



**COMENTÁRIOS DA
ADMINISTRAÇÃO 4T22 E 2022
TRANSCRIÇÃO**

Maio de 2023
CAMIL ALIMENTOS S.A.

Luciano Quartiero - CEO

Olá, sejam bem-vindos aos comentários dos resultados do quarto trimestre e ano de 2022.

Slide 2

Nesse primeiro slide, atualizamos para vocês os dados da Camil como uma das mais completas plataformas de produtos e marcas líderes no mercado de alimentos na América Latina. Nosso tamanho traduz a concretização de uma estratégia bem-sucedida de expansão por meio de aquisições no mercado doméstico e internacional. Somos 8 mil colaboradores em 35 plantas no Brasil, Uruguai, Chile, Peru e Equador, com marcas líderes em posição de destaque em todos os segmentos de atuação.

Slide 3

No slide 3, trazemos para vocês uma visão de Companhia por categoria. Em 2022, no Brasil, agregamos ao portfólio três novas categorias: completamos um ano com massas, lançamos café e entramos ao final do exercício em biscoitos. Esse foi mais um importante passo para a diversificação da Companhia, com categorias que detém relevante potencial de crescimento e maior valor agregado. Portanto, para o mercado, a partir de agora vamos trabalhar nossa comunicação voltada para três frentes de negócios: o segmento de alto giro, que no Brasil consiste nas operações de grãos e açúcar; o segmento de alto valor, com massas, biscoitos, café e pescados; e o segmento Internacional.

Antes de falar dos resultados, gostaria de comentar o desempenho das novas categorias no resultado da Camil. Na operação de massas, potencializamos as sinergias anunciadas com o plano de integração ágil de Santa Amália, além de atuar com excelente rentabilidade no ano, mesmo diante de um cenário difícil para as operações de trigo no contexto global. Realizamos uma simplificação e reposicionamento de preços do portfólio de massas e, com isso, potencializamos a rentabilidade da categoria dobrando a margem da Santa Amália em apenas um ano.

Logo depois da entrada em massas, anunciamos o lançamento de café, com investimento na Café Bom Dia e lançamento do Café União, revitalizando uma das marcas mais tradicionais do Brasil que já foi líder de mercado na categoria. Trabalhamos intensamente para que nossos cafés chegassem às gôndolas em abril de 2022, saindo de zero para um market share atual próximo de 5% na região da grande São Paulo e Rio de Janeiro. Seguimos alavancando nosso crescimento com o lançamento de novos SKUs para potencializar o ganho de escala em café.

E claro, não podemos deixar de destacar a nossa mais recente aquisição: a entrada da Companhia em biscoitos com a marca Mabel e licenciamento da marca Toddy para cookies. A entrada em biscoitos reforça a presença da Camil no centro-oeste, nordeste e sudeste do Brasil, além de contemplar sinergias de suprimentos com a operação de massas, comercial e de G&A. A Mabel ingressou na Companhia com uma margem EBITDA negativa, e em menos de 4 meses alcançamos o turn around da operação. Agora, o foco está em continuar potencializando a rentabilidade de Mabel para ganhar escala e representatividade em um resultado que já demonstra ser positivo e de alto valor.

No internacional, anunciamos nossa entrada no mercado equatoriano de arroz, com a aquisição da Dajahu, líder no segmento de arroz envelhecido no país. Também concluímos a aquisição da Silcom no Uruguai, entrando no mercado interno uruguaio com posição de relevância na categoria de produtos saudáveis no país, atendendo uma demanda crescente em hábitos de consumo e representando nosso primeiro passo de expansão de novas categorias no internacional.

Todas as aquisições e seus excelentes resultados esse ano, com integrações rápidas e eficientes, reforçam nosso espírito empreendedor, com foco no crescimento estratégico através da soma de sinergias entre categorias.

Slide 4

Passando para os destaques financeiros do período, atingimos uma Receita Bruta recorde de R\$11,8 bilhões e líquida de R\$10,2 bilhões no ano, crescimento de 13% frente ao ano anterior. No trimestre, atingimos R\$3 bilhões de bruta e R\$2,5 bilhões de receita líquida, crescimento também de dois dígitos. Esse é o marco de um novo patamar de receita para a Companhia, lembrando que parte das aquisições ainda não entram com ano completo dentro do nosso resultado.

Com relação ao EBITDA, atingimos R\$157 milhões no trimestre, com margem de 6,2%. Do lado operacional, em volumes, o 4T foi impactado pela sazonalidade mais baixa do período e pelo resultado de um cenário econômico desafiador na América Latina, que pressionam os resultados no setor de varejo alimentar. Uma redução temporária de compras pelos varejistas no período levou a redução de volumes, e conseqüentemente, uma menor diluição de custos e despesas fixas que impactaram a rentabilidade do trimestre.

