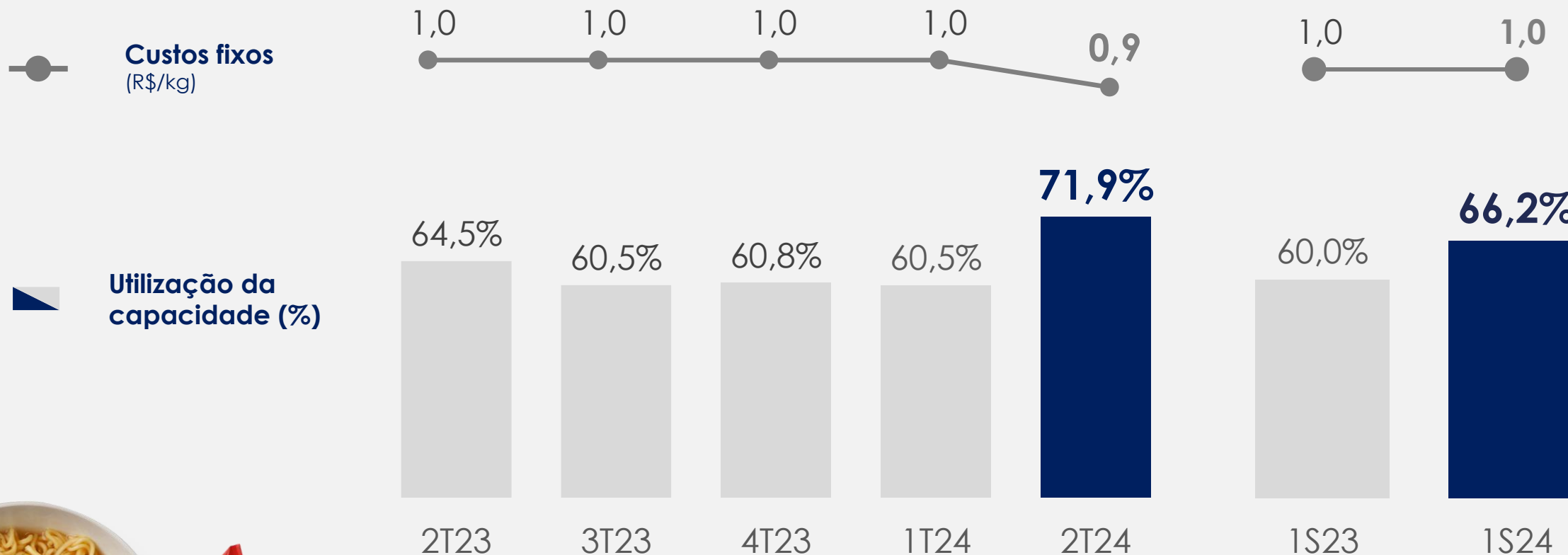
# CUSTOS & DESPESAS

M. Dias Branco





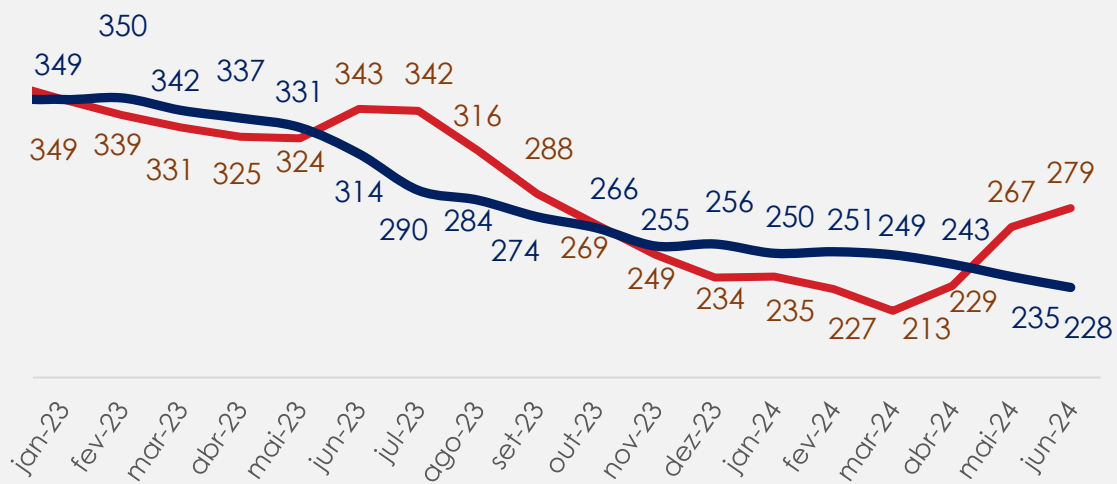
**Aumento da utilização da capacidade de produção, atingindo 71,9% no 2T24 (+7,4p.p. vs. o 2T23 e +11,4p.p. vs. o 1T24), contribuindo para a maior diluição dos custos fixos.**



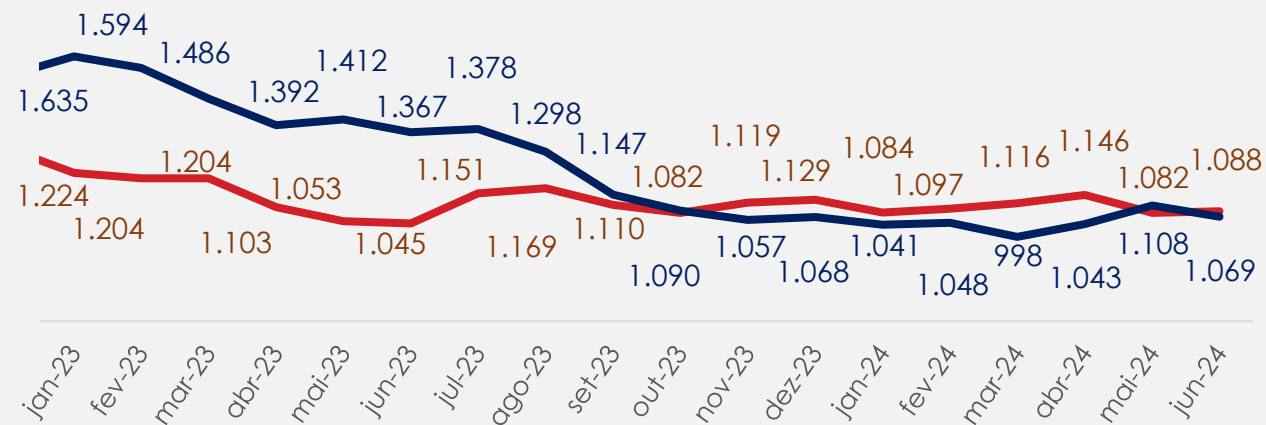


**Trigo:** no 2T24, preços da M. Dias Branco em queda como resultado das nossas proteções, enquanto os preços do mercado subiram ao longo do trimestre, principalmente, pela seca na Rússia. **Óleo de palma:** preços com pouca variação ao longo do ano.

### TRIGO (US\$/TON.)



### ÓLEO DE PALMA (US\$/TON.)



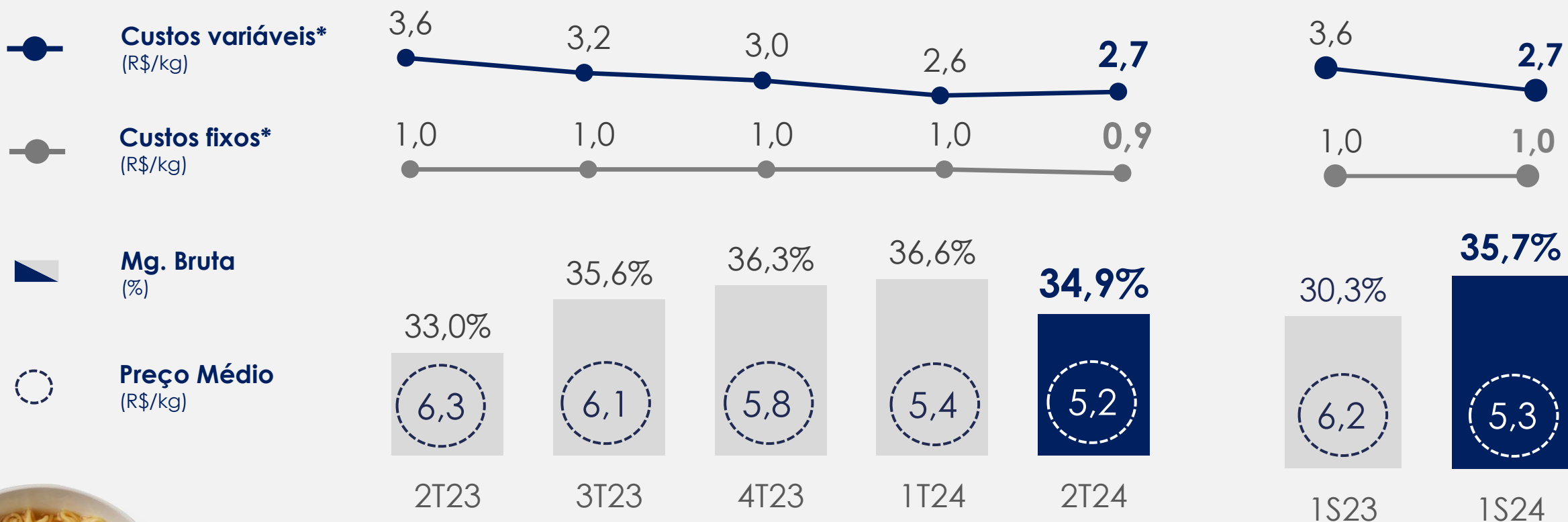
\*Fonte: Trigo - SAFRAS & Mercado; Óleo de palma - Rotterdam.

— 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.

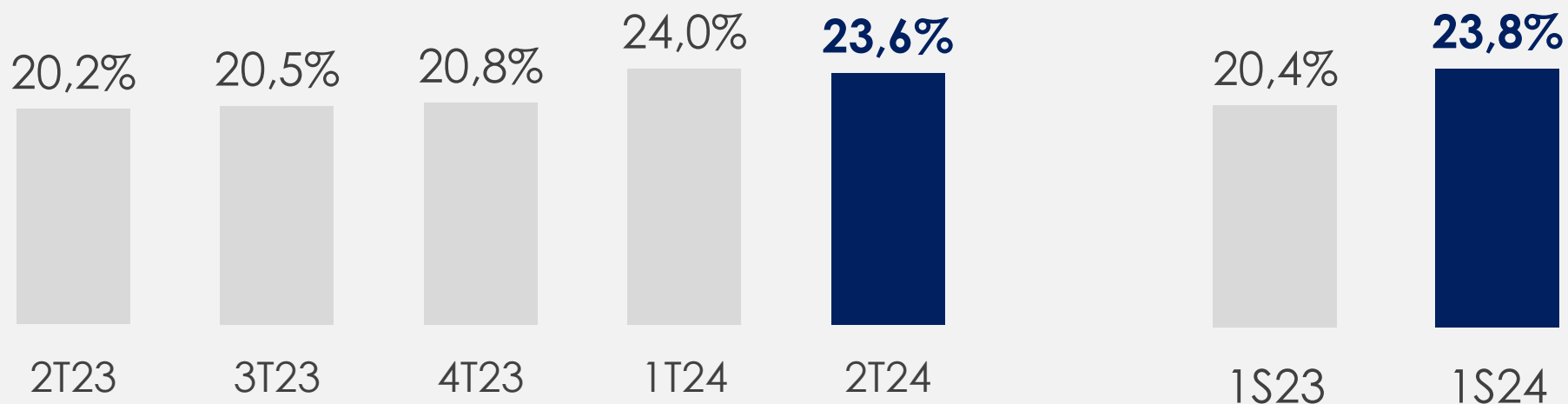


\*Sem incentivos.



