



Resultados

1T25

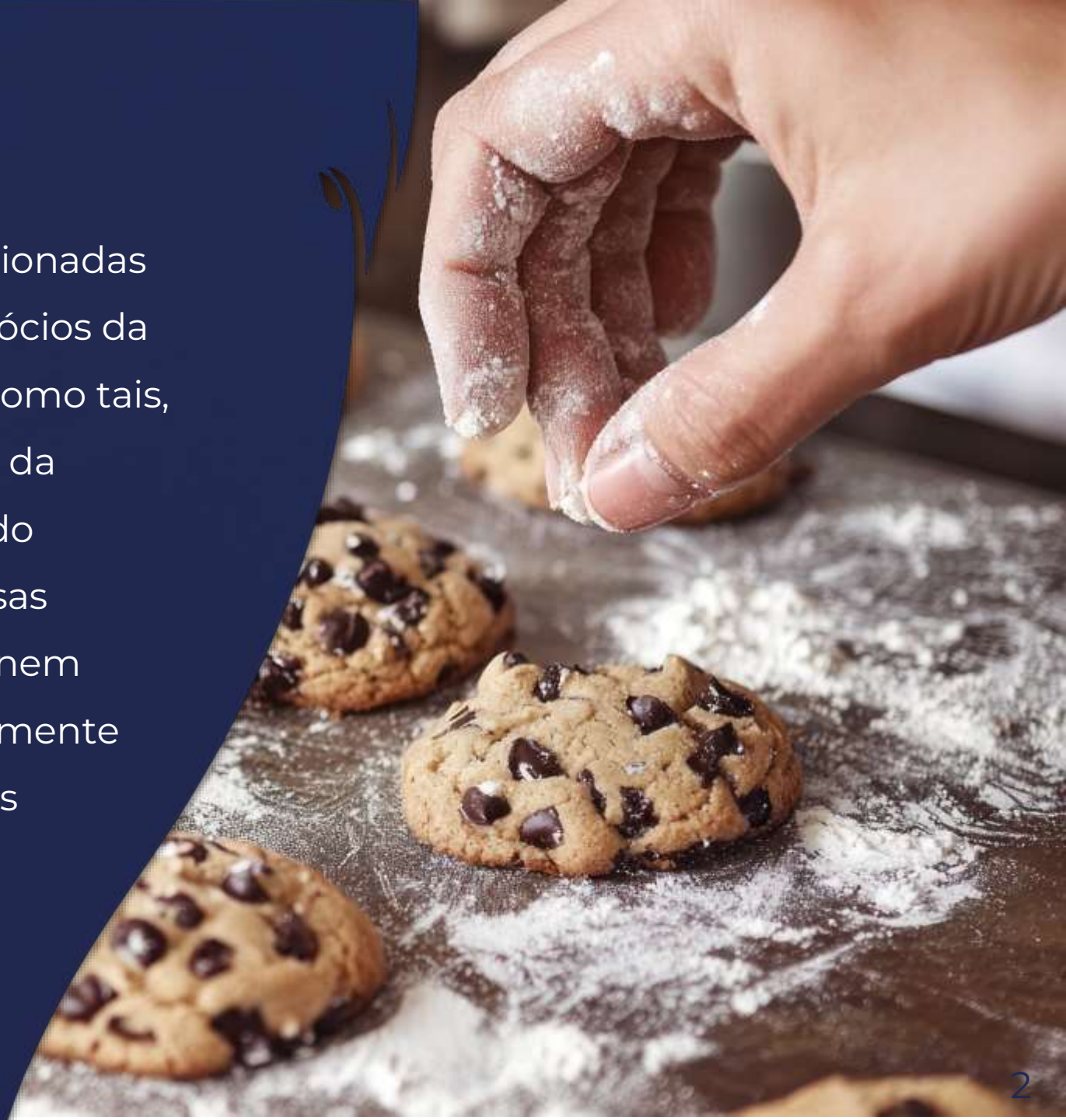
MDIA3

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



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



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

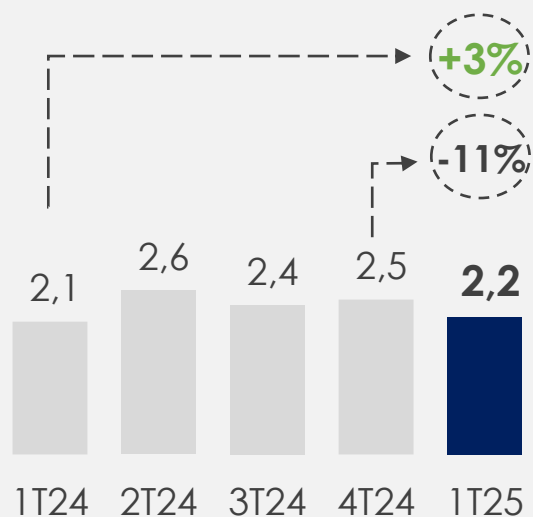
Fonte: Nielsen – Retail Index. Total Brasil. INA+C&C.



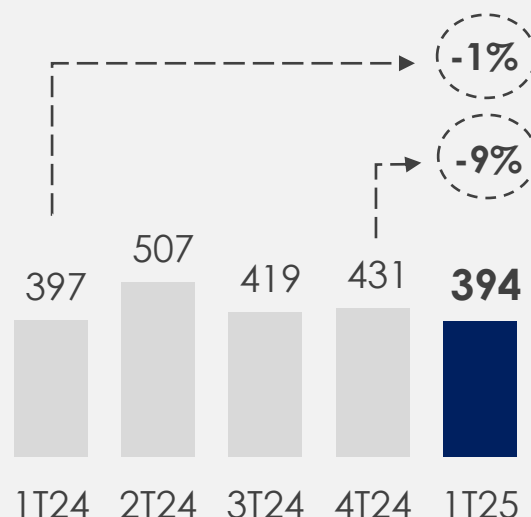
Receita líquida 3,2% maior que a registrada no 1T24, com aumento do preço médio.



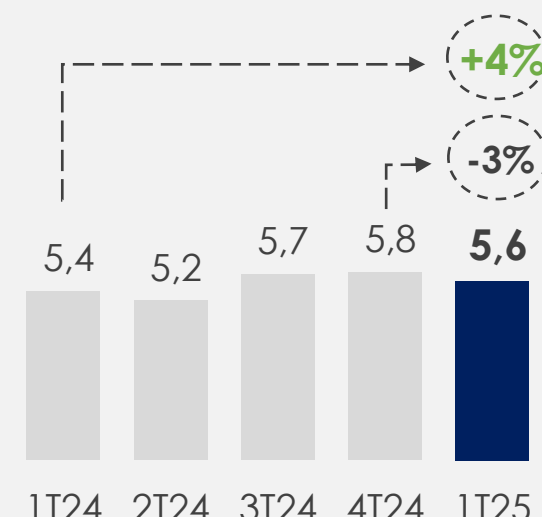
Receita Líquida (R\$ bilhões)



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;

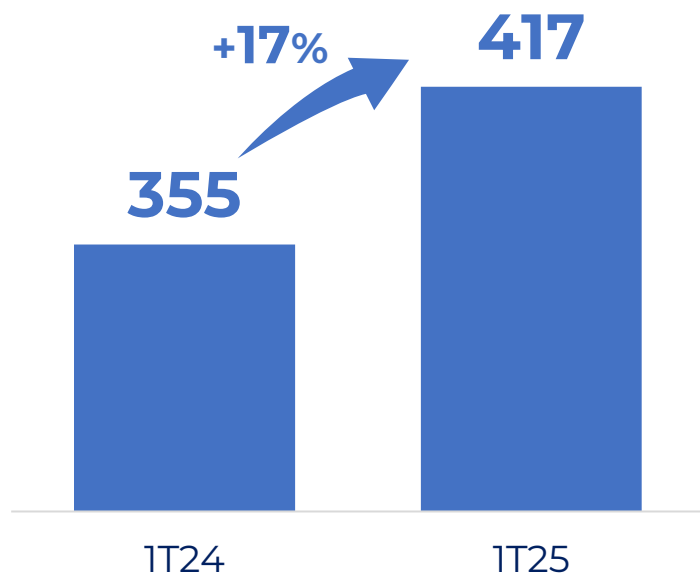
***Bolos, snacks, misturas para bolos, torradas, saudáveis, molhos e temperos.