No ano, relembramos que a aquisição da Mabel, do ponto de vista de gestão contábil, registrou um ganho de compra vantajosa no terceiro trimestre. Esse efeito, em conjunto com o resultado operacional do período, fez com que a Companhia atingisse um EBITDA de R\$920 milhões, crescimento de +14% frente ao ano anterior, com margem de 9%. Excluindo não recorrente do 3T, o EBITDA no ano atingiu R\$778 milhões, com margem de 7,6%.

Após as integrações e aquisições do período, a Companhia está focada em projetos de eficiência, no mix de produtos com foco em maior valor agregado, e na nossa capacidade de potencializar vendas com a estratégia de cross-selling, alavancando vendas através das categorias.

Slide 5

Passando para os resultados operacionais por segmento, o alto giro, que é caracterizado pelas categorias de grãos e açúcar no Brasil, foi o mais impactado diante desse cenário mais desafiador de desaceleração temporária de compras pelos varejistas. No resultado do alto giro, o maior impacto foi decorrente de açúcar, com maior queda de volumes e preços, devido a um cenário mais competitivo em preços dos concorrentes. Com esse cenário em açúcar e a redução temporária de compra de clientes do volumes de grãos, apresentamos redução de 10% no volume do ano. Vale destacar que não observamos grandes variações no movimento por parte de consumidores, o que reforça a tese de ser um efeito temporário dentro das vendas do período. Esse efeito em volumes foi parcialmente compensado pelo crescimento dos preços de grãos, que se sustentam em patamares elevados no período.

Slide 6

Na categoria de alto valor no Brasil, que contempla pescados, massas, biscoitos e café, o volume apresentou crescimento de 47% no trimestre e 138% no ano, pela entrada das novas categorias no período de café e biscoitos e excelente resultado de volumes em pescados.

Dando um pouco mais de detalhe para vocês de cada uma dessas frentes, pescados é uma categoria que se recuperou da ruptura de sardinha de 2021 e, além de retomar sua rentabilidade histórica, apresentou um volume acima do histórico para o período.

Biscoitos entrou para a Companhia no dia 1º de novembro, sendo o 4T o primeiro trimestre em que trazemos o resultado da operação como um todo, que estava ainda no processo de integração e turn around.

Em café, a categoria foi lançada no final de março de 2022, e seguimos com crescimento mensal e ganho de market share. Estamos lançando novos SKUs para impulsionar os volumes e escala da categoria no novo

exercício, como o café torrado e moído em embalagem a vácuo e embalagens pouch de 250g para determinados mercados.

Massas apresentou redução de volumes, devido ao reposicionamento de preços realizado na marca de ocupação da categoria, assim como pelo nosso trabalho de redução de SKUs que eram menos rentáveis do portfólio. Com isso, mesmo com menor volume na categoria, conseguimos dobrar a margem EBITDA de massas desde a aquisição, apresentando excelente rentabilidade no ano e no trimestre.

Slide 7

No internacional, apresentamos crescimento de volume, principalmente em função do aumento das exportações no Uruguai. No trimestre, apresentamos uma queda já esperada, pelo descasamento temporário de exportações no país. Esse movimento é típico do modelo de negócios do Uruguai, que concentrou suas exportações esse ano principalmente no 2T. No Peru e no Chile, o volume de vendas de arroz empacotado e a rentabilidade seguem pressionados pelo cenário político e econômico dos países. No Equador, apresentamos queda de volume no trimestre, mas a rentabilidade do país vem trazendo bons frutos, com foco em ações de eficiência e estrutura comercial.

O ganho de escala que temos apresentado para vocês e a integração ágil das aquisições foram parte das grandes conquistas do período. Diante de um contexto macro desafiador e os desafios impostos pelas aquisições no último exercício, gostaria de agradecer esse ano especialmente ao nosso time de colaboradores Camil pela dedicação, assim como pela confiança de nossos acionistas, conselheiros, clientes e demais parceiros. Com uma robusta plataforma de marcas fortes, posicionamento de liderança, e know-how de mercado, iniciamos um novo ciclo, cada vez mais confiantes que a Companhia está no caminho para antecipar tendências e fortalecer nossa posição de consolidador no setor de alimentos da América do Sul.

Agora para entrar em maiores detalhes do desempenho financeiro, eu passo a palavra para o Flavio. Pode seguir Flavio, por favor.

Flavio Vargas - CFO

Slide 8

Obrigado Luciano, bom dia a todos.