# 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.



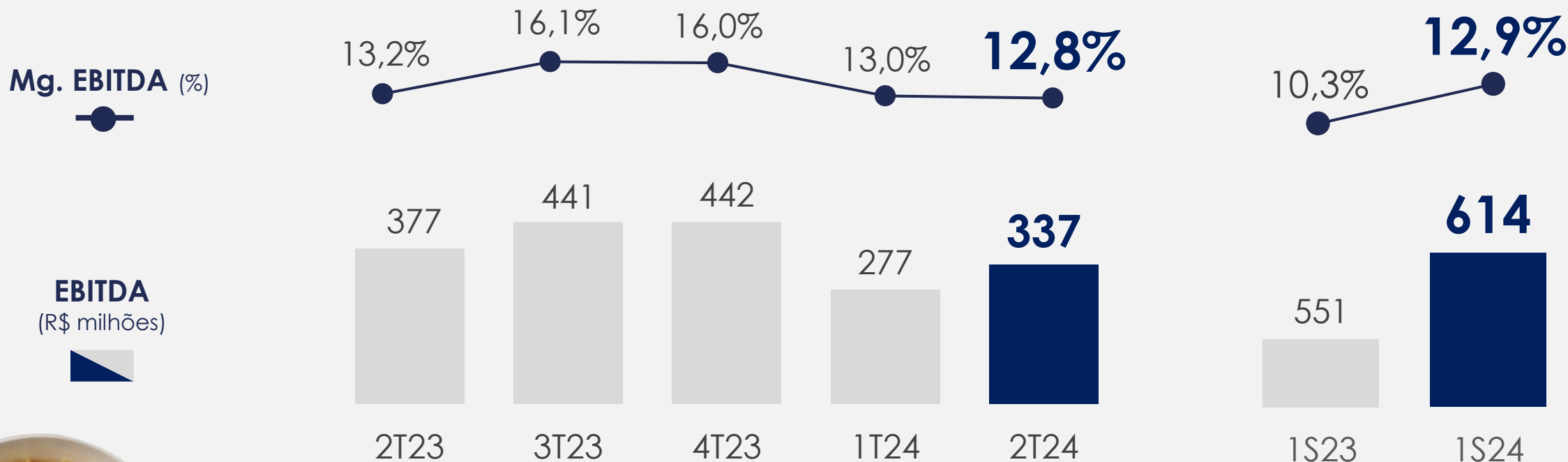
### Eficiência Operacional

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



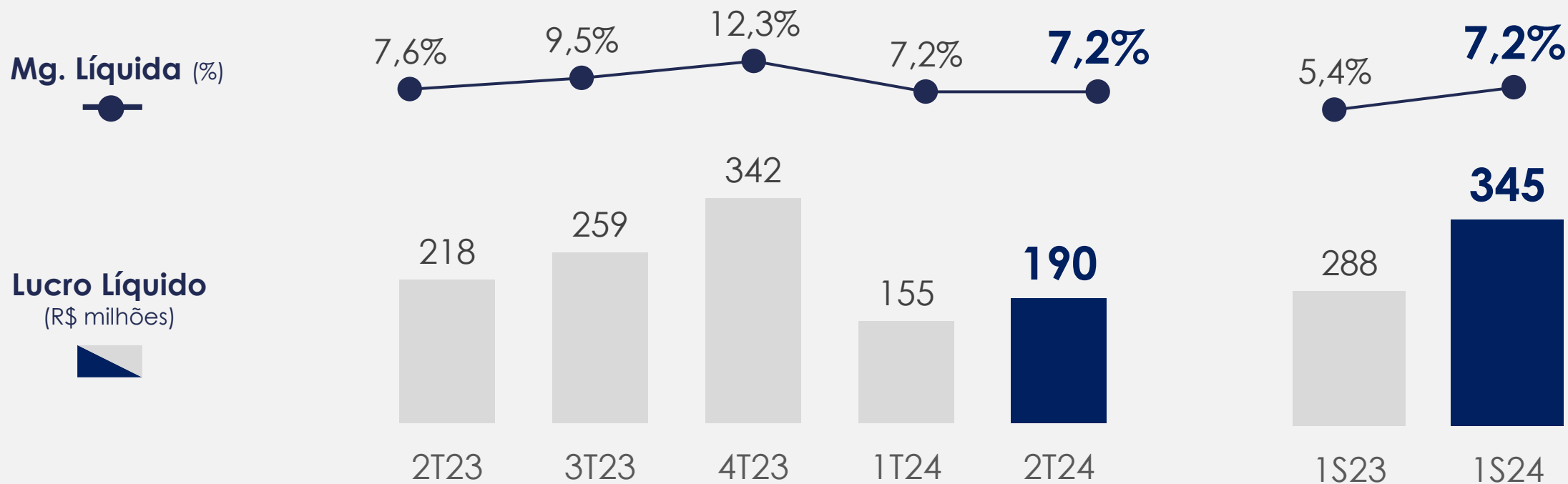


**EBITDA de R\$ 614 milhões no 1S24 (+11% vs. 1S23), com expansão de margem. No 2T24, EBITDA de 337 milhões, menor que o registrado no 2T23 em função, principalmente, da queda do preço médio.**





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.

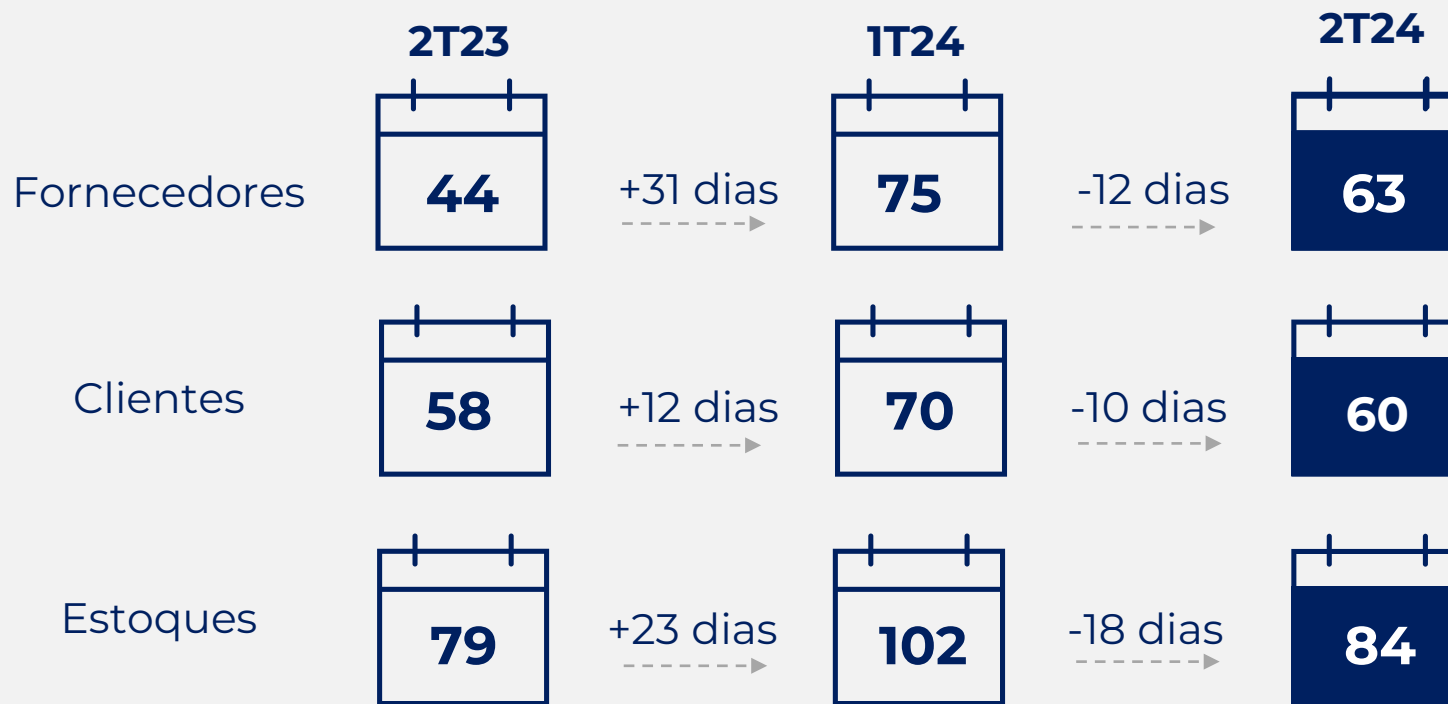
2T24 vs. 2T23			1S24 vs. 1S23	
<b>212</b>	<b>512</b>	Geração de Caixa Operacional*	<b>350</b>	<b>569</b>
<b>337</b>	<b>377</b>	EBITDA	<b>551</b>	<b>614</b>
<b>(128)</b>	<b>156</b>	Variação dos Ativos e Passivos	<b>(269)</b>	<b>110</b>
<b>3</b>	<b>(21)</b>	Outros	<b>68</b>	<b>(155)</b>

\* 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.