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

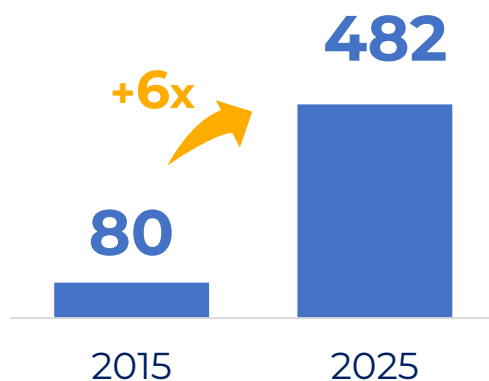


Snacks & Saudáveis

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

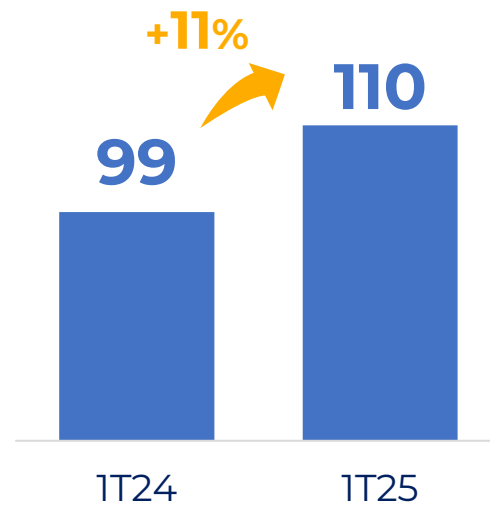
Crescimento acelerado nos últimos anos, alavancado por inovações e aquisições

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)

4,9 5,0 5,0 5,1 5,1 5,4 5,5 5,6 5,5 5,6 5,8 6,1 6,0 5,8 5,7

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

235 227 213 229 267 279 266 263 260 256 226 223 225 236 242

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

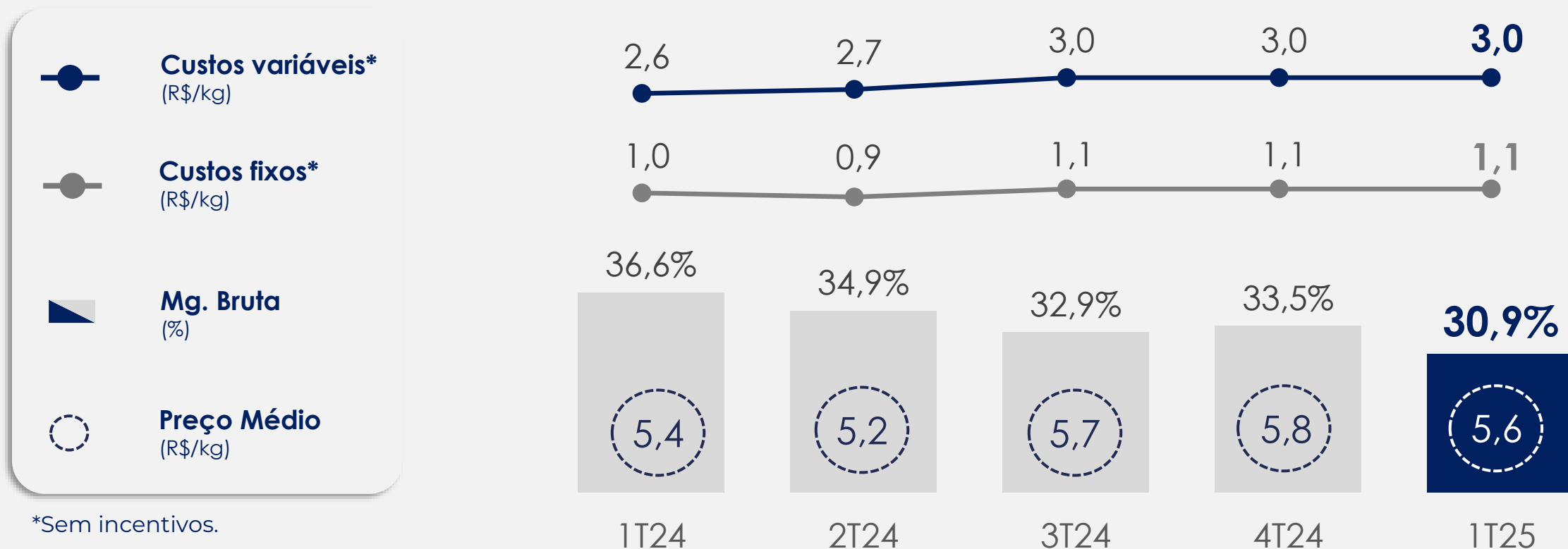
1.084 1.097 1.116 1.146 1.082 1.088 1.097 1.143 1.255 1.353 1.506 1.497 1.355 1.378 1.362

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

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.



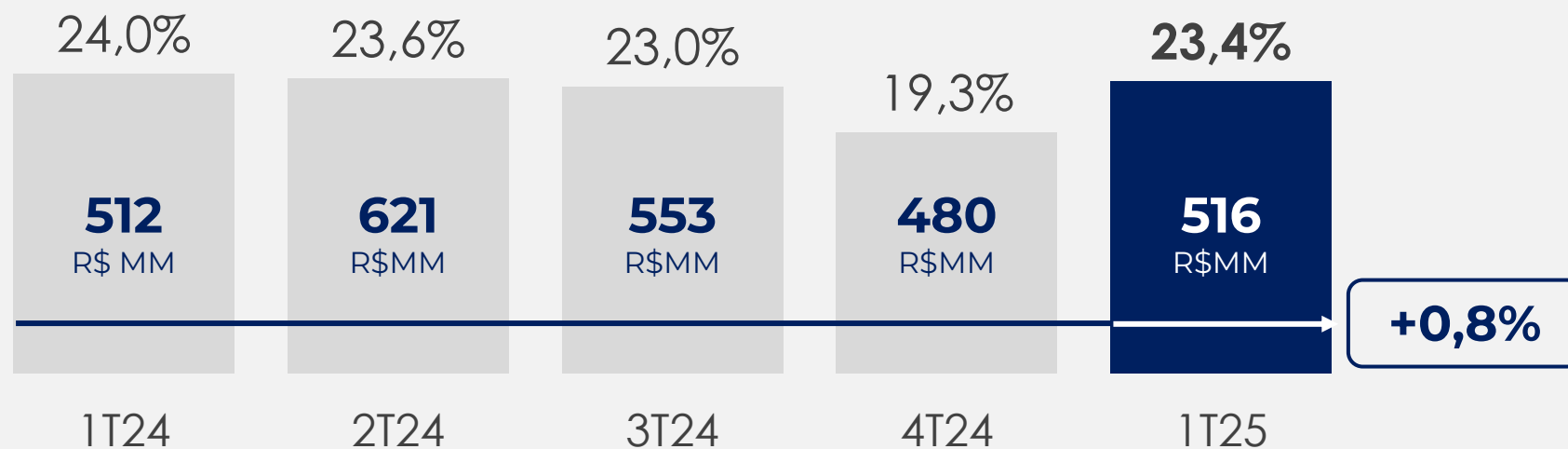
*Sem incentivos.

