

Divulgação de Resultados

4T24 & 2024

O áudio com os comentários da administração já está disponível no website de Relações com Investidores.

Q&A

Horário:
11h00 (BRT)
10h00 (EST)
Em português, com tradução simultânea para o inglês.

Para conectar:
Acesso ao Webcast disponível no site de RI

Participantes
Luciano Quartiero
Diretor Presidente
Flavio Vargas
Diretor Financeiro e de RI

Relações com Investidores
Jenifer Nicolini
Marco Correia
Yuri Ferreira
Contato:
ri@camil.com.br



Camil. A BASE DO BRASIL.



Amor ❤️
Saudadeeeeeesssss

7:55 ✓

Essa mensagem poderia ser um **café**.

17:24 ✓



Sabor que transforma café em **união**



 Camil

CAMIL ANUNCIA OS RESULTADOS DO 4T24 E 2024

Receita Líquida de R\$3,0 bilhões no 4T24 (+12% YoY) e recorde de R\$12,3 bilhões em 2024 (+9% YoY) com EBITDA de R\$194 milhões no 4T24 e R\$907 milhões em 2024

São Paulo, 8 de maio de 2025 – A Camil Alimentos S.A. (“Camil” ou “Companhia”) (B3: CAML3) anuncia os resultados do quarto trimestre de 2024 (4T24 – dez/2024 a fev/2025) e acumulado do ano de 2024 (mar/2024 a fev/2025). Neste *release* as informações são apresentadas em IFRS e representam o resultado consolidado da Companhia em milhões de Reais (R\$) com comparações YoY referentes ao quarto trimestre de 2023 (4T23 – dez/2023 a fev/2024) e comparações do acumulado do ano de 2023 (2023 – mar/2023 a fev/2024), exceto quando especificado de outra forma. Os dados das aquisições nos períodos comparativos são reportados a partir da conclusão de cada transação.

Destaques

Volumes	O volume no 4T24 cresceu +5,3% YoY , impulsionado pelo alto valor (+17,7% YoY) , alto giro (+1,0% YoY) e pelo segmento internacional (+10,1% YoY) . Em 2024 , o volume apresentou redução de -3,5% YoY , devido à queda no alto giro (-3,0% YoY) e internacional (-8,2% YoY) , parcialmente compensado pelo crescimento de volumes do alto valor (+10,7%) .
Receita	Receita Bruta de R\$3,5 bilhões (+10,7% YoY) no 4T24 e recorde de R\$14,1 bilhões (+8,9% YoY) em 2024 . Receita Líquida de R\$3,0 bilhões (+11,7% YoY) no 4T24 e R\$12,3 bilhões (+9,0% YoY) em 2024 .
Lucro Bruto	Lucro Bruto de R\$531,5 milhões (-7,2% YoY) com margem de 17,7% (-3,6pp YoY) no 4T24 e recorde de R\$2,4 bilhões (+5,0% YoY) com margem de 19,5% (-0,7pp YoY) em 2024 .
EBITDA	EBITDA de R\$193,9 milhões (-23,6% YoY) com margem de 6,5% (-3,0pp YoY) no 4T24 e de R\$907,3 milhões (-0,7% YoY) com margem de 7,4% (-0,7pp YoY) em 2024 .
Lucro/Prejuízo Líquido	Prejuízo Líquido de R\$24,6 milhões no 4T24 e Lucro Líquido de R\$217,0 milhões (-39,8% YoY) com margem de 1,8% (-1,4pp YoY) em 2024 .
Capex	Capex ex-M&A de R\$121,9 milhões (+41,3% YoY) no 4T24 e R\$335,0 milhões (+15,4% YoY) em 2024 . Adicionalmente, no 3T24, registramos o adiantamento de R\$199 milhões para aquisição no Paraguai.
Endividamento	Dívida Líquida/EBITDA UDM de 3,0x (+0,1pp YoY) em 2024 .