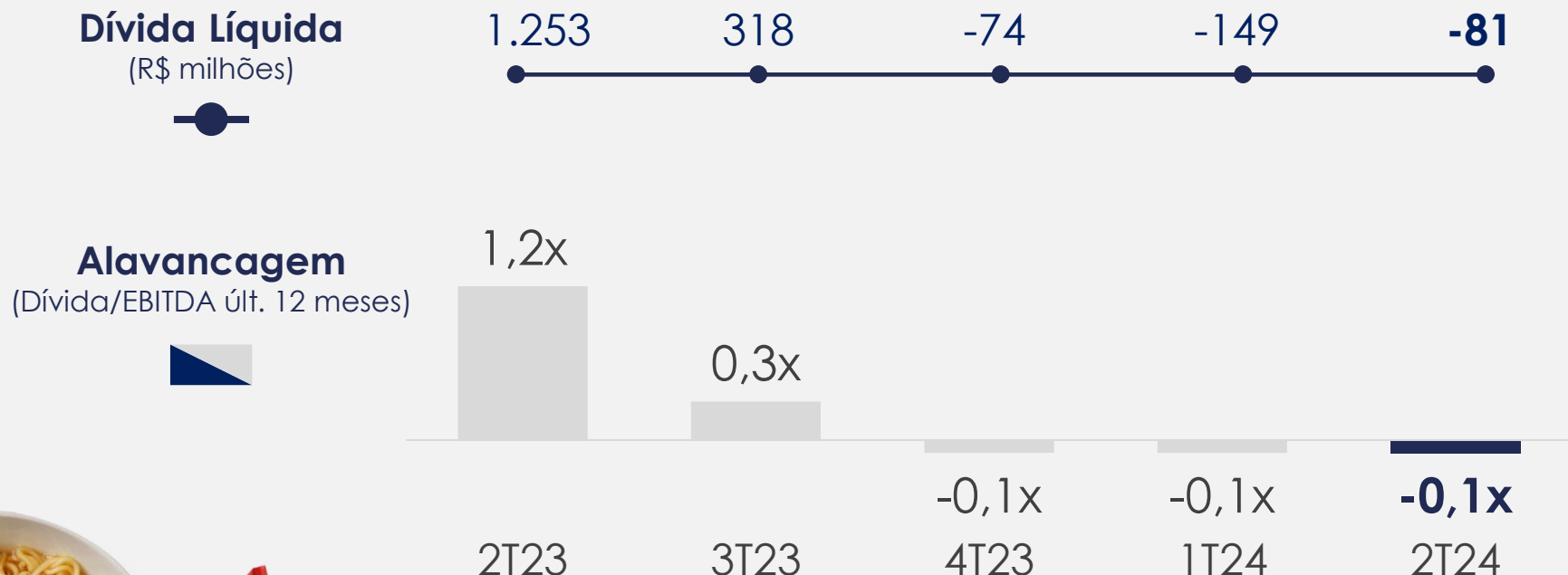
Prazo Médio em Dias





# 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)



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%**

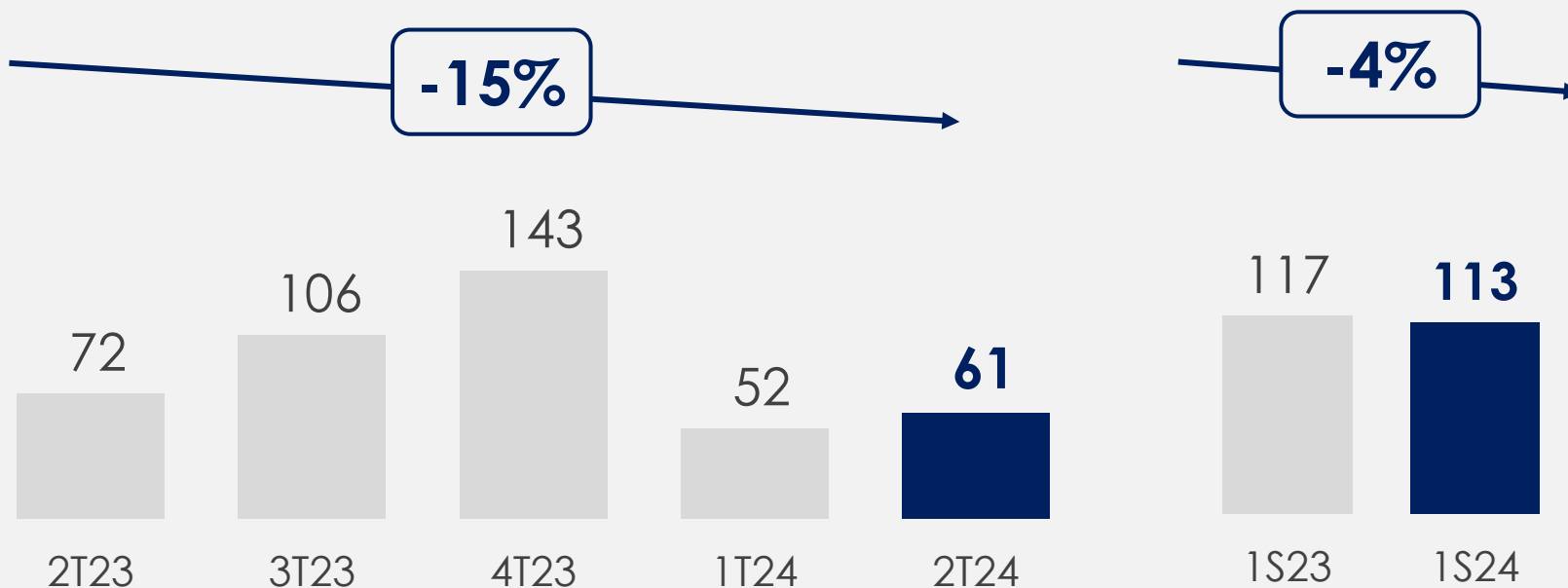
Vencimento  
**2027**  
em diante





# R\$ 61 milhões de investimentos no 2T24.

Investimentos Total  
(R\$ Milhões)



## DESTAQUE



Máquinas e equipamentos lámen 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.)	<b>-11,0%</b>	<b>-7,1%</b>
Reúso de água(%)	<b>+2,2p.p.</b>	<b>+1,4p.p.</b>
Resíduos enviados para aterros (%)	<b>-3,1p.p.</b>	<b>-3,3p.p.</b>
Perdas de insumos no processo produtivo (%)	<b>Não disponível</b>	
Desperdício de produtos acabados (%)	<b>+0,06p.p.</b>	<b>+0,04p.p.</b>



## ACREDITAR NAS PESSOAS

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



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



## FORTALECER ALIANÇAS

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

## 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](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**

Analista de Relações com Investidores

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

### **Lucas Laport**

Estagiário de Relações com Investidores

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



M. Dias Branco

# Q&A

**Novo Lámen.**

**ZERO FRITURA. MUITO SABOR.**





M. Dias Branco

# Results Presentation 2Q24 | 1H24

**MDIA3**

August 12<sup>th</sup>, 2024

**Novo Lámen.**

**ZERO FRITURA. MUITO SABOR.**

 [youtube.com/rimdias](https://youtube.com/rimdias)

 [ri.mdiasbranco.com.br](https://ri.mdiasbranco.com.br)

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



The statements contained in this document related to the management's perspectives on M. Dias Branco's business are merely trends and, as such, are based exclusively on the management's perspectives on the continuity of past and present actions, and on facts that have already occurred. These trends do not constitute projections or estimates and can be substantially altered by changes in market conditions and in the performance of the Brazilian economy, the sector and international markets.





**Net Revenue**  
(R\$ Billion)

2Q24

**2.6**

-7.7% vs. 2Q23  
+22.9% vs. 1Q24

1H24

**4.8**

-10.6% vs. 1H23



**Volume**  
(Thousand ton.)

**507**

+11.6% vs. 2Q23  
+27.7% vs. 1Q24

**904**

+5.5% vs. 1H23



**EBITDA**  
(R\$ Million)

**337**

-10.6% vs. 2Q23  
+21.5% vs. 1Q24

**614**

+11.6% vs. 1H23



**Net Income**  
(R\$ Million)

**190**

-12.8% vs. 2Q23  
+22.6% vs. 1Q24

**345**

+19.8% vs. 1H23



**Cash Flow**  
(R\$ Million)

**212**

-58.7% | 2Q23  
+53.3% | 1Q24

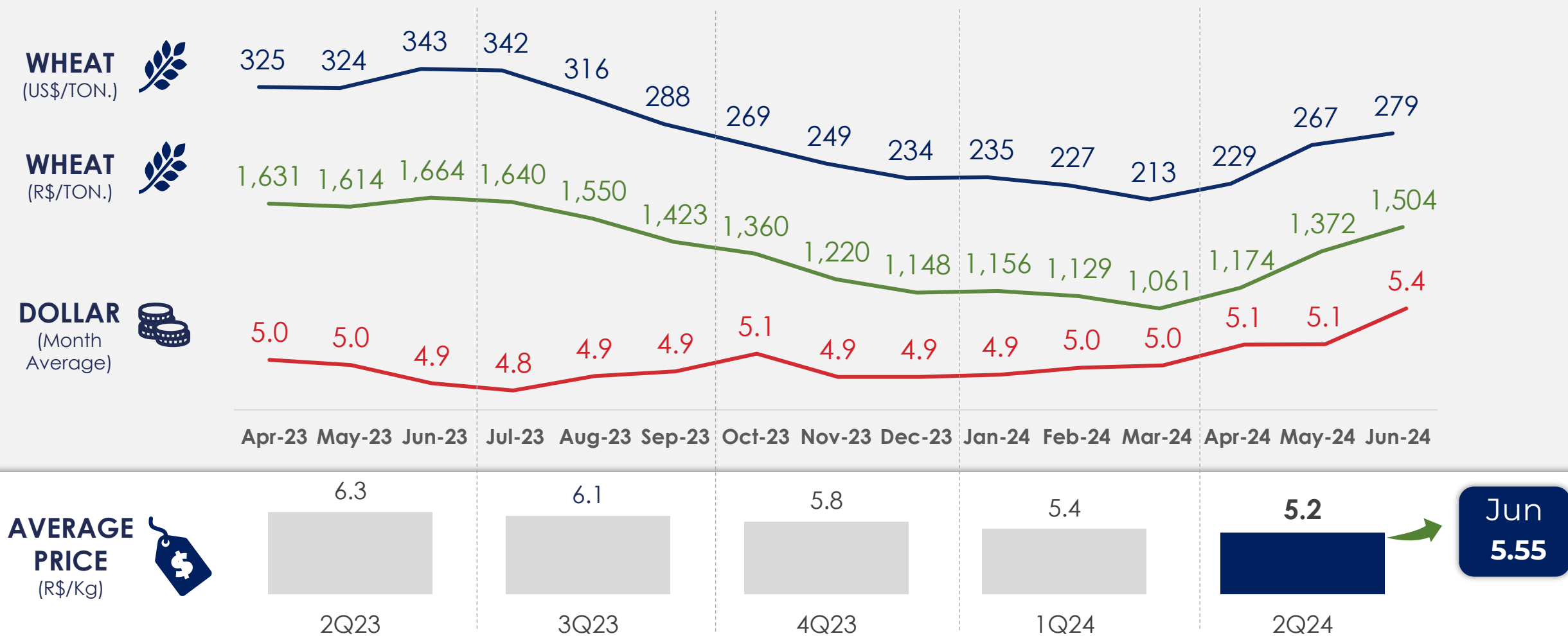
**350**

-38.5% | 1H23



## CONTEXT 2Q24

After a prolonged period of falling wheat prices, which led to a reduction in the prices of our items, especially those with lower added value, we observed a reversal in the trend of wheat prices (in USD) starting in March 2024, simultaneously with the devaluation of the Real. Given this scenario, our price adjustments began to be reflected in the result as of June 2024.