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.

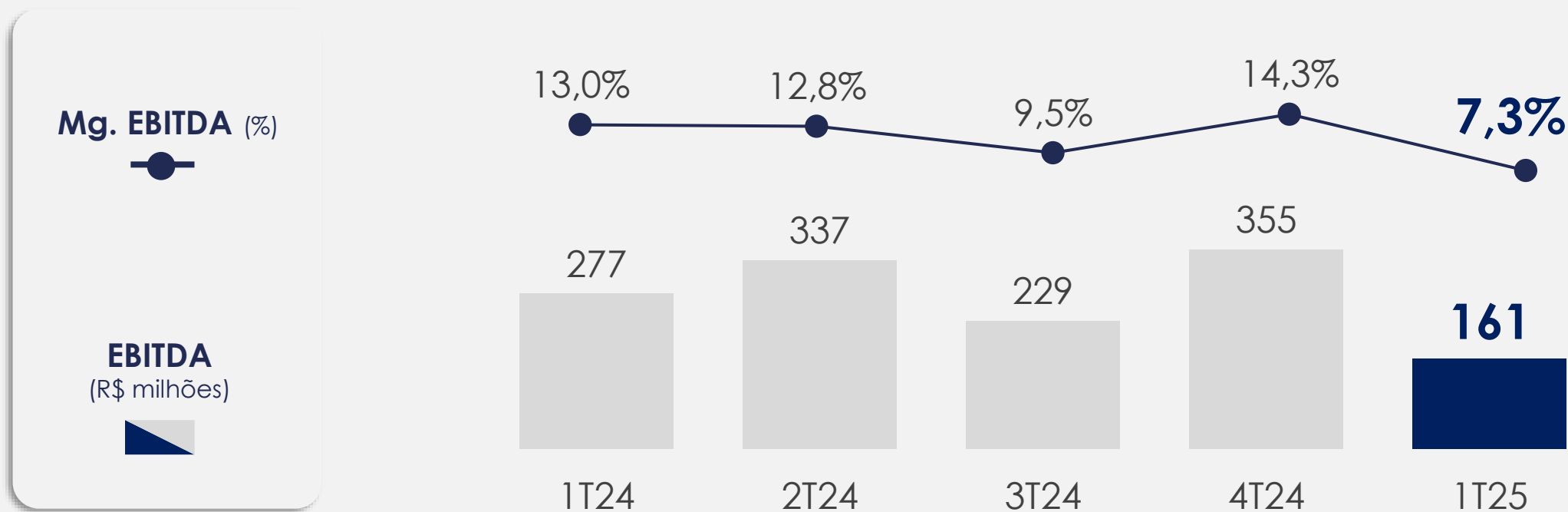
Despesas administrativas e com vendas (SG&A) (% da Receita Líquida)



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).

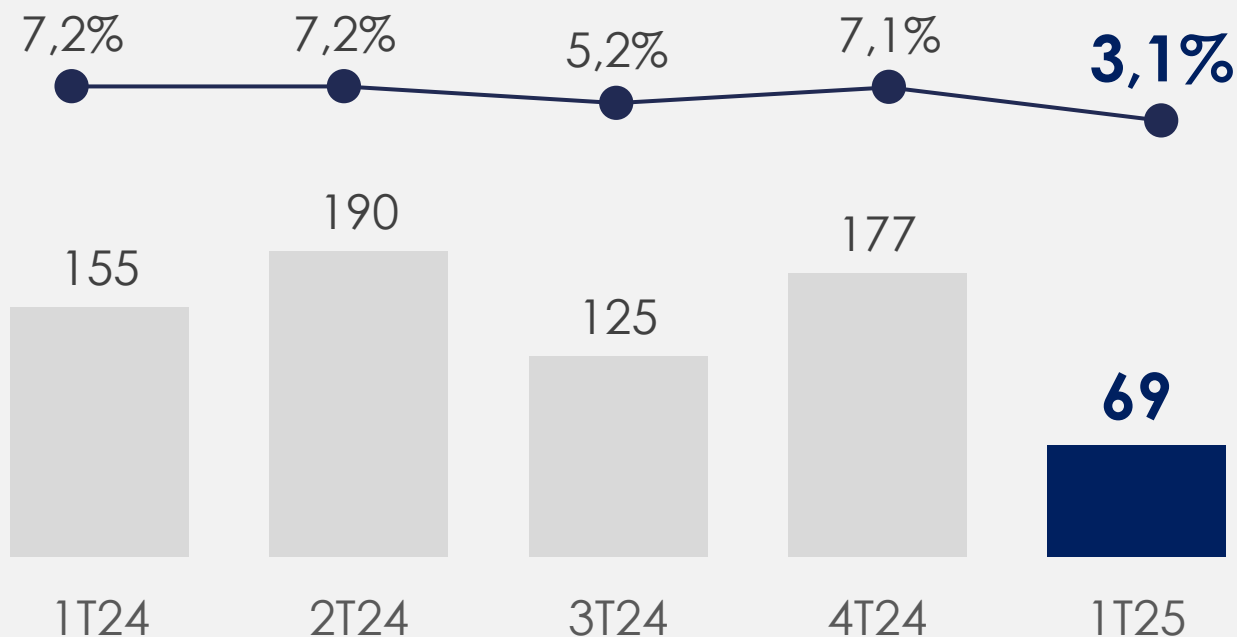


Lucro Líquido de R\$ 69,4 milhões no 1T25.

Mg. Líquida (%)



Lucro Líquido
(R\$ milhões)



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.

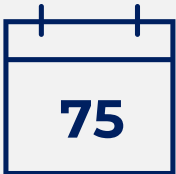
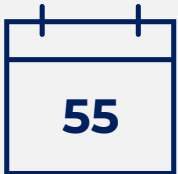
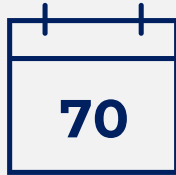
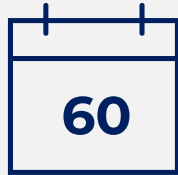
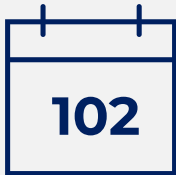
1T25	vs. 1T24	
280	138	Geração de Caixa Operacional*
161	277	EBITDA
104	(141)	Variação dos Ativos e Passivos
15	2	Outros

** 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

	1T24		4T24		1T25
Fornecedores		-20 dias		+4 dias	
Clientes		-10 dias		-2 dias	
Estoques		-17 dias		+15 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)