Dando início à análise do desempenho financeiro do trimestre, atingimos R\$2,5 bilhões de receita líquida no trimestre, crescimento de 11% frente ao ano anterior. O CPV apresentou crescimento também por preços e entrada nas novas categorias. Com isso, nosso Lucro Bruto atingiu R\$481 milhões, 13% acima do ano anterior, com margem de 19% no trimestre.

O SG&A atingiu 16,5% da receita líquida do período, lembrando que tivemos a entrada das aquisições no período já citadas pelo Luciano, enquanto a receita e volume de vendas de parte dessas aquisições ainda estão entrando nos resultados da Companhia. Além das aquisições, apresentamos incremento de fretes e pessoal no período. Em outras receitas operacionais tivemos o impacto de ajustes contábeis relacionados à aquisição da Mabel e impacto do perdão de dívida da Café Bom Dia.

Em função da redução de volumes no período, o EBITDA do trimestre atingiu R\$157 milhões, com margem de 6,2% e o lucro líquido atingiu R\$16 milhões, impactado principalmente pelo resultado financeiro, com incremento de despesas financeiras decorrente do aumento na taxa de juros entre os períodos.

Slide 9

No ano, atingimos R\$10,2 bilhões de receita líquida no trimestre, crescimento de 13% frente ao ano anterior. O CPV apresentou crescimento também por preços e entrada nas novas categorias. Com isso, nosso Lucro

Bruto atingiu R\$2,1 bilhões, 19% acima do ano anterior, com margem de 21% no ano. O SG&A atingiu 16,1% da receita líquida do período. Tivemos efeitos não recorrentes no ano de R\$142 milhões, incluindo provisões que impactaram o G&A do 3T, a receita referente à compra vantajosa da aquisição da Mabel, e a provisão para transferência do ativo industrial de cookies da planta da Pepsico em Sorocaba para a planta de biscoitos.

O EBITDA do ano atingiu R\$920 milhões, crescimento de 14% com margem de 9,0%. Excluindo os efeitos não recorrentes citados, o EBITDA atingiu R\$778 milhões, crescimento de 8%, com margem de 7,6%.

O Resultado Financeiro líquido atingiu despesa de R\$80 milhões no trimestre e despesa de R\$290 milhões em 2022, em função do aumento de despesas financeiras pelo crescimento da taxa de juros entre os períodos. Levando esses fatores em consideração, o Lucro Líquido atingiu R\$16 milhões com margem de 1% no trimestre e R\$354 milhões com margem de 3,5% em 2022.

Slide 10

A dívida líquida da Companhia atingiu R\$2,7 bilhões, com endividamento líquido pelo EBITDA dos últimos doze meses de 3x no período. Relembramos que as aquisições entraram no balanço de uma vez, impactando endividamento e capital de giro, enquanto o resultado no ano ainda não contempla os doze meses da maior parte das aquisições. O Capex atingiu R\$99 milhões no trimestre e R\$400 milhões no ano, com o pagamento de R\$177 milhões da Mabel no 3T, investimentos de manutenção e alguns projetos de expansão. Vale destacar a postergação de parte do cronograma dos projetos de expansão da Companhia, tendo em vista o novo patamar de taxa de juros. O capital de giro atingiu R\$2,5 bilhões, crescimento frente ao ano anterior com a entrada das novas aquisições, e redução sequencial, devido a sazonalidade de grãos do período.

Slide 11

Para finalizar, em ESG, temos ações no relatório de sustentabilidade disponível para vocês na CVM e site de RI condizentes com o planejamento empresarial da Camil para os próximos anos, e em linha com nosso foco em realizar ações que são efetivas ao nosso entorno.

No ano, destacamos o trabalho de cultura ESG na Companhia, com discussões envolvendo os grupos de trabalho e metas ESG pelo terceiro ano atreladas à remuneração variável de todos os diretores da Companhia. Estamos focados na continuidade de projetos zero acidente em segurança do trabalho, projetos sociais de capacitação, como o Doce Futuro União, aumento da utilização e da geração de energia renovável, e evolução nos trabalhos em mudanças climáticas, com reporte do nosso inventário de emissões e CDP.

Slide 12

Para encerrar, como já ressaltado pelo Luciano, estamos em um novo ciclo de crescimento, pautado por ações focadas em potencializar nossa eficiência e sinergias das aquisições. Foi um ano difícil por acontecimentos macro no mundo e América Latina que impactaram o cenário de varejo alimentar como um todo. Nosso modelo de negócios foi defensivo, minimizando esses efeitos em nossos resultados. Hoje temos iniciativas que visam aumentar nossa rentabilidade e exposição às categorias de alto valor, assim como retomar vendas e rentabilidade da categoria de alto giro. Ambos levam a Companhia cada vez mais a um novo patamar de escala e rentabilidade.

Ficamos à disposição para o Q&A caso tenham alguma dúvida.

Obrigado a todos!