

IA na Análise de Margens: Precisão, Velocidade e Escala

Democratização das finanças para geração de insights valiosos na Era da IA

Prêmio Revelação em Finanças
Julho 2025



Emanoelle Rumeu
Coordenadora de FP&A - M. Dias Branco

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

M. Dias Branco
COMPANHIA BRASILEIRA

+ 16.000 COLABORADORES

Great Place To Work®
Certificada
Mar/2023 - Mar/2024
BRASIL

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

+ 20 MARCAS
Biscoitos, Massas, Farinha de Trigo, Snacks, Margarina

ALGUMAS COM VENDAS ANUAIS ACIMA DE R\$ 1 BILHÃO

piraquê

VITARELLA

Richester

ff FORTALEZA



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

NEGÓCIO ATUAL
1

OUTRAS CATEGORIAS
2

INTERNACIONAL
3

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

IDIVERSA B3
IGC B3

IGPTWB3

MSCI ESG RATINGS
AA

CDP
DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES

A Evolução da Jornada de Margens

2021-2022

CRIAÇÃO DA ÁREA DE ANÁLISES FINANCEIRAS

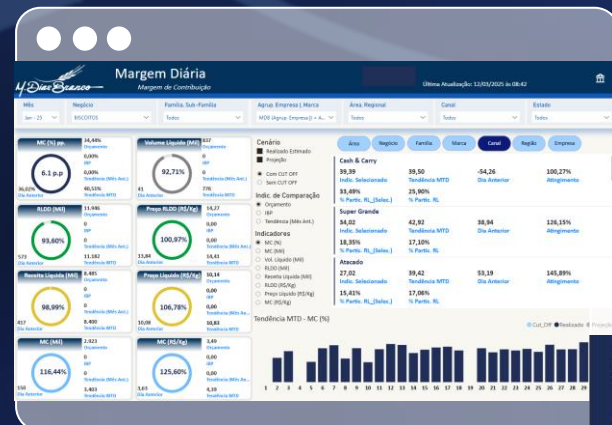
Melhorias no Sistema de Margens, Criações de Fóruns, Disseminação das Margens e Meritocracia atrelado a Margem

Receita e Margem na palma da mão!



Maturidade da agenda de Margens com participação expansão dos fóruns e novos materiais. Criação do Margem Diária Tendência.

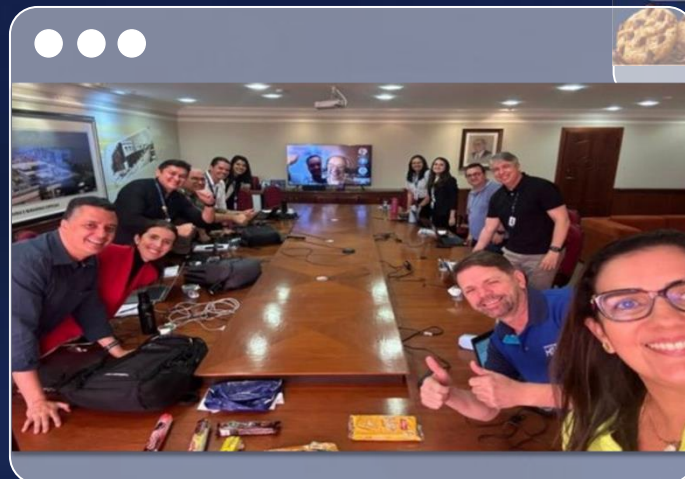
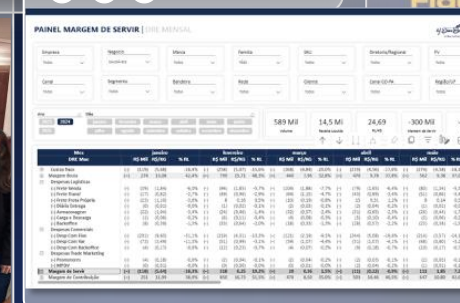
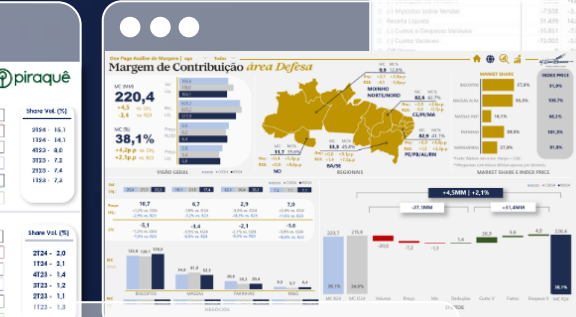
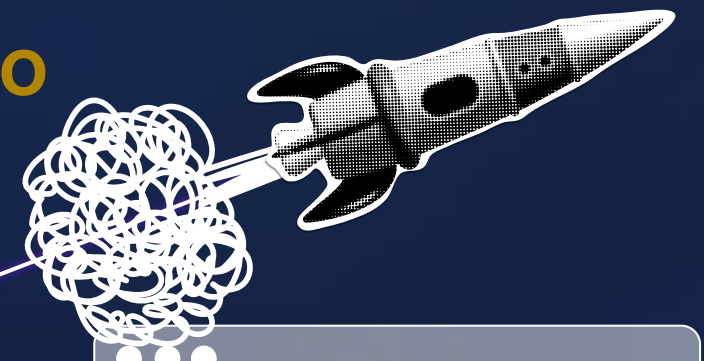
MATURIDADE DAS ANÁLISES 2023