-149 -81 -29 25 -132



-0,1x -0,1x 0,0x 0,0x -0,1x

1T24 2T24 3T24 4T24 1T25

RATING NACIONAL
FITCH 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

1%

Vencimento
2026

R\$ 23

R\$ MM

1%

Vencimento
2027

R\$ 1.287

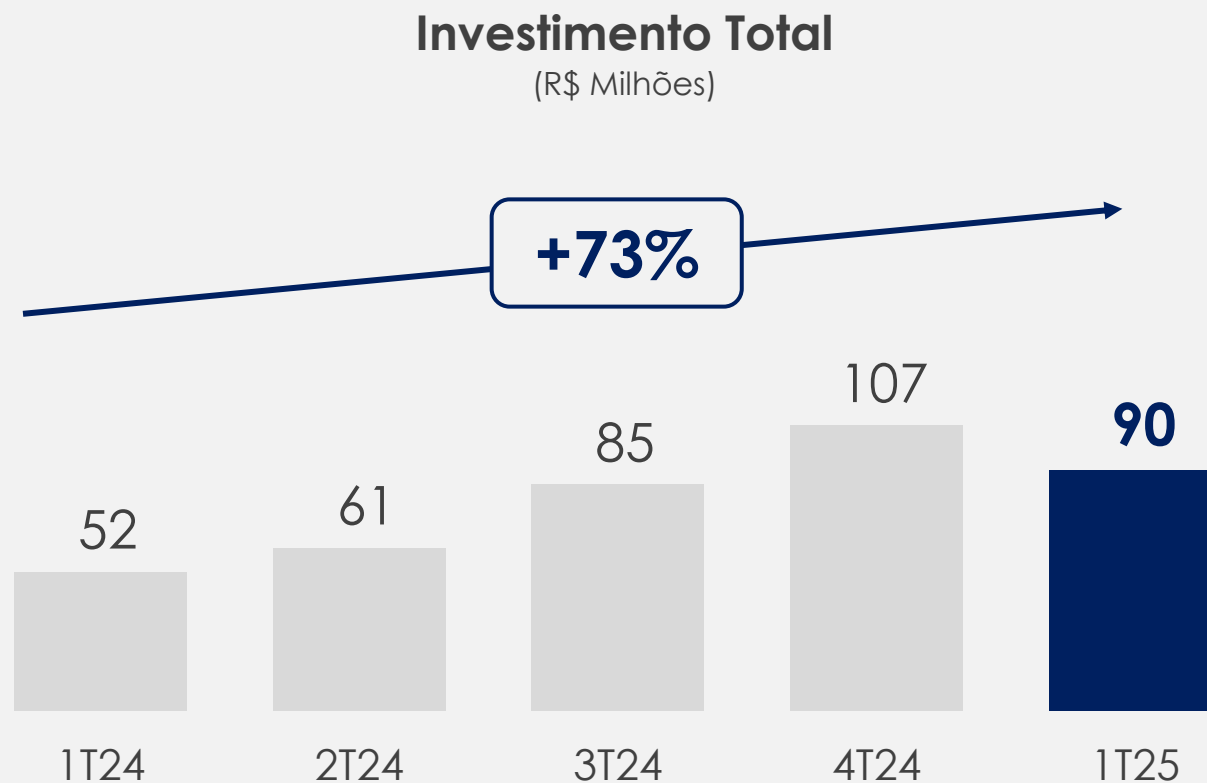
R\$ MM

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

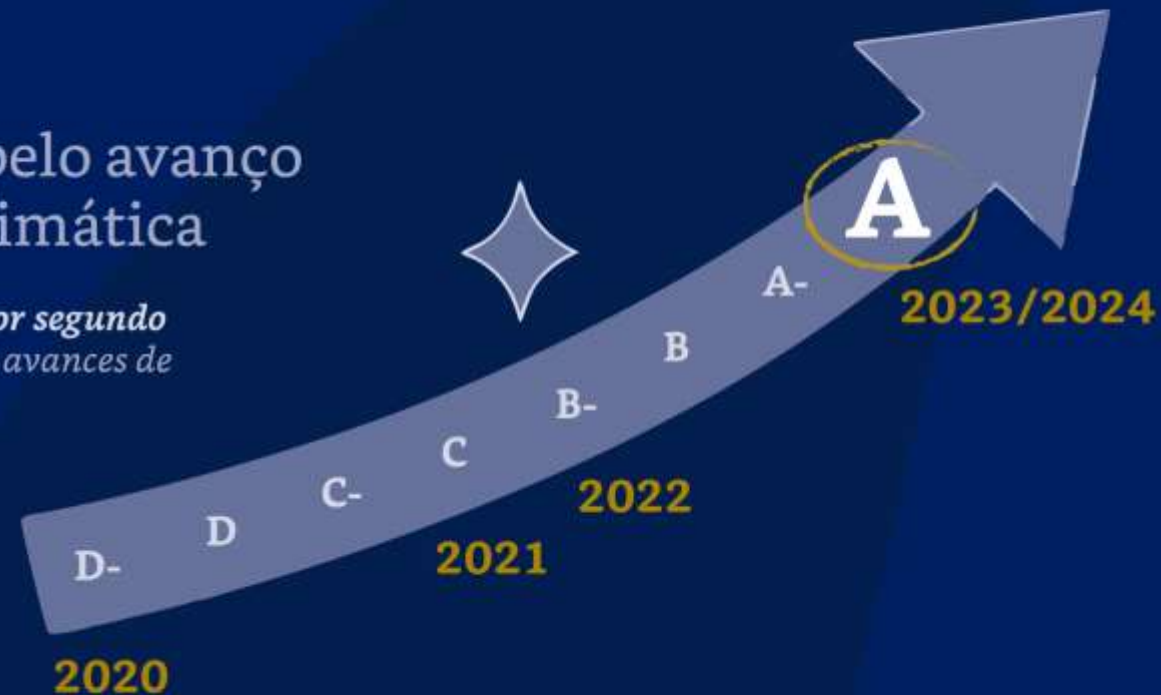
M. Dias Branco



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 (m³/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



Obrigado!



ri.mdiasbranco.com.br



youtube.com/rimdias



ri@mdiasbranco.com.br

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


M. Dias Branco

Q&A



ri.mdiasbranco.com.br



youtube.com/rimdias



ri@mdiasbranco.com.br





Results

1Q25

MDIA3

May 5th, 2025





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)

1Q25

2.2

+3% vs. 1Q24
-11% vs. 4Q24



Volume

(Thousand ton.)

431

-1% vs. 1Q24
-9% vs. 4Q24



EBITDA

(R\$ Million)

161

-42% vs. 1Q24
-55% vs. 4Q24



Net Income

(R\$ Million)

69

-55% vs. 1Q24
-61% vs. 4Q24



Cash Flow

(R\$ Million)

280

+103% vs. 1Q24
+60% vs. 4Q24



MARKET & NET REVENUE

M. Dias Branco



The markets for cookies and pasta increased in value vs. 1Q24. In comparison with 4Q24, there was a decline due to seasonality.

INFORMATION ON THE BISCUITS AND PASTA MARKETS



	1Q25 vs. 1Q24	1Q25 vs. 4Q24
 Value Sold	+2%	-8%
 Volume Sold	-2%	-9%
 Units Sold	0%	-10%
 Average Price (R\$/Kg)	+4%	+1%



	1Q25 vs. 1Q24	1Q25 vs. 4Q24
 Value Sold	+1%	-6%
 Volume Sold	+1%	-9%
 Units Sold	+1%	-8%
 Average Price (R\$/Kg)	0%	+3%

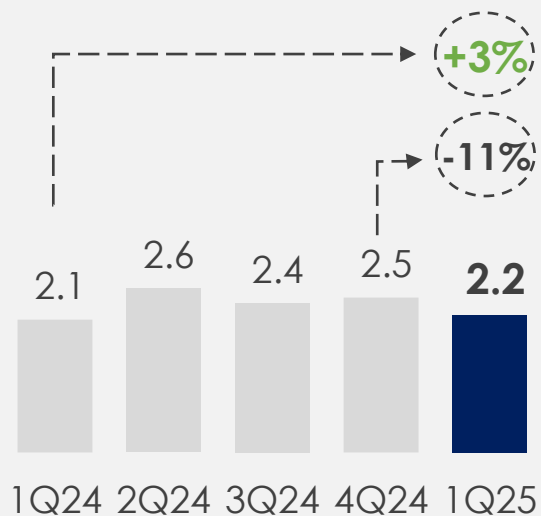
Source: Nielsen – Retail Index. Total Brazil. INA+C&C.