# REVENUE & MARKET SHARE

*M. Dias Branco*



# The Cookies & Crackers and Pasta markets increased in units sold and the Pasta market recorded a strong increase in volume.

(sell-out | retail sales to consumers)

## Cookies & Crackers Market



	2Q24 vs. 2Q23	2Q24v s. 1Q24
Value Sold	<b>-1%</b>	<b>+7%</b>
Volume Sold	<b>0%</b>	<b>+7%</b>
Units Sold	<b>+3%</b>	<b>+9%</b>
Average Price (R\$/Kg)	<b>-1%</b>	<b>-1%</b>

## Pasta Market



	2Q24 vs. 2Q23	2Q24v s. 1Q24
Value Sold	<b>+3%</b>	<b>+6%</b>
Volume Sold	<b>+8%</b>	<b>+9%</b>
Units Sold	<b>+11%</b>	<b>+10%</b>
Average Price (R\$/Kg)	<b>-4%</b>	<b>-3%</b>

Source: Nielsen – Retail Index. Total Brazil. INA+C&C.

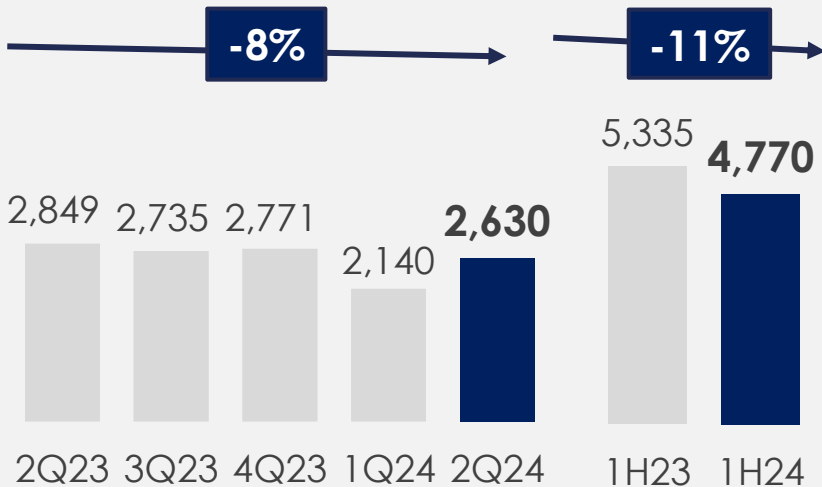




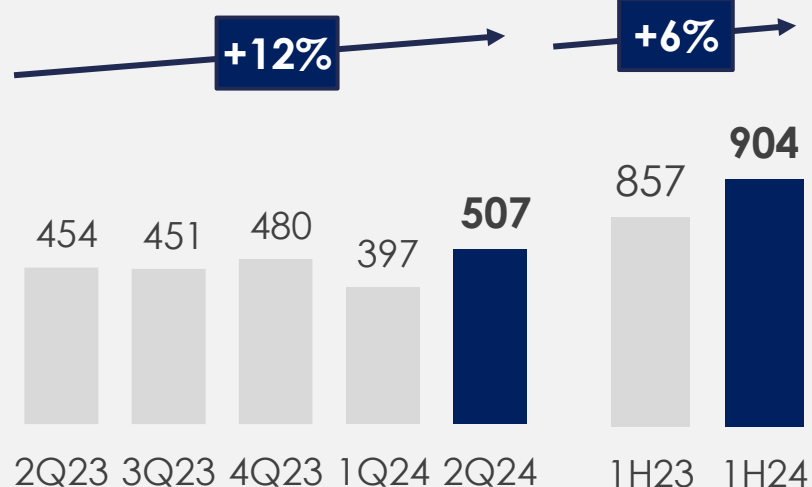
In 2Q24, Net Revenue of M. Dias Branco foi de R\$2.6 billion (-7.7% over 2Q23), with double-digit growth in volumes and a decline in the average price.



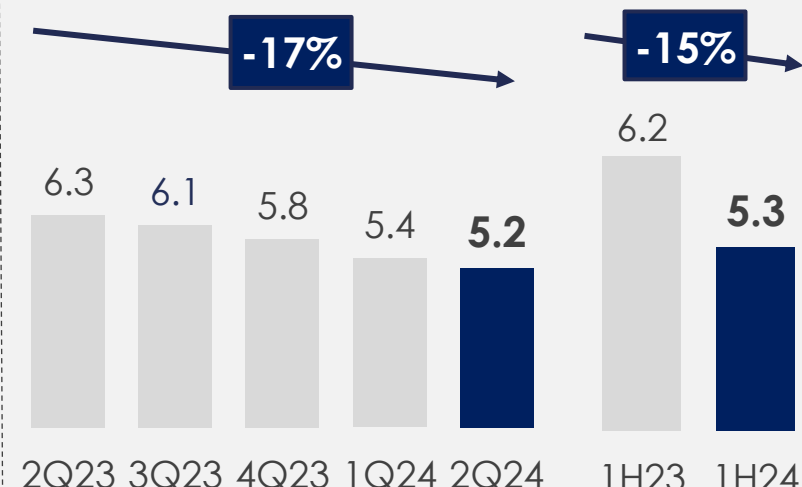
### Net Revenue (R\$ million)



### Sales Volume (Thousand Ton.)

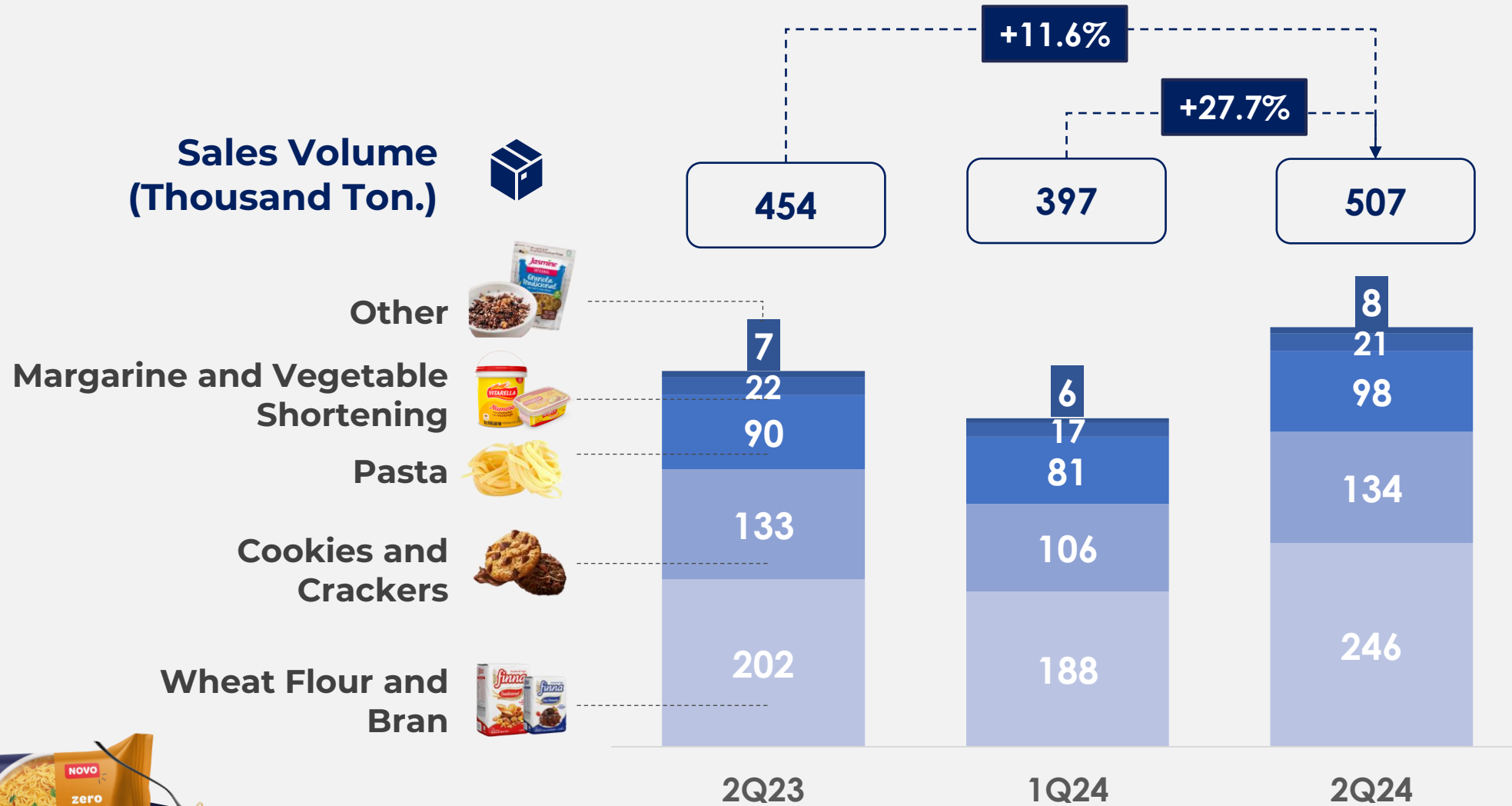


### Average Price (R\$/Kg)





# Growth in sales volumes, with highlight to pasta and flour and bran, mainly in the Attack Region (South, Southeast and Midwest).