Avanços em agendas tecnológicas, incluindo GenAI e Implantação da Margem de Servir.

AVANÇOS TECH E AMPLIAÇÃO DE ESCOPO 2024

2024



GenAI EM AÇÃO

ANÁLISE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO:

De um esforço manual de 2 semanas atendendo a 30 pessoas
para
um processo automatizado de 24 horas entregando relatórios
personalizados para 300 pessoas.



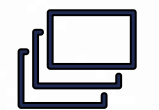
Análises Automatizadas



**Relatórios prontamente
Disponíveis**



Personalizados



Multiníveis

**Avaliações e análises aprofundadas
de dados de margem de
contribuição:**

- **Por região;**
- **Canais de distribuição;**
 - **Marcas;**
- **Famílias de produtos.**



ANÁLISE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Relatórios em:

- Textos
- Vídeos
- Gráficos
- Áudio

A marca Fortaleza contribuiu com 50 mil em margem, com **Efeitos positivos de Custo 37 mil, Fretes 27 mil e Preço 26 mil**, que somados com Outros Efeitos geram 17 mil superando o Efeito negativo de Deduções -68 mil. O canal Cash & Carry apresentou um desvio de -0.2 MM, principalmente devido ao Volume -0.2 MM. Por outro lado, os canais Varejo e Indireto/Distribuidor contribuíram positivamente com 85 mil e 76 mil em margem, respectivamente.

Análise Detalhada do Canal

Hiper

Biscoitos

Na Regional BA/SE, dentro do Canal Hiper, o Negócio Biscoitos apresentou uma contribuição positiva de 0.6 MM em margem. **Os Efeitos positivos de Volume 0.5 MM e Mix 0.1 MM superaram os Efeitos negativos de Custo -93 mil e Fretes -16 mil.**

Maria/Maizena

Na família Maria/Maizena, observou-se uma contribuição de 0.3 MM em margem. **Os Efeitos positivos de Volume 0.2 MM e Mix 60 mil superaram o Efeito negativo de Custo -22 mil.** A marca Fortaleza foi a principal contribuinte, com 0.2 MM em margem, impulsionada pelos Efeitos positivos de Volume 0.2 MM e Mix 49 mil, superando os Efeitos negativos de Custo -19 mil e Preço -6 mil. A marca Vitarella também contribuiu com 43 mil em margem, com Efeitos positivos de Volume 25 mil, Despesa 7 mil e Preço 6 mil, que somados com Outros Efeitos 5 mil superaram o Efeito negativo de Deduções -9 mil.

Recheados

A família Recheados contribuiu com 0.2 MM em margem. **Os Efeitos positivos de Volume 0.1 MM, Mix 40 mil e Preço 21 mil superaram o Efeito negativo de Custo -25 mil.** As marcas Vitarella, Richester e Piraque apresentaram contribuições positivas, com destaque para Vitarella 67 mil em margem e Richester 57 mil em margem.

Números meramente ilustrativos.

RESUMO EM TEXTO

A marca Vitarella contribuiu com 0.6 MM em margem, com **Efeitos positivos de Volume 0.3 MM, Preço 0.2 MM e Despesa 71 mil**, superando os Efeitos negativos de Deduções -48 mil e Mix -48 mil. No canal Indireto/Distribuidor, a contribuição foi de 0.3 MM, principalmente devido ao Volume 0.2 MM e Fretes 35 mil. O canal Cash & Carry também apresentou uma contribuição positiva de 0.2 MM, impulsionado pelo Preço 0.2 MM e Volume 49 mil.