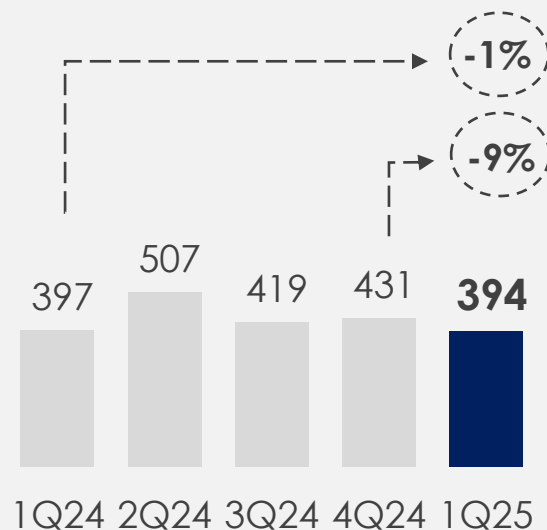
Net Revenue 3.2% higher than 1Q24, with increase in the average price.



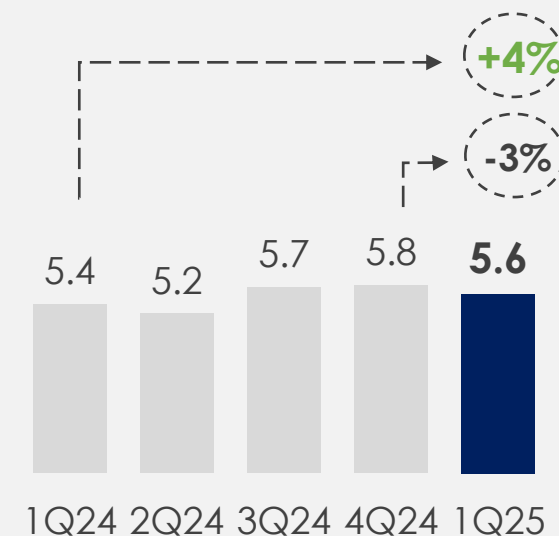
Net Revenue (R\$ billion)



Sales Volume (Thousand ton.)



Average Price (R\$/Kg)





Strong performance in the Wheat Mills and Refined Oils and Margarine categories, sold mainly through the Food Service channels, as well as Adjacencies.

Net revenue, volume and price	1Q25	1Q24	Var. %	4Q24	Var. %
Sales volume (thousand ton.)	394	397	-1%	431	-9%
Average price (R\$/kg)	5.6	5.4	+4%	5.8	-3%
Net Revenue (R\$ million)	2,209	2,140	+3%	2,489	-11%
Core Products*	1,682	1,686	0%	1,917	-12%
Wheat Mills and Refined Oils and Margarine**	417	355	+17%	442	-6%
Adjacencies***	110	99	+11%	131	-16%

*Cookies and Crackers, Pasta and Margarine;

**Wheat Flour, Bran and Industrial Vegetable Shortening;

***Cakes, snacks, cake mix, packaged toast, healthy products, sauces and seasonings.

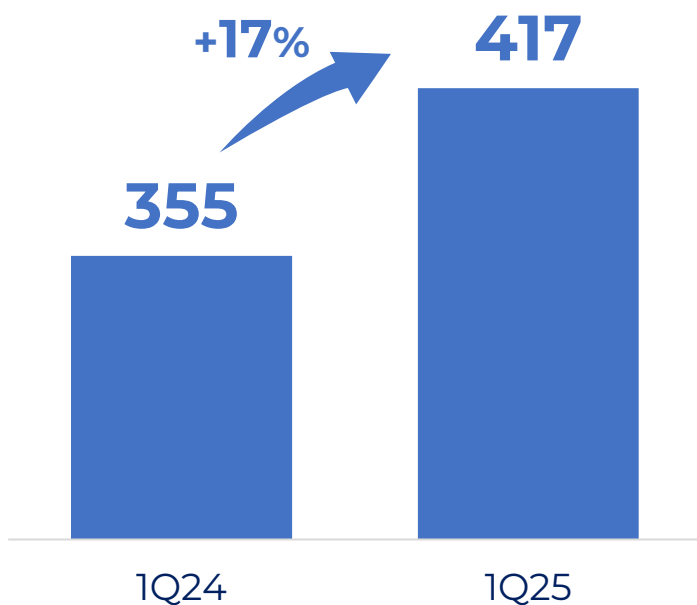


FOOD SERVICE

Accelerated growth of
Wheat Mills and Refined Oils
and Margarine items



Net Revenue
Wheat Mills and Refined Oils
and Margarine
(R\$ Million)



INITIATIVES

- 1 NEW MANAGEMENT AND DEDICATED TEAM
- 2 “PORTAS ABERTAS” PROJECT
- 3 MARKETING & TRADE MARKETING
- 4 INNOVATION

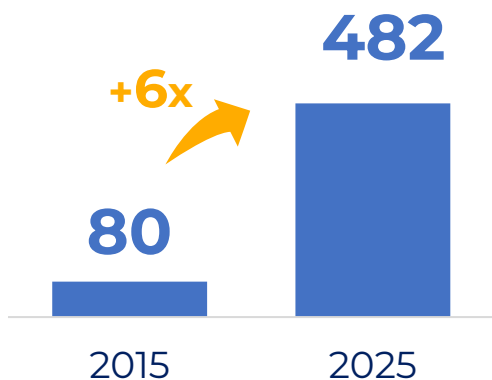


Snacks & Healthy

With a renewed team fully dedicated to this business, the Adjacencies are growing at double digits and already represent around 5% of total sales!!!

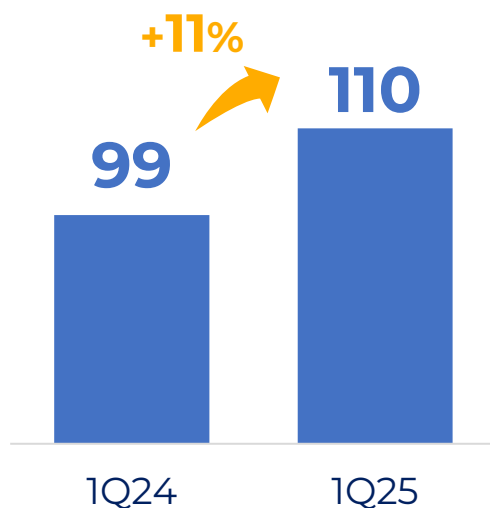
Accelerated growth in recent years, driven by innovations and acquisitions

Net Revenue Adjacencies (R\$ Million)



Double-digit growth in the quarter

Net Revenue Adjacencies (R\$ Million)