Destaques Financeiros	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	VS 12M23
Receita Bruta	3.129,0	3.555,0	3.463,3	10,7%	-2,6%	12.974,1	14.123,4	8,9%
Receita Líquida	2.682,3	3.104,6	2.997,1	11,7%	-3,5%	11.249,6	12.262,9	9,0%
Lucro Bruto	572,6	534,2	531,5	-7,2%	-0,5%	2.276,0	2.389,9	5,0%
Margem Bruta (%)	21,3%	17,2%	17,7%	-3,6pp	0,5pp	20,2%	19,5%	-0,7pp
EBITDA	253,8	171,3	193,9	-23,6%	13,1%	914,0	907,3	-0,7%
Margem EBITDA (%)	9,5%	5,5%	6,5%	-3,0pp	0,9pp	8,1%	7,4%	-0,7pp
Lucro/Prejuízo Líquido	106,6	44,4	(24,6)	n.a.	n.a.	360,5	217,0	-39,8%
Margem Líquida (%)	4,0%	1,4%	(0,8%)	-4,8pp	-2,3pp	3,2%	1,8%	-1,4pp
Capex ex M&A	86,3	83,7	121,9	41,3%	45,6%	290,4	335,0	15,4%
Dív. Líq./EBITDA UDM (x)	2,9x	4,2x	3,0x	0,1x	-1,3x	2,9x	3,0x	0,0x
Destaques operacionais	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24
Volumes (em mil tons)	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	VS 12M23
Volume Consolidado	435,0	540,3	458,1	5,3%	-15,2%	2.192,0	2.114,7	-3,5%
Brasil	307,2	383,9	317,4	3,3%	-17,3%	1.516,8	1.494,6	-1,5%
Alto Giro	264,2	338,3	266,8	1,0%	-21,1%	1.342,3	1.301,5	-3,0%
Alto Valor	43,0	45,5	50,6	17,7%	11,0%	174,5	193,1	10,7%
Internacional	127,8	156,4	140,7	10,1%	-10,0%	675,2	620,1	-8,2%
Preços Líquidos(R\$/Kg)								
Brasil								
Alto Giro	5,04	4,26	4,48	-11,0%	5,2%	4,20	4,55	8,4%
Alto Valor	15,09	12,64	18,40	21,9%	45,6%	13,05	14,04	7,6%
Internacional	5,57	5,82	6,50	16,6%	11,6%	4,71	5,61	19,0%

Sumário

Destaques	1
Mensagem da Administração	3
Principais Eventos	4
ESG	4
Prêmios e Reconhecimentos	5
Desempenho Operacional	9
Demonstrações de Resultado Consolidado	11
Demonstrações de Resultado por Segmento	11
Desempenho Financeiro	12
Estrutura e Performance Acionária	17
Agenda com o Mercado	17
Isenção de Responsabilidade	18
Apêndice – Informações Financeiras do Trimestre	19
Balanço Patrimonial Consolidado	19
Fluxo de Caixa	21

Mensagem da Administração

Em 2024, a Camil registrou receita líquida de R\$12,3 bilhões, representando um crescimento de +9% em relação ao ano anterior. O EBITDA atingiu R\$907 milhões, com margem de 7,4%. Esse resultado foi impulsionado, principalmente, pela dinâmica de preços elevados de arroz na categoria de alto giro no Brasil, pelo crescimento de volumes nas categorias de alto valor (pescados, massas, café e biscoitos), além de uma sólida performance nos mercados internacionais.

No segmento de alto giro no Brasil (grãos e açúcar), destacamos o impacto dos preços elevados do arroz na receita anual. Em açúcar, tomamos medidas para minimizar os efeitos de um cenário desafiador, mantendo as operações de exportação durante o ano. No entanto, seguimos enfrentando desafios em termos de rentabilidade e volume no varejo nacional, devido à alta competitividade do setor. Nas categorias de alto valor, registramos crescimento consistente, sustentado pelo aumento de volumes em novas categorias, refletindo o fortalecimento do nosso portfólio. Destacamos a manutenção da boa rentabilidade em massas no ano, impulsionada pelo lançamento das massas da marca Camil na região metropolitana de São Paulo, reforçando a estratégia de crescimento de uma das categorias com maior rentabilidade no ano. Trabalhamos nos últimos anos na expansão da capacidade de produção de massas e estamos construindo nosso espaço para expansão de vendas e aumento da representatividade da categoria para a Camil. No segmento de café, identificamos oportunidades relevantes e estamos implementando inovações e melhorias de execução para acelerar nosso crescimento. O café União ampliou seu portfólio e alcançou o Brasil com novas versões de embalagens adequadas à preferência dos consumidores, nos posicionando como o quarto maior player do segmento em três anos de operação. Em biscoitos, mantivemos o foco em campanhas para revitalizar e fortalecer a marca Mabel. Nossa estratégia permanece clara e consistente: acelerar o crescimento nas categorias de alto valor, especialmente café, massas e biscoitos, nas quais temos capacidade produtiva disponível e oportunidades expressivas de expansão, tanto em volume quanto em rentabilidade.