Fortaleza

A marca Fortaleza contribuiu com 0.3 MM em margem, com **Efeitos positivos de Volume 0.2 MM, Mix 66 mil e Despesa 54 mil**, superando os Efeitos negativos de Custo -63 mil e Preço -32 mil. No canal Hiper, a contribuição foi de 0.2 MM, principalmente devido ao Volume 0.2 MM e Mix 49 mil. O canal Atacado também apresentou uma contribuição positiva de 0.1 MM, impulsionado pelo Volume 90 mil e Mix 31 mil. Entretanto, o canal Indireto/Distribuidor apresentou um desvio de -0.1 MM, principalmente devido ao Volume -83 mil.

Pilar

A marca Pilar contribuiu com 0.1 MM em margem, com **Efeitos positivos de Deduções 83 mil, Preço 52 mil e Volume 34 mil**, superando o Efeito negativo de Custo -57 mil. No canal Cash & Carry, a contribuição foi de 0.1 MM, principalmente devido ao Preço 67 mil e Volume 54 mil. O canal Atacado apresentou um pequeno desvio de -37 mil, enquanto o canal Varejo contribuiu com 26 mil em margem.

Recheados

Na família Recheados, observou-se uma contribuição positiva de 0.5 MM em margem. **Os Efeitos positivos foram Preço 0.2 MM, Volume 0.2 MM e Despesa 94 mil**, superando os Efeitos negativos de Custo -0.1 MM e Mix -26 mil.

Richester

A marca Richester contribuiu com 0.4 MM em margem, com **Efeitos positivos de Volume 0.2 MM, Fretes 65 mil e Despesa 59 mil**, que somados com Outros Efeitos geram 57 mil superando os Efeitos negativos. No canal Atacado, a contribuição foi de 0.1 MM, principalmente devido ao Volume 94 mil. O canal Indireto/Distribuidor também apresentou uma contribuição de 0.1 MM, impulsionado pelo Volume 47 mil e Custo 38 mil.

Números meramente ilustrativos.

RESUMO EM TEXTO

Análise de Desempenho Regional - BA/SE

4/2

Panorama Geral

Em janeiro de 2025, a regional BA/SE registrou uma margem de contribuição realizada de **23.5 MM**, enquanto a margem orçada foi de **21.3 MM**, resultando em uma variação positiva de **2.2 MM**. A margem percentual no realizado é de **42.9%**, enquanto no orçado é de **43.8%**, representando uma diferença de -0.9%. Essa porcentagem indica quanto da Receita Líquida ficou para a companhia. A principal contribuição veio do **Efeito Volume**, que impactou positivamente em **2.6 MM**, acompanhado pelo desvio do **Efeito Mix** que impactou negativamente em **-0.5 MM**.

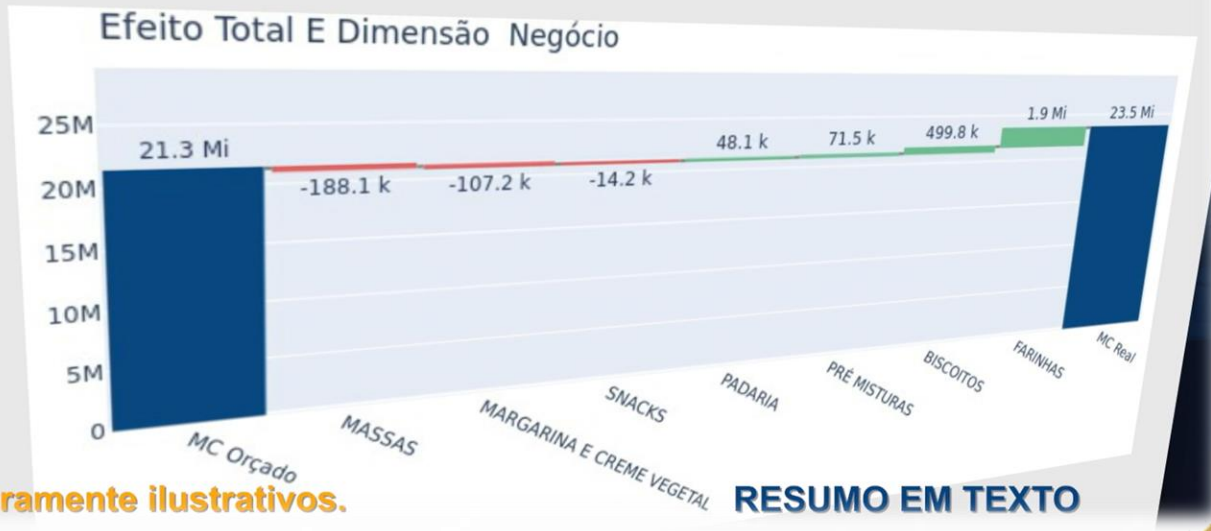


Números meramente ilustrativos.