COSTS & EXPENSES

M. Dias Branco

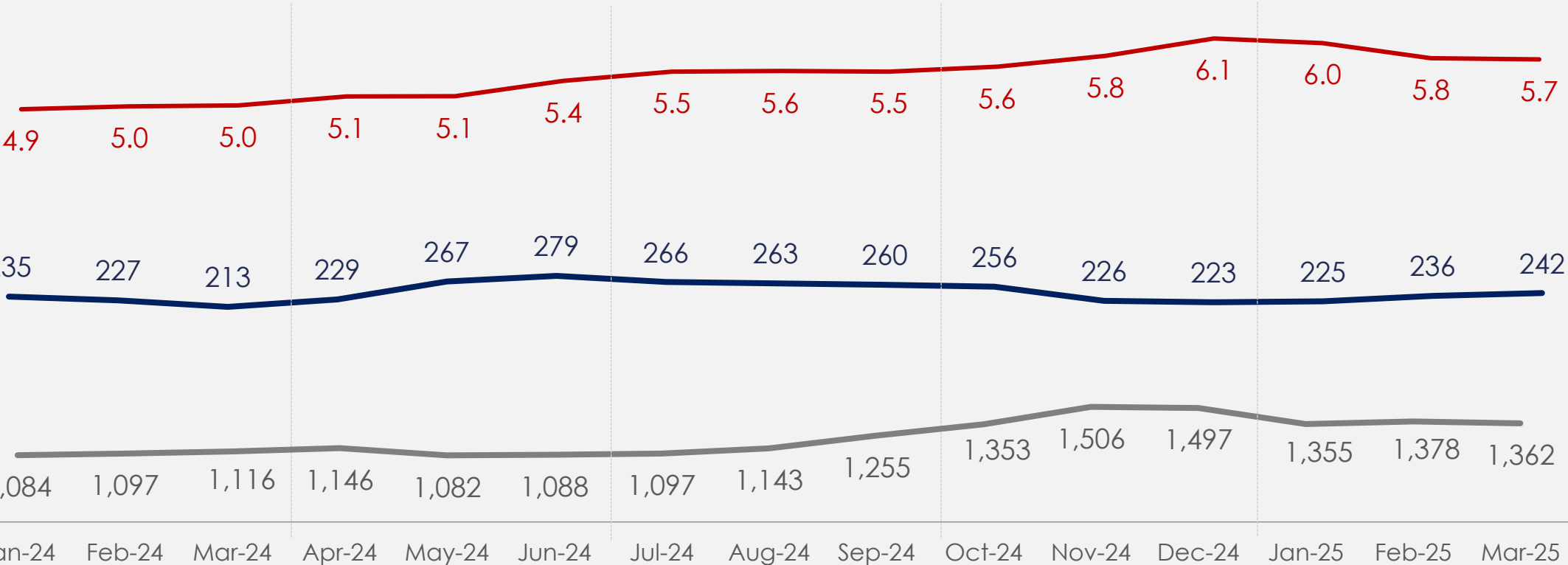




Cost increase due to the depreciation of the Brazilian Real against the Dollar (average of R\$ 5.84 in Q1'25 vs. R\$ 4.95 in Q1'24) and the rise in Palm Oil prices.



DOLLAR
(Month Average)



WHEAT MARKET
(US\$/TON.)

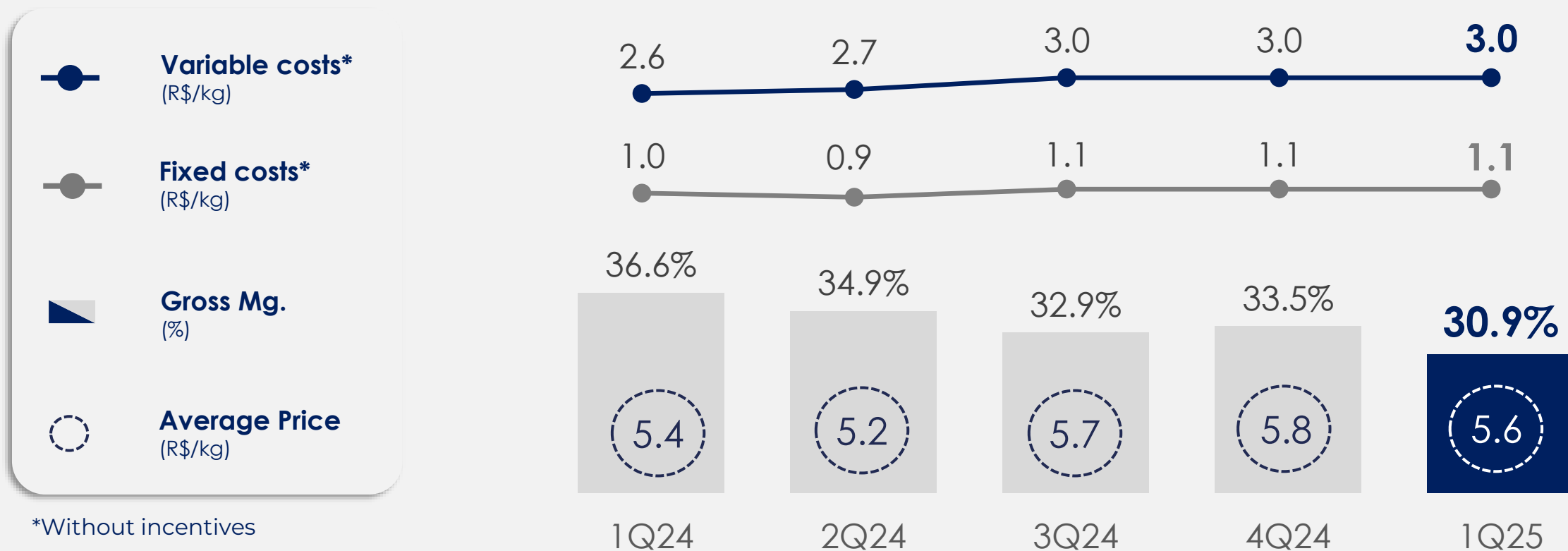


PALM OIL MARKET
(US\$/TON.)

Source: Dollar - Banco Central; Wheat - SAFRAS & Mercado; Palm oil - Rotterdam.



Gross margin contraction compared to Q1'24 due to higher commodity prices (variable costs) and lower fixed cost dilution.



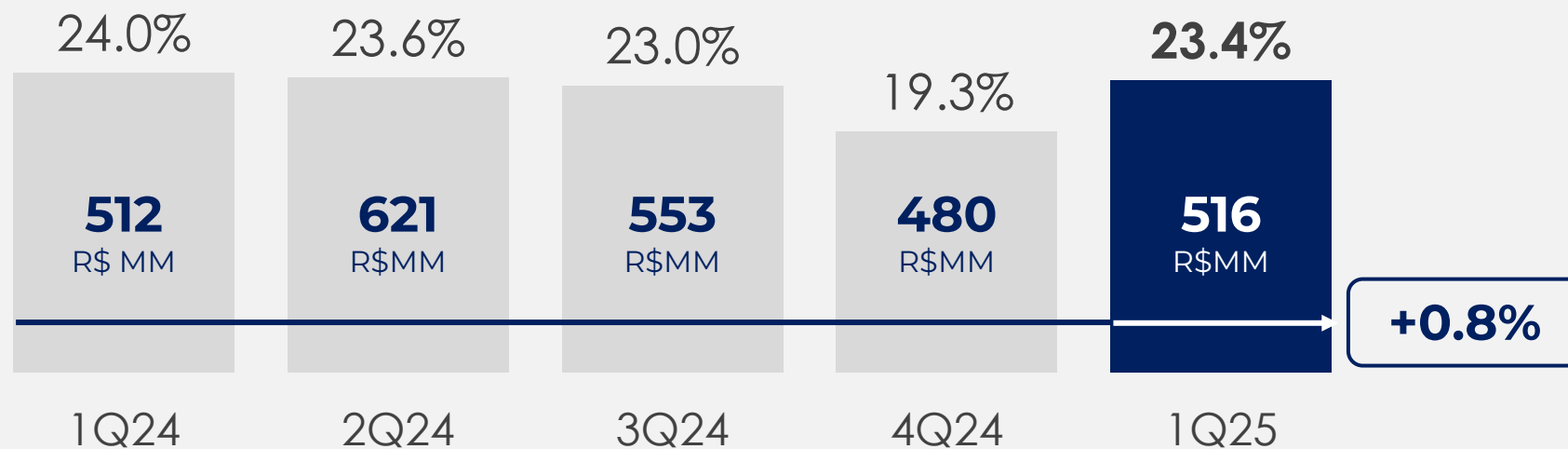
Positive non-recurring effects
of 3.3 p.p. Recurring
Gross Margin: 30.2%





In 1Q25, Administrative and Selling Expenses grew below inflation and, as a percentage of Net Revenue, were lower than in 1Q24.