No mercado internacional, mantivemos uma trajetória sólida de rentabilidade, com destaque para o desempenho das exportações do Uruguai e a expansão nos mercados locais de Chile, Peru e Equador. Como parte do nosso plano de crescimento e consolidação regional, anunciamos nossa entrada no Paraguai, pendente fechamento da operação.

Avançamos também em nossa agenda ESG, com destaque para a inclusão da Camil novamente na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial, o ISE, da B3 com vigência a partir de maio de 2025. Além disso, destacamos a continuidade da publicação do nosso Relatório de Sustentabilidade, que detalha as principais iniciativas e avanços da Companhia com base nas melhores metodologias de mercado. Seguimos com nossos projetos sociais Grãos da Base e Doce Futuro, impulsionando a capacitação e treinamento de microempreendedores. Do lado ambiental, ampliamos a promoção da economia circular em nossas operações, com destaque para a geração de energia renovável a partir da casca de arroz, com foco na gestão responsável de nossos resíduos. Também focamos em nossos colaboradores, com capacitação, voluntariado e desenvolvimento de projetos focados em cultura colaborativa. Esses marcos no ano reforçam nosso compromisso na criação de valor compartilhado e na perenidade dos nossos negócios.

Com um portfólio diversificado de produtos e uma presença geográfica estratégica na América do Sul, seguimos investindo na eficiência de nossas operações e na valorização das nossas marcas. Ao longo dos mais de 60 anos de história, a Camil se consolidou como uma referência no setor de alimentos, com marcas reconhecidas pelos consumidores nos diversos países onde atuamos. Continuamos confiantes de que estamos no caminho certo para fortalecer ainda mais nossa posição de liderança e entregar valor sustentável a todos os nossos públicos.

Luciano Quartiero
Diretor Presidente

Flavio Vargas
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Principais Eventos

- ⊗ **Junho 2024: Conclusão 14ª Emissão de Debêntures:** No dia 18 de junho de 2024, a Companhia concluiu a 14ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, em 3 séries, no valor de R\$650 milhões, sendo suas remunerações: 1ª série com remuneração de CDI 104% a.a, 2ª série IPCA +6,82% a.a e 3ª série IPCA +6,99% a.a.
- ⊗ **Junho 2024: Assembleia Geral Ordinária:** Em junho de 2024 a Companhia realizou a Assembleia Geral Ordinária Anual. Os materiais da Assembleia estão disponíveis no website de Relações com Investidores da Companhia.
- ⊗ **Julho 2024: Publicação do Relatório de Sustentabilidade:** Em julho de 2024, a Camil publicou seu relatório de sustentabilidade, descrevendo as práticas, desempenho e impacto ambiental, social e governança que a Companhia vem praticando em suas operações e cadeia de valor. O relatório está disponível na CVM e no website de Relações com Investidores da Companhia.
- ⊗ **Setembro 2024: Informe de Governança Corporativa:** Em setembro de 2024, a Camil publicou seu informe do Código Brasileiro de Governança Corporativa 2024. Mantivemos nossa posição estável em 92% de aderência, reforçando mais uma vez a nossa governança com as melhores práticas de mercado. Para consultar o informe, acesse a CVM ou o site de Relações com Investidores da Companhia.
- ⊗ **Novembro 2024: Celebração do Contrato Definitivo para Aquisição da Villa Oliva:** Em 18 de novembro de 2024, a Companhia anunciou a aquisição de 100% da Rice Paraguay S.A. e 80% da Villa Oliva Rice S.A. por meio da Q2PY S.A. Após a conclusão da transação, a Q2PY controlará as terras rurais, enquanto a Camil ficará com os ativos industriais da Villa Oliva. A Companhia manterá o mercado informado acerca dos próximos passos para a conclusão da transação.
- ⊗ **Fevereiro 2025: Aprovação de pagamento de JCP e Dividendos:** Em fevereiro de 2025, o Conselho de Administração da Companhia aprovou o pagamento de Juros sobre Capital Próprio no valor de R\$25 milhões, correspondente ao valor bruto unitário de aproximadamente R\$0,07 por ação, com pagamento realizado em março de 2025. Com esse montante, a Companhia totalizou a distribuição de R\$100 milhões em proventos no exercício.
- ⊗ **Abril 2025: Camil integra o ISE 2025:** Pelo terceiro ano consecutivo a Camil passou a integrar a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 - Brasil, Bolsa, Balcão. A inclusão da Camil na nova composição do ISE reforça o compromisso da Companhia em atuar no desenvolvimento sustentável dos negócios, do planeta e na criação de valor compartilhado.