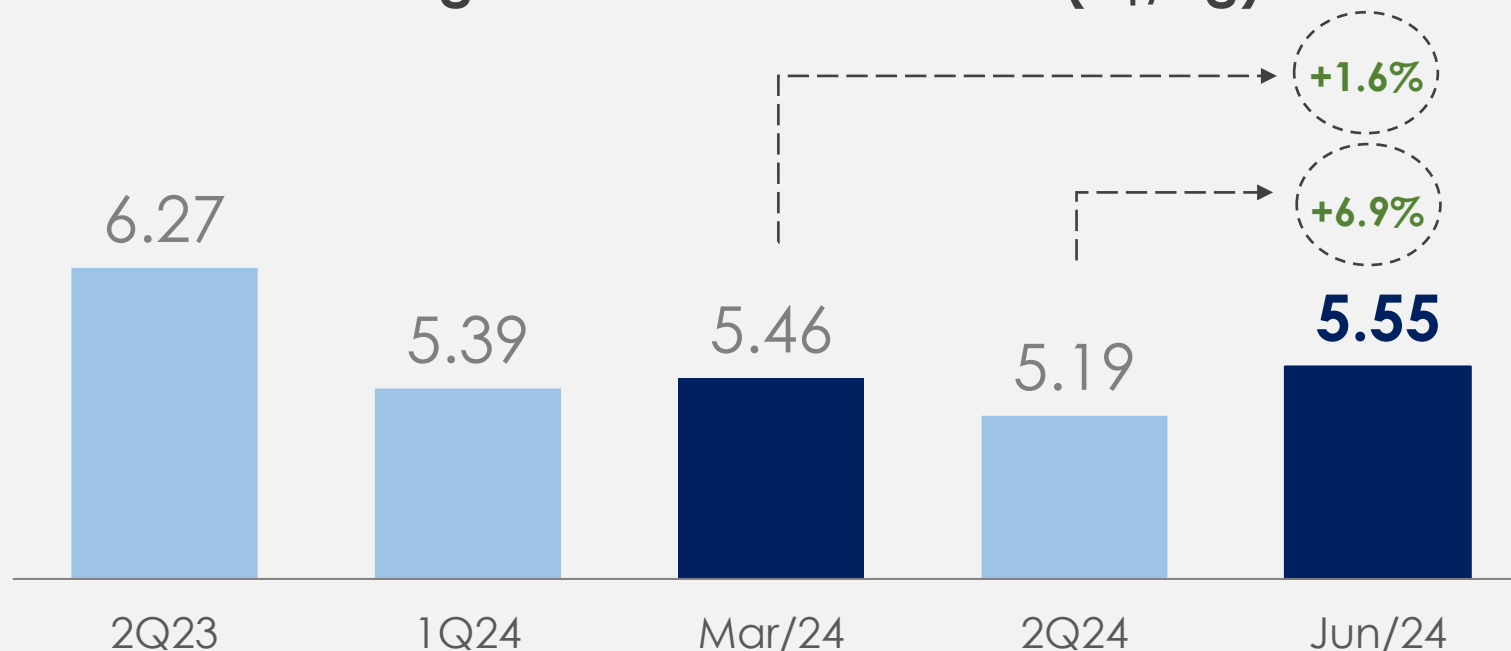






The price adjustments made in 2Q24 due to the increase in costs were reflected in our results as of June/24. For this reason, the average price in 2Q24 was lower than 1Q24. Additionally, approximately ¼ of the reduction in the average price between 2Q24 versus 2Q23 and 2Q24 versus 1Q24 was due to the higher share of wheat flour and bran in total sales.

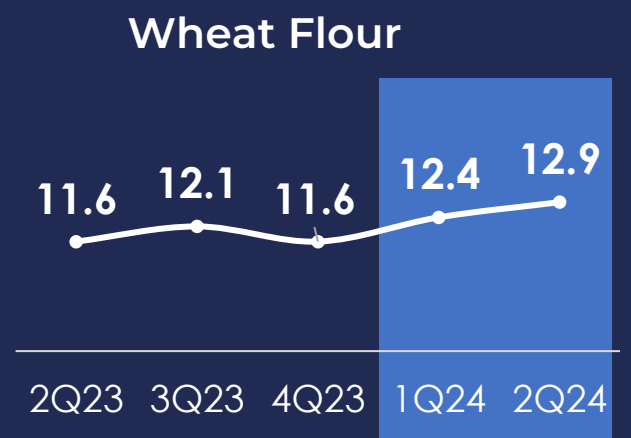
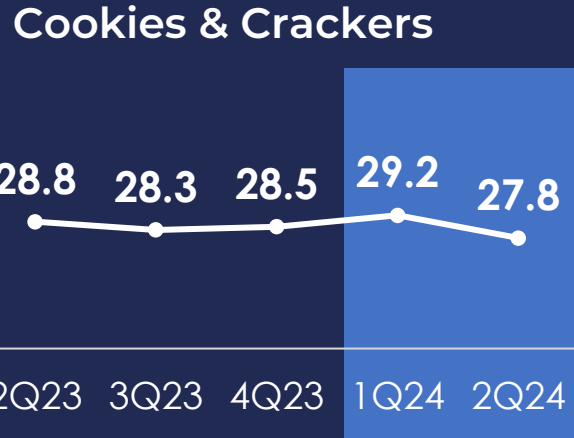
Average Price M. Dias Branco (R\$/Kg)



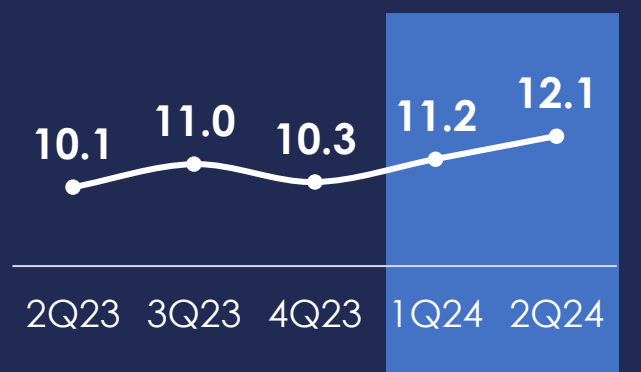
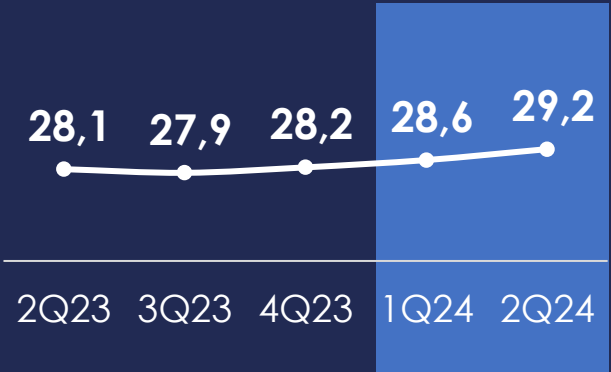
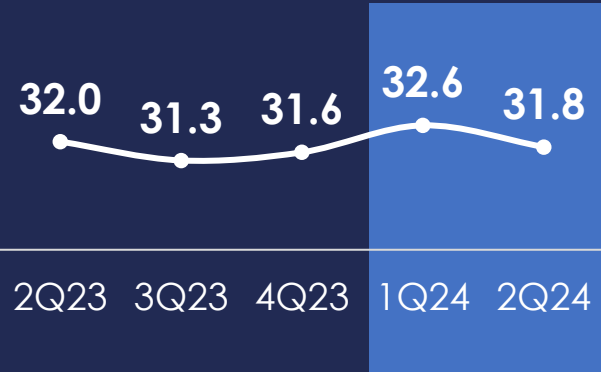


# Gain in market share value and volume in the Pasta and Wheat Flour categories. Slight drop in Cookies & Crackers, due to the timing of the adjustments, but within the 32% level.

Market share % Value Brazil

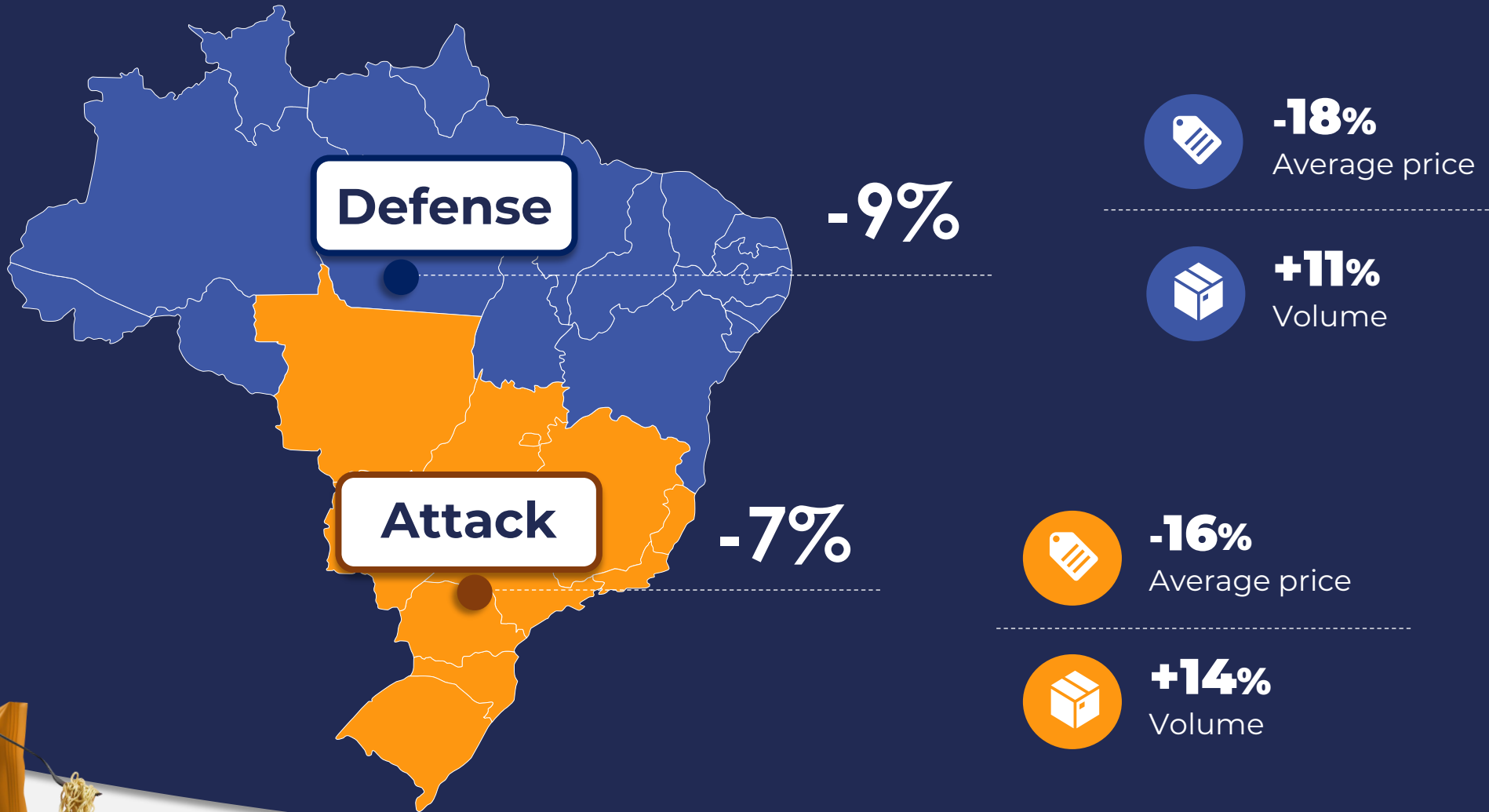


Market share % Volume Brazil



Source: Nielsen – Retail Index. Total Brazil. INA+C&C.

In 2Q24, revenue decreased over 2Q23 in the Attack and Defense regions, mainly due to the drop in the average price.