Sales and administrative expenses (SG&A) (% of Net Revenue)

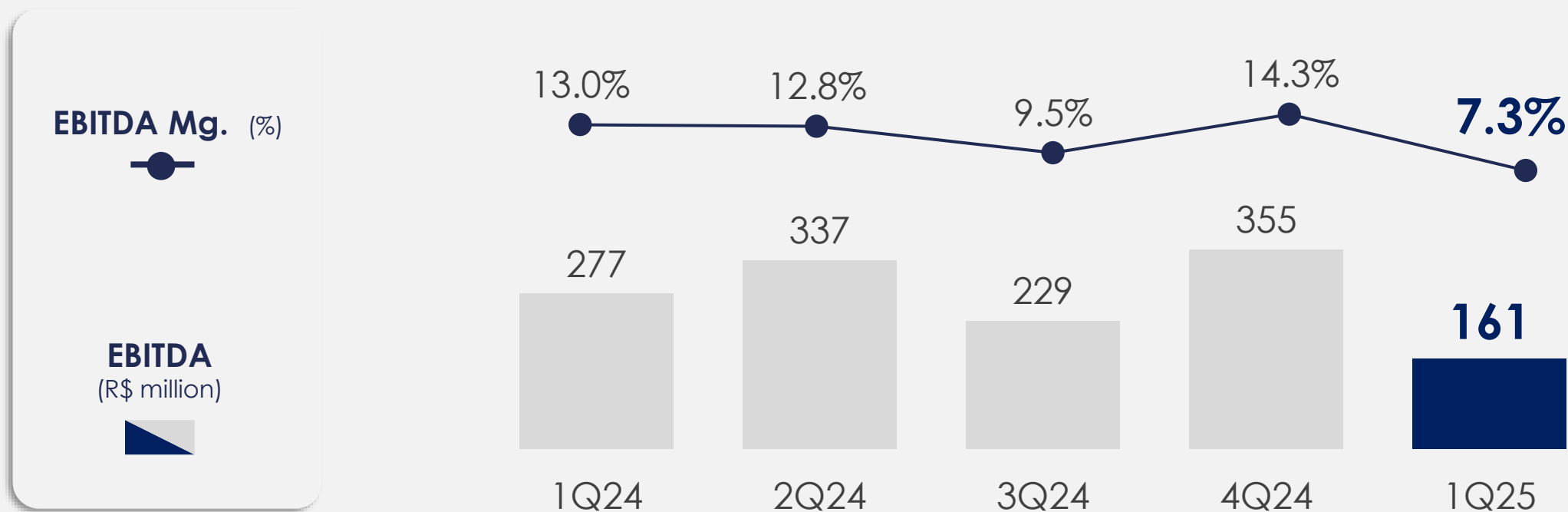


Extraordinary positive effects of R\$25 million SG&A.
Without extraordinary effects: R\$505 million





In 1Q25, EBITDA was R\$160.9 million. Compared to 1Q24, the decline was mainly due to higher variable costs. Additionally, there were R\$17.6 million in extraordinary restructuring expenses, primarily related to the closure of the Lençóis Paulista (SP) plant.

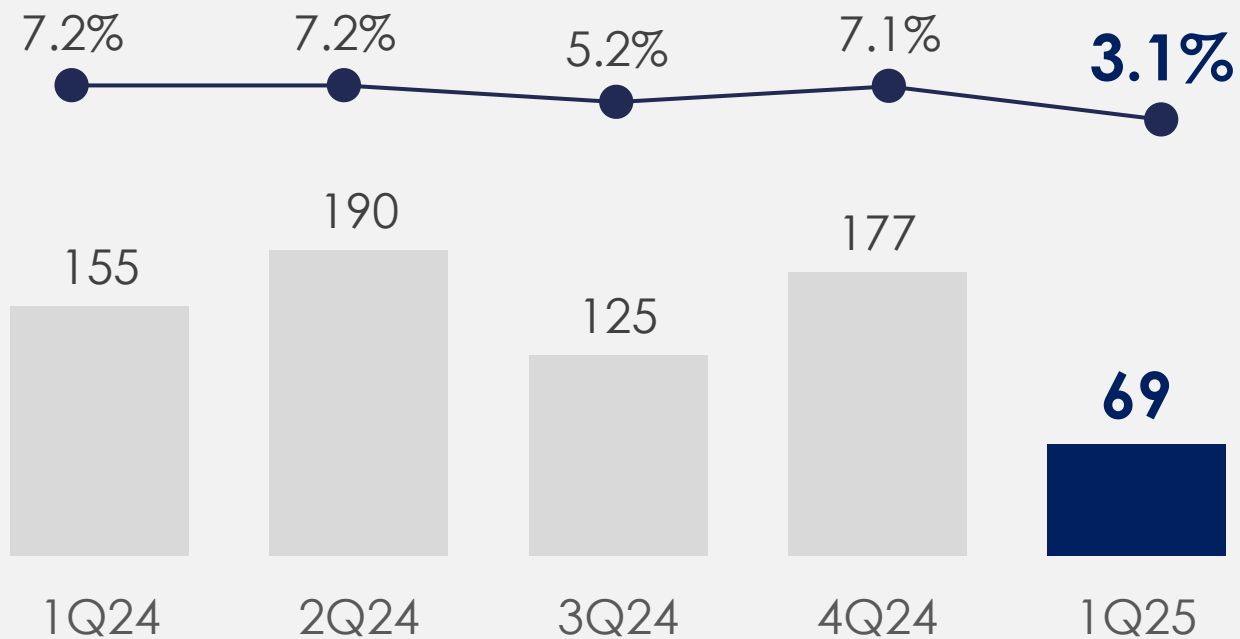


Net income of R\$69.4 million in 1Q25.

Net Margin (%)



Net Income
(R\$ million)



CASH FLOW, DEBT AND INVESTMENTS

M. Dias Branco





R\$ 280 million in operating cash flow generated in 1Q25, including R\$ 104 million from working capital release.

1Q25 vs. 1Q24		
280	138	Cash Flow from Operating Activities*
161	277	EBITDA
104	(141)	Assets and Liabilities Variation
15	2	Others

** Net Cash provided by (used in) operating activities*



In 1Q25, there was a reduction in customers and an increase in suppliers and inventories. The comparison with 1Q24 is affected by the implementation of SAP in that quarter.

Average term in days

	1Q24		4Q24		1Q25
Suppliers	75	-20 days	55	+4 days	59
Receivables	70	-10 days	60	-2 days	58
Inventories	102	-17 days	85	+15 days	100





We ended 1Q25 with R\$2.3 billion in cash (R\$2.2 billion in 1Q24) and R\$132 million in net cash (cash greater than debt).

Leverage
Net (Cash) Debt / EBITDA (last 12 months)

Net Debt
(R\$ Million)



Leverage
(Net Debt/EBITDA
last 12 months)



NATIONAL RATING
FITCH RATINGS

AAA

Stable Outlook
Rating Reaffirmed

7th CONSECUTIVE
YEAR





57.7% of the debt in the long-term and maintenance of the Rating AAA Stable Outlook, reaffirmed by Fitch for the 7th consecutive year.