ESG

Em 2024, conduzimos uma avaliação transversal das iniciativas relacionadas aos temas materiais de ESG na Companhia, culminando na elaboração de um plano de ação integrado e multissetorial. Como um dos principais avanços, destacamos a melhoria da pontuação da Camil no questionário do **Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, no qual seguimos presentes em 2025 através do anúncio da nova carteira vigente a partir de 5 de maio de 2025**. Esse resultado reforça nosso compromisso contínuo com o desenvolvimento sustentável dos negócios e a criação de valor compartilhado.



No pilar social, fortalecemos nosso impacto positivo nas comunidades onde atuamos, alavancando nossos empreendimentos e marcas. Reforçamos os projetos Grãos da Base, com a marca Camil, e Doce Futuro, com a marca União — ambos baseados em metodologia proprietária que capacita pequenos empreendedores e negócios locais em gestão, com foco em rentabilidade e sustentabilidade. Também ampliamos nossas iniciativas voltadas ao desenvolvimento interno, promovendo capacitação, cultura colaborativa e o engajamento de nossos colaboradores, em linha com os valores da Companhia e com nossa estratégia de crescimento sustentável.

Na frente ambiental, destacamos a geração de energia limpa a partir da casca de arroz, um subproduto do nosso processo produtivo. Em nossas unidades de Itaqui e Capão do Leão, utilizamos esse material como biocombustível em termoeletricas, transformando resíduos em energia. A cinza resultante é reaproveitada como adubo agrícola, fechando o ciclo de forma sustentável e contribuindo para uma gestão mais eficiente e responsável de nossos resíduos, fortalecendo nosso pilar de economia circular.

A Companhia está em fase final de preparação do seu próximo Relatório de Sustentabilidade, referente ao fechamento de fevereiro de 2025. Seguimos comprometidos em fortalecer nosso impacto positivo, cuidando das pessoas que fazem parte da nossa jornada, assegurando a qualidade de nossos produtos e atuando com responsabilidade na mitigação dos impactos ambientais que geramos.

Prêmios e Reconhecimentos

- Ⓢ **Prêmio “Marcas de Quem Decide 2024 (Jornal do Comércio do RS) – 5º Lugar** da marca Namorado na categoria de Arroz
- Ⓢ **Líder de Vendas Brasil da ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados) – 1º Lugar** da marca Camil na categoria de Arroz e 1º lugar da marca União Refinado na categoria Adoçados
- Ⓢ **Top of Mind do Rio Grande do Sul – Preferência de marca** na região Sul e 1º lugar na categoria de Feijão
- Ⓢ **Troféu Gente Nossa – Amis (Associação Mineira de Supermercados) – 1º lugar** marca Santa Amália na categoria Mistura para Bolo e 1º lugar marca Santa Amália na categoria de Massas
- Ⓢ **Premiação Ranking Marcas da S.A Varejo – 1º lugar** marca União na categoria Açúcar; 1º lugar marca Camil na categoria Arroz; 1º Lugar marca Coqueiro na categoria Sardinha; 2º Lugar marca Santa Amália na categoria Massas
- Ⓢ **Camil Marca de Alto Renome – A Camil, com os seus 61 anos de tradição, foi reconhecida pelo INPI como marca de alto renome.** Esse título nos confere prestígio e reconhecimento pela tradição, presença e preferência da nossa marca no Brasil.
- Ⓢ **Marcas Preferidas – Diário de Pernambuco – União 1º Lugar e Camil 3º Lugar.**
- Ⓢ **29º Marcas Top of Mind Minas Gerais 2024 – Santa Amália: Marca líder no interior e marca de expressão na capital.**
- Ⓢ **Prêmio Abre – Café União Gourmet foi vencedor prata** nas categorias de bebidas não alcoólicas e design gráfico.
- Ⓢ **Valor 1000 – 104ª posição.**
- Ⓢ **Melhores & Maiores – Revista Exame – 111ª posição.**
- Ⓢ **Forbes Agro100 Maiores no Brasil – 23ª posição.**
- Ⓢ **500 Maiores do Sul – Revista Amanhã – 24ª posição.**
- Ⓢ **Melhores do Agro 2024 – Revista Globo Rural – 37ª posição geral e 21ª posição entre as 50 maiores por região: Sudeste.**
- Ⓢ **Prêmio APAS Acontece – Revista Super Varejo - Categoria: Mercadoria Commodities.**
- Ⓢ **Prêmio Effie Awards Brasil – Prata** na categoria Marketing de Influência: ação "Camil: 50/50 – Qual é a sua Base?"
- Ⓢ **49º Anuário do Clube da Criação – Bronze** na categoria Negócios (Criação) - Alimentícios e Anuário na categoria Design: ação "Camil: 50/50 – Qual é a sua Base?"
- Ⓢ **El Ojo de Iberoamérica – Prata** na categoria Design e bronze nas categorias Transformação Criativa do Negócio e Digital & Social - Ação: "Camil: 50/50 – Qual é a sua Base?"
- Ⓢ **Top of Mind – Folha de São Paulo - Coqueiro (Sardinha) e Camil (Feijão).**
- Ⓢ **Prêmio Marcas & Consumidores - Profissional de Marketing do Ano**
- Ⓢ **SuperVarejo – Ranking 5 + mais vendidas no Varejo: Arroz Camil: 1º lugar, Feijão Camil: 2º lugar, Açúcar União: 2º lugar e Atum Coqueiro: 2º lugar**
- Ⓢ **Institutional Investor: na premiação da Institutional Investor, ficamos em #1 em praticamente todas as categorias no âmbito de small caps e, no overall, também tivemos grandes destaques esse ano, incluindo:**