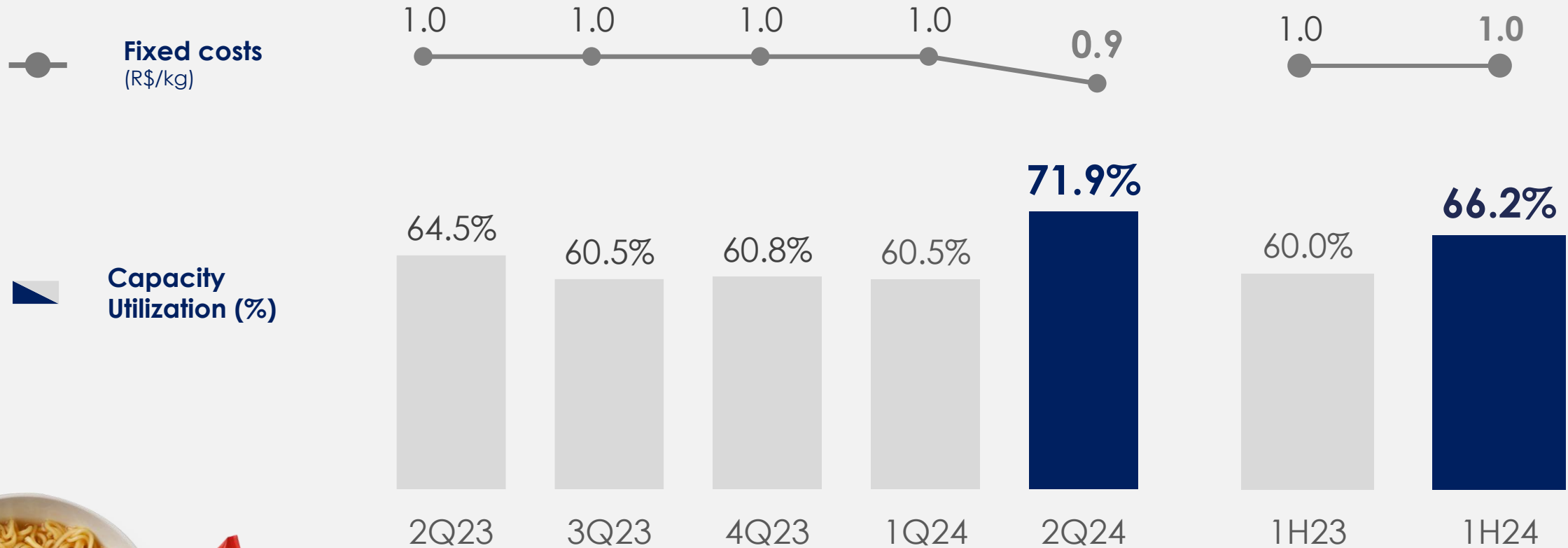
# COSTS & EXPENSES

*M. Dias Branco*





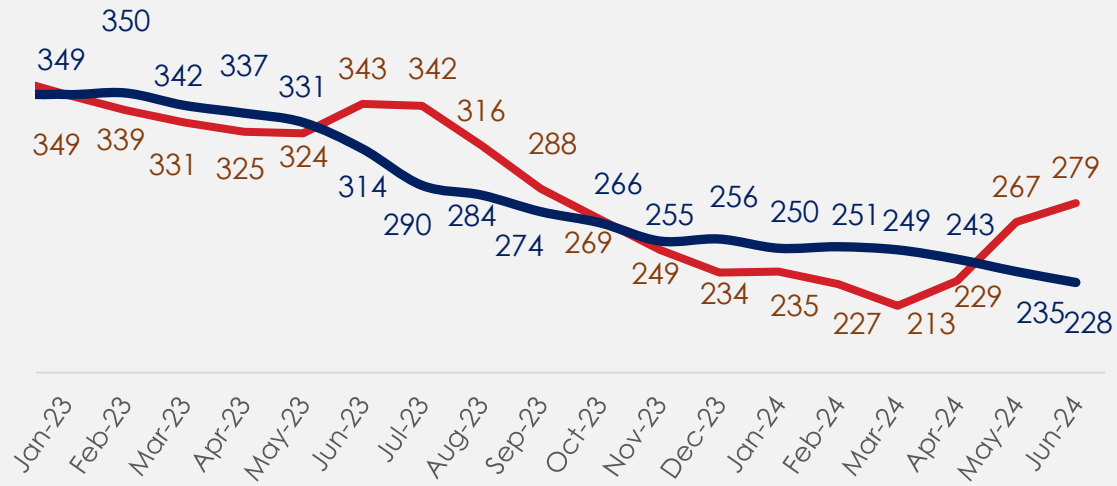
# Increase in the production capacity utilization rate, reaching 71.9% in 2Q24, +7.4 p.p. over 2Q23 and +11.4 p.p. over 1Q24.



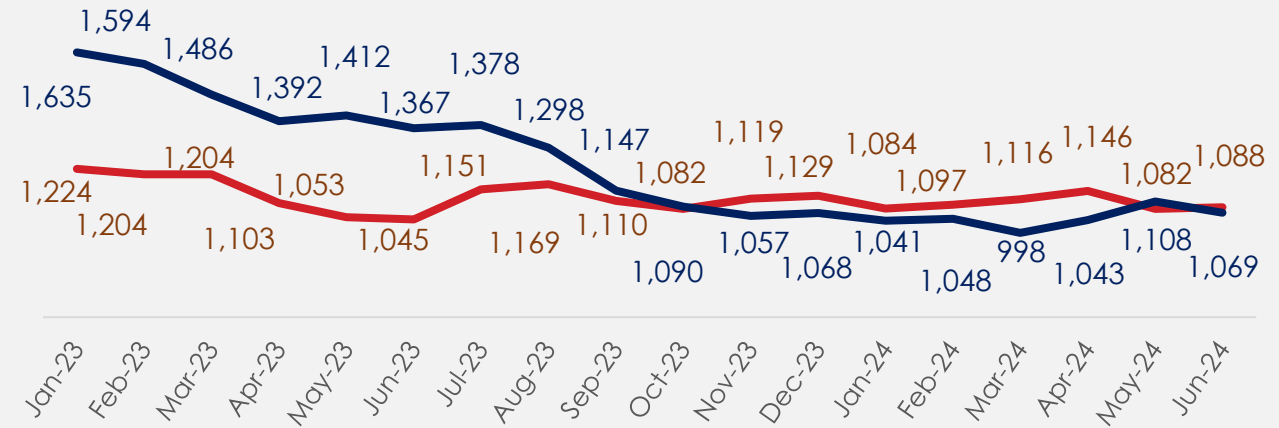


**Wheat:** In 2Q24, M. Dias Branco prices falling due to our hedge, while market prices increased throughout the quarter, mainly due to the drought in Russia. **Palm oil:** prices flat throughout the year.

**WHEAT**  
(US\$/TON.)



**PALM OIL**  
(US\$/TON.)



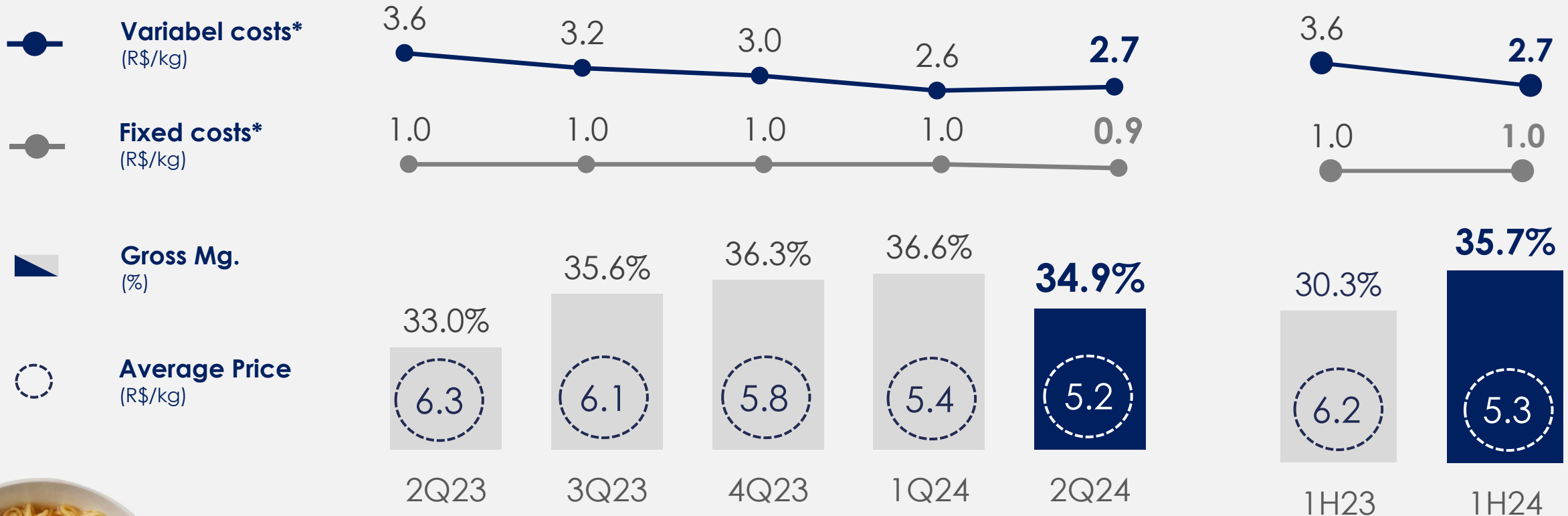
\*Source: Wheat - SAFRAS & Mercado; Palm Oil - Rotterdam.

— Market\* — M. Dias Branco





In 1H24, gross margin 5.4p.p. higher versus 1H23; lower variable costs and inflation effects in fixed costs offset the lower average price. In 2Q24 vs. 2Q23, higher gross margin due to lower variable and fixed costs. Compared to 1Q24, lower gross margin due to higher variable costs (currency devaluation) and favorable impact of the price adjustments on results as of June/24.



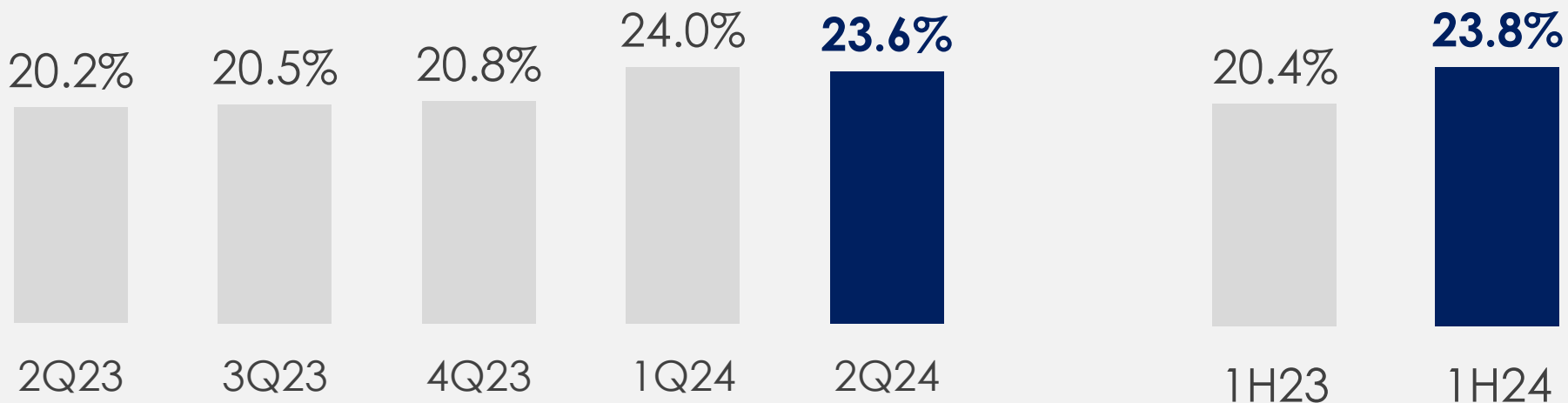
\*\*Without incentives.