R\$ 2,308

R\$ MM

**Total
Debt**

R\$ 977

R\$ MM

42%
Due date
Short term

R\$ 21

R\$ MM

1%

Due date
2026

R\$ 23

R\$ MM

1%

Due date
2027

R\$ 1,287

R\$ MM

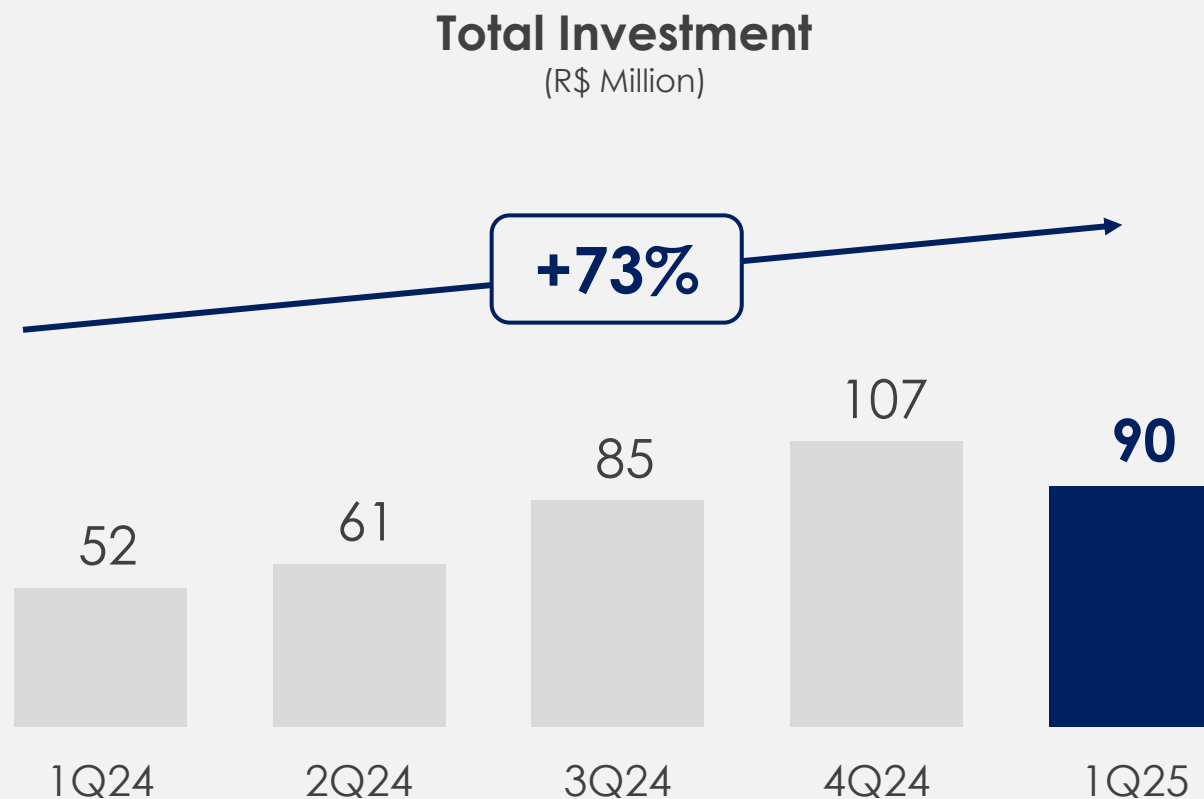
56%

Due date
2028
onwards





R\$ 90.1 million in investments in 1Q25, highlighting the improvements in Eusébio unit (CE) and investments in systems.





Profitable Growth Strategy



EFFICIENCY AND PRODUCTIVITY PROGRAM





Ongoing actions to recover results



Growth

Fully dedicated teams:
- Food Service;
- Health & Snacks.

Consolidation of the
commercial team in
a single national
leadership

Allocation of the
Revenue
Management and
Pricing team to the
finance department

Strengthening of
exports



Productivity and Efficiency

Coordinated effort to the optimization of
SG&A and organizational structure

Adjustments of the logistics,
production and distribution network



ESG

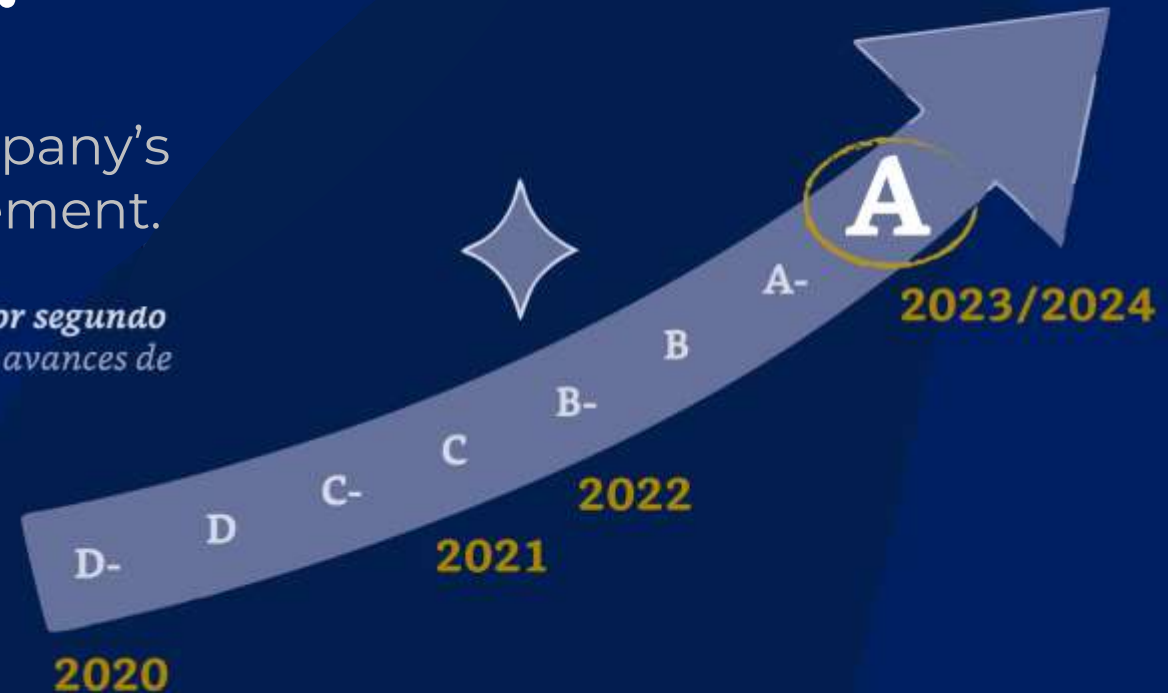
M. Dias Branco



M. Dias Branco on CDP Climate A-List for the second consecutive year:

top recognition for the Company's progress in climate management.

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.



Main Indicators – 1Q25 vs. 1Q24



CARING FOR THE PLANET

1Q25 vs.
1Q24

Water consumption (m³/Ton.)	-1.5%
Reclaim of water (%)	-0.2p.p.
Waste send to landfills (%)	+0.4p.p.
Input losses in the production process(%)	+0.5p.p.
Finished product waste (%)	0.0p.p.



BELIEVING IN PEOPLE

1Q25 vs.
1Q24

Women in leadership* (%)	+4.7p.p.
Frequency of occupational accidents (rate)	+41.6%
Occupational accident severity (rate)	+122.7%



* **28.2% in 1Q25**
(23.5% in 1Q24)



STRENGTHENING ALLIANCES

1Q25 vs.
1Q24

Purchases from local suppliers (%)	+2.5p.p.
Goals of the 100% Transparency Movement	3 disclosed goals (exceeding the targets set by the Movement for this period)



M. Dias Branco



Thanks!



ri.mdiasbranco.com.br



youtube.com/rimdias



ri@mdiasbranco.com.br

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


M. Dias Branco

Q&A



ri.mdiasbranco.com.br



youtube.com/rimdias



ri@mdiasbranco.com.br