RESUMO EM TEXTO

Análise por Negócio

No Negócio Farinhas, houve uma contribuição positiva com **Efeitos Volume 1.1 MM, Custo 0.7 MM e Preço 0.3 MM**, superando os Efeitos negativos de **Deduções -0.5 MM**, impactando para a contribuição de **1.9 MM** em margem. Já no Negócio Biscoitos, a contribuição positiva veio dos **Efeitos Volume 0.9 MM, Despesa 0.4 MM e Preço 0.3 MM**, superando os Efeitos negativos de **Custo -0.9 MM e Mix -0.4 MM**, resultando em uma contribuição de **0.5 MM** em margem.

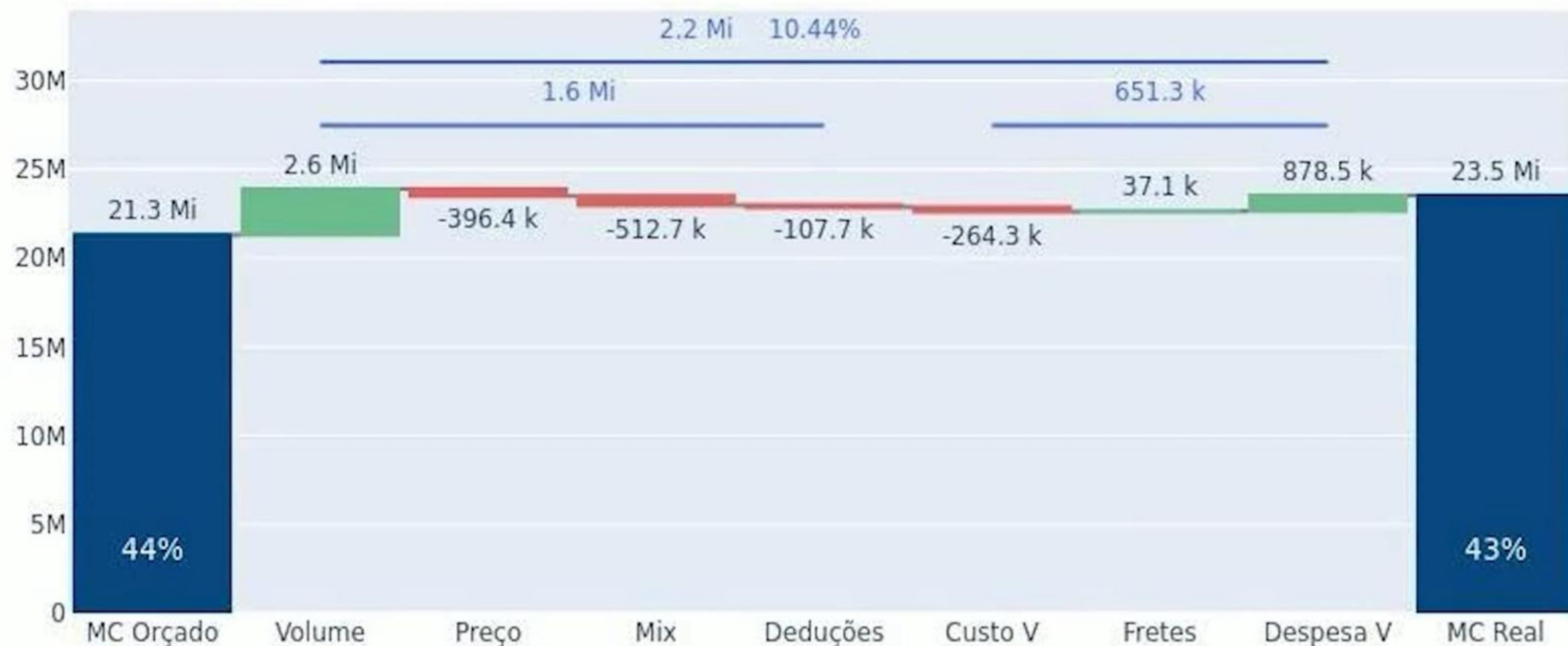


Números meramente ilustrativos.

RESUMO EM TEXTO



REGIONAL - BA/SE



Em janeiro de 2025, a Regional Bahia e Sergipe registrou uma margem de contribuição realizada de 23,5 milhões, superando a margem orçada de 21,3 milhões, resultando em uma variação positiva de 2,2 milhões.



M. Dias Branco

Obrigada

Emanoelle Rumeu

Coordenadora de FP&A - M. Dias
Branco