Increase in expenses as a percentage of net revenue, mainly due to the lower average price.

### Selling and Administrative Expenses (SG&A) (% of Net Revenue)





Given the current price context, we have organized some initiatives to readjust our expense structure, to be executed and captured throughout 2H24, such as:



### Structure

- Halting recruitment;
- Reduction of overtime.



### Discretionary Expenses

- Reduction of current services;
- Project replanning.



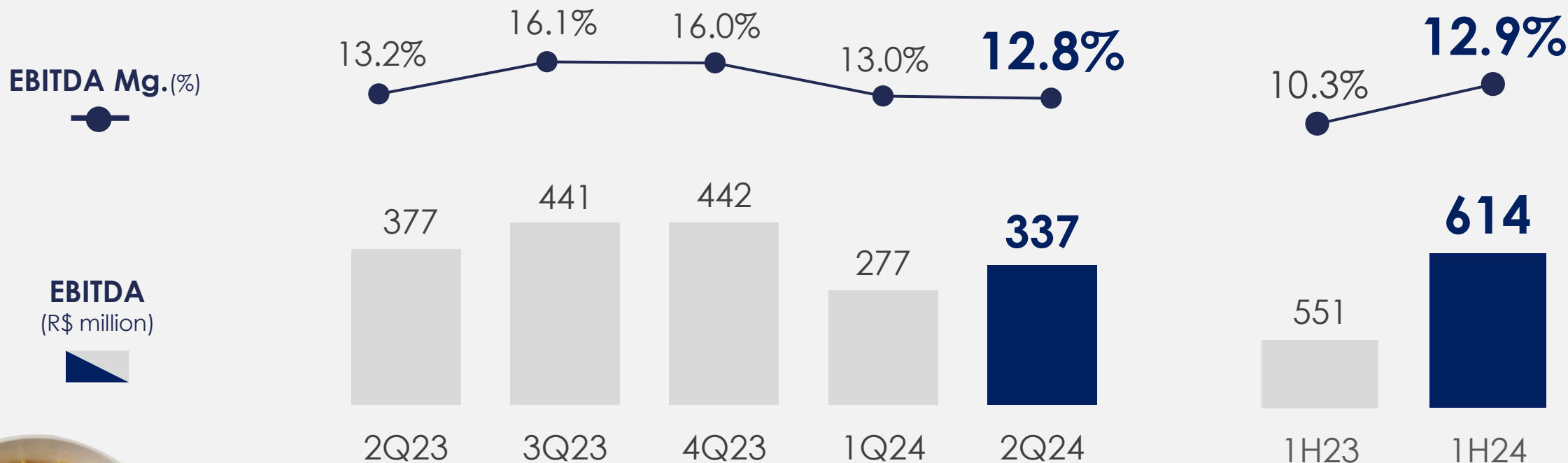
### Operational Efficiency

- High Performance Engines;
- System license profile suitability;
- Renegotiation and availability of data processing and storage services.



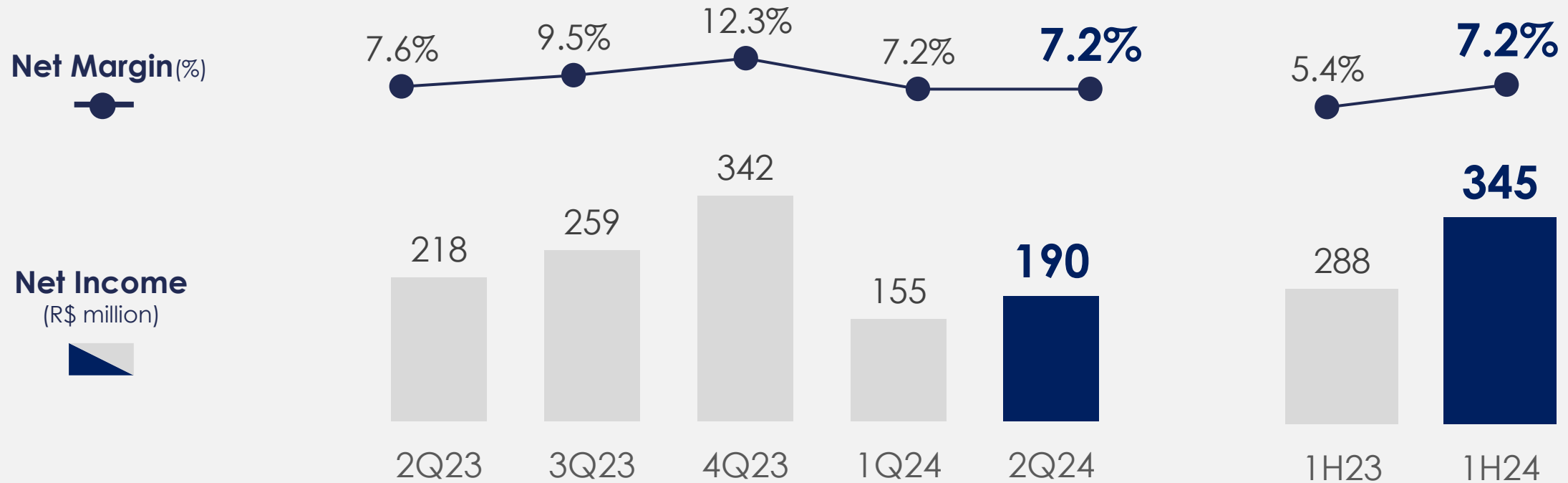


**EBITDA of R\$614 million in 1H24 (+11% versus 1H23), with margin expansion. In 2Q24, EBITDA of R\$337 million, lower than 2Q23, mainly due to the drop in the average price.**





**Net Income of R\$345 million in 1H24 (+19.8% versus 1H23), with net margin expansion. In 2Q24, Net Income of R\$190 million, lower than 2Q23, mainly due to the drop in the average price.**



# CASH FLOW, DEBT AND INVESTMENTS

*M. Dias Branco*





**R\$212 million in operating cash generation in 2Q24, with working capital consumption of R\$128 million.**

2Q24 vs. 2Q23			1H24 vs. 1H23	
<b>212</b>	<b>512</b>	Cash Flow from Operating Activities*	<b>350</b>	<b>569</b>
<b>337</b>	<b>377</b>	EBITDA	<b>551</b>	<b>614</b>
<b>(128)</b>	<b>156</b>	Assets and Liabilities Variation	<b>(269)</b>	<b>110</b>
<b>3</b>	<b>(21)</b>	Others	<b>68</b>	<b>(155)</b>

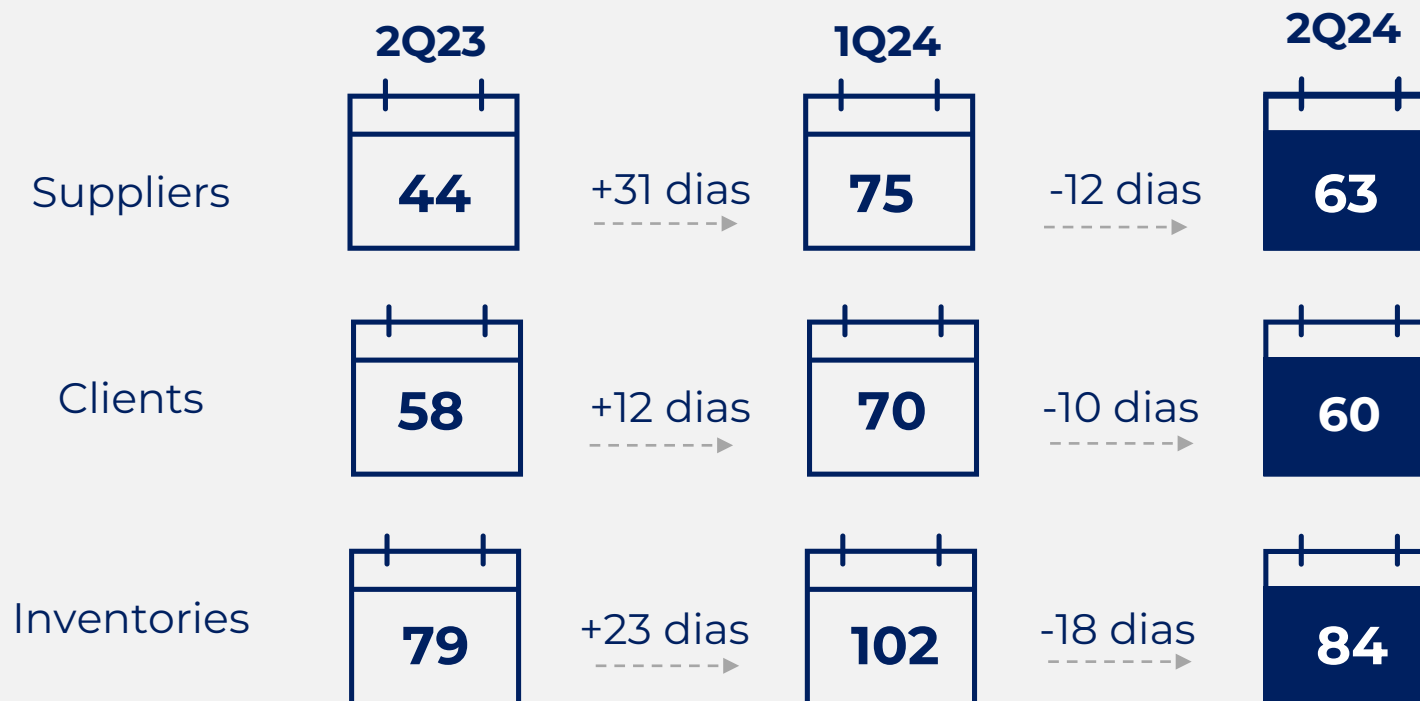
\* Net Cash provided by operating activities





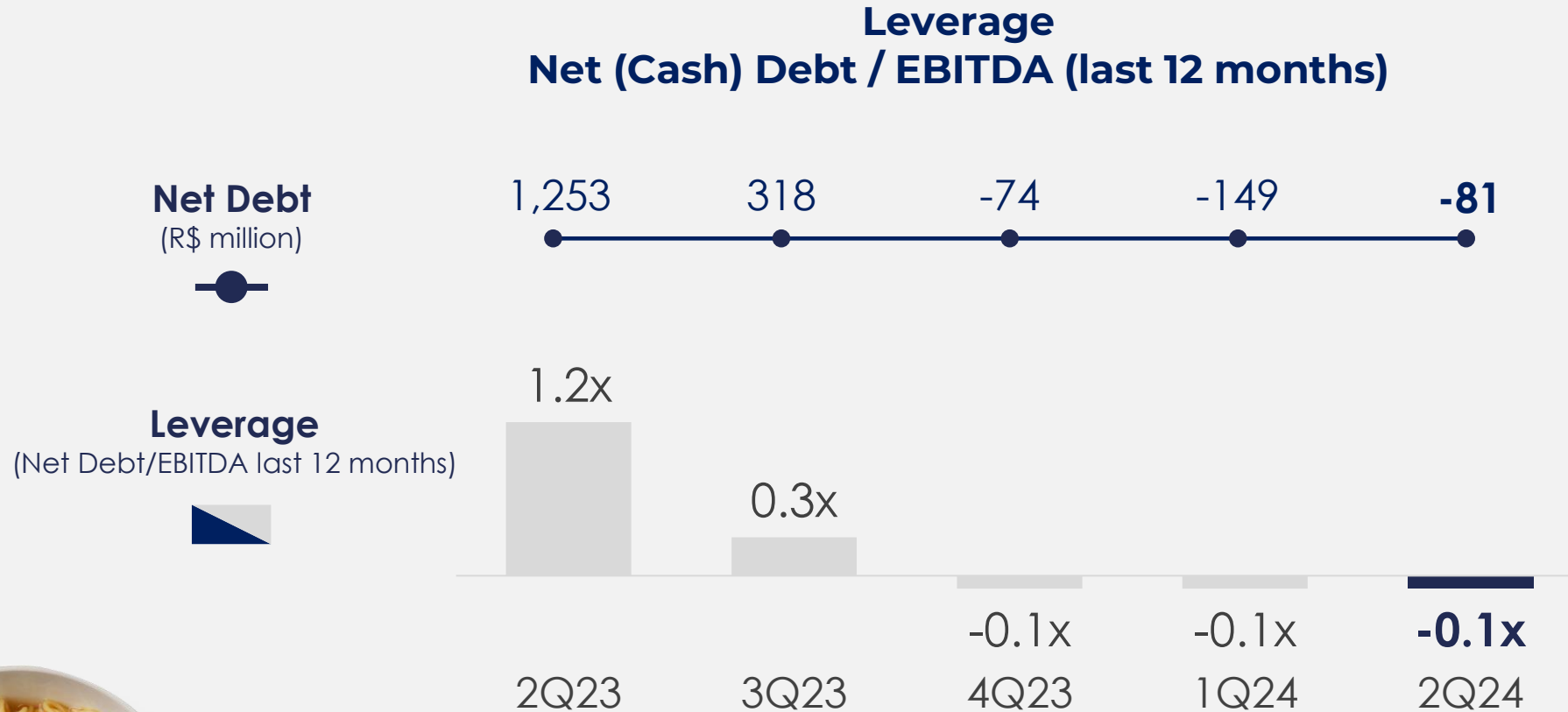
Compared to 1Q24, improvement in clients and inventories terms given the SAP stabilization process (implemented in 1Q24). Compared to 2Q23, increase in supplier terms, in line with our strategic plan, and stability in other lines.

Average term in days





# Net Cash position for the third consecutive quarter. We ended the quarter with R\$2.5 billion in cash!!!



NATIONAL RATING  
FITC RATINGS

**AAA**

Stable Outlook  
Rating Reaffirmed

6<sup>th</sup> CONSECUTIVE  
YEAR





# 70.7% of the debt is in the long-term!!!

R\$ 2,557

R\$ MM

**Total  
Debt**

R\$ 752

R\$ MM

**29%**  
Due date  
**Short term**

**R\$ 561**

R\$ MM

**22%**

Due date  
**2025**

**R\$ 20**

R\$ MM

**1%**

Due date  
**2026**

**R\$ 1,224**

R\$ MM

**48%**

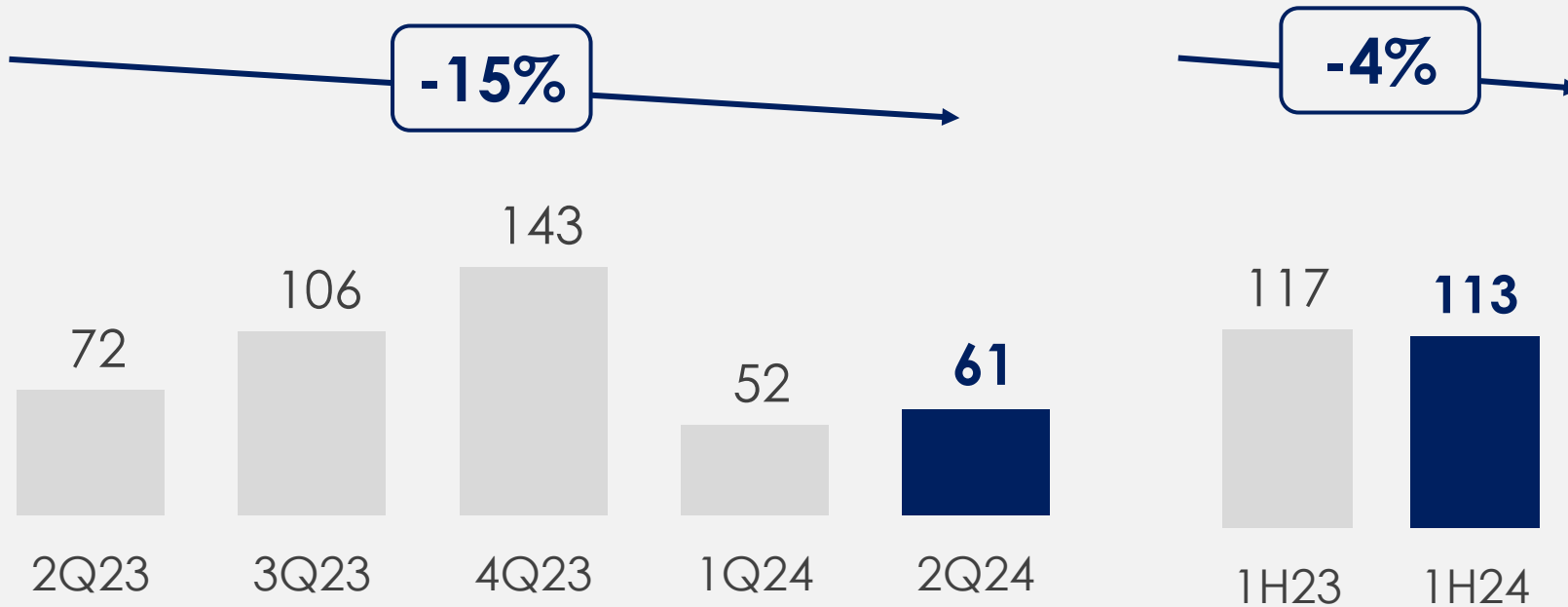
Due date  
**2027  
onwards**





# R\$ 61 million in investments in 2Q24

**Total Investments**  
(R\$ Million)



## HIGHLIGHT



**Machinery and equipment**  
**Non-fried ramen**



# Profitable Growth Strategy

CURRENT BUSINESS

1

DEFENSE



ATTACK

OTHER CATEGORIES

2



INTERNATIONAL

3



EFFICIENCY AND PRODUCTIVITY PROGRAM



# Drivers and enablers for 2024 growth

## DRIVERS

Cross-selling



Innovation



Exclusive brands in Cash & Carry

## ENABLERS

Marketing



Commercial Excellence



JBP (Joint Business Plan)



Revenue Management



Service Level

OTIF

CFR

Digital Transformation



# ESG

M. Dias Branco



PESO LÍQUIDO / NETO 75 g  
CONTIENE 70 g DE MACARRÃO E 5 g DE TEMPERO  
CONTIENE 70 g DE PASTA Y 5 g DE CONDIMENTO  
MACARRÃO INSTANTÁNEO COM TEMPERO SABOR CARNE  
PASTA INSTANTÁNEA CON CONDIMENTO SABOR CARNE

\*No fogão, após a fervura do água. \*\*Culinária, después de la ebullición del agua. \*\*\*Menos sódio, quando comparado com o mesmo produto de mesma marca e variedade. Contém a mesma quantidade de sódio do produto natural. / Contiene el mismo contenido de sodio que el natural.

Imagem Ilustrativa | Imagen Ilustrativa

# Main Indicators – 2Q24 vs. 2Q23 | 1H24 vs. 1H23




## CARING FOR THE PLANET

	2Q24 vs. 2Q23	1H24 vs. 1H23
Water consumption (m <sup>3</sup> /Ton.)	<b>-11.0%</b>	<b>-7.1%</b>
Reclaim of water (%)	<b>+2.2p.p.</b>	<b>+1.4p.p.</b>
Waste send to landfills (%)	<b>-3.1p.p.</b>	<b>-3.3p.p.</b>
Input losses in the production process(%)	<b>Not available</b>	
Finished product waste (%)	<b>+0.06p.p.</b>	<b>+0.04p.p.</b>



## BELIEVING IN PEOPLE

	2Q24 vs. 2Q23	1H24 vs. 1H23
Women in leadership* (%)	<b>+1.1p.p.</b>	<b>+1.1p.p.</b>
Frequency of occupational accidents (rate)	<b>-23.3%</b>	<b>-22.4%</b>
Occupational accident severity (rate)	<b>-5.7%</b>	<b>-20.8%</b>

 \* **24.1% in 2Q24 | 1H24**  
(**23.0% in 2Q23 | 1H23**)



## STRENGTHENING ALLIANCES

	2Q24 vs. 2Q23	1H24 vs. 1H23
Purchases from local suppliers (%)	<b>-3.5p.p.</b>	<b>-1.9p.p.</b>





**M. Dias Branco ranks as one of the 50 Most Honored Companies in the Institutional Investor 2024 survey.** We would like to thank each market analyst and investor who challenges us to increasingly improve our corporate governance, transparency and communication with the market.

## MIDCAP

Latin America Executive Team: Food & Beverages



**Best CEO**

Ivens Dias Branco Jr.



**Best CFO**

Gustavo Theodozio



**Best IR Professional**

Fabio Cefaly



**Best IR Team**



**Best Company Board**



**Best IR Program**



**Best Analyst Days**



**Best ESG Program**

## OVERALL

Latin America Executive Team: Food & Beverages



**Best CEO**

Ivens Dias Branco Jr.



**Best CFO**

Gustavo Theodozio



**Best IR Professional**

Fabio Cefaly



**Best IR Team**



**Best Company Board**



**Best IR Program**



**Best Analyst Days**



**Best ESG Program**



# Thanks!



[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-President of Investments and Controllershship

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

### **Fabio Cefaly**

New Business and Investor Relations Officer

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

### **Rodrigo Ishiwa**

Investor Relations Manager

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

### **Everlene Pessoa**

Investor Relations Analyst

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

### **Lucas Laport**

Investor Relations Intern

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



M. Dias Branco

# Q&A

**Novo Lámen.**

**ZERO FRITURA. MUITO SABOR.**