Small Caps	Overall
Ⓢ #1 Melhor CEO	Ⓢ #1 Melhor Investor Day
Ⓢ #1 Melhor CFO	Ⓢ #3 Melhor Profissional de RI
Ⓢ #1 Melhor Profissional de RI	E pelo sell side:
Ⓢ #1 Melhor Conselho de Administração	Ⓢ #1 Melhor Conselho de Administração
Ⓢ #1 Melhor Investor Day Anual	Ⓢ #2 Melhor CEO
Ⓢ #1 Melhor Programa de RI	Ⓢ #2 Melhor CFO
Ⓢ #1 Melhor Programa de ESG	Ⓢ #2 Melhor Profissional de RI
	Ⓢ #2 Melhor Programa de RI

Marcas e Lançamentos

Camil, a base do Brasil: seguimos durante todo o ano 24'25 com a evolução da campanha “Camil a Base do Brasil” através de um novo visual e a execução de comunicação em São Paulo e Minas Gerais através dos canais digitais, mobiliário urbano (OOH) e pontos de venda. A campanha tem como foco reforçar a importância do consumo de grãos, principalmente Arroz e Feijão, comunicando para o consumidor os benefícios nutricionais e inspirações culinárias de todo o portfólio da marca.



Em 2024, a marca marcou a sua entrada na categoria de massas com o lançamento das Massas Camil Sêmola e Sêmola com ovos. Com portfólio alinhado ao mercado em quatro diferentes tipos de cortes, sendo eles: Espaguete, penne, parafuso e padre nosso. Como parte das ações, a marca participou da 27ª edição do “Festival Cultura e Gastronomia de Tiradentes”, um dos mais conceituados eventos nacionais de gastronomia. Camil esteve presente de forma ativa com ações de “Cozinha ao vivo” e aulas no “Espaço Conhecimento”, liderados pelos chefs convidados Helvécio Maciel e Carolina Fadel, e pelo Chef Lucas Canalis, da Casa do Sabor Camil. Além disso, a marca iniciou a ação "Rota do PF", um movimento focado em dar visibilidade a esse prato tradicional da gastronomia brasileira. Com ativações em mídias locais e engajamento através de influenciadores regionais, a ação reforça o compromisso da Camil com a valorização da comida cotidiana e a cultura alimentar do Brasil.



No terceiro trimestre de 2024, a Camil celebrou o grande sucesso da ação "50/50 – Qual é a sua Base?", realizada no ano de 2023. A campanha causou grande repercussão ao provocar a divertida discussão sobre a ordem de servir arroz e feijão: "feijão por cima ou por baixo?". A brincadeira conquistou os brasileiros e gerou um engajamento expressivo nas redes sociais, milhares de impressões, e o principal, o crescimento nas vendas de feijão. Foram inúmeros comentários, e a alta das hashtags: #FeijaoporCima e #FeijaoporBaixo também colocaram o tema no topo das conversas. Para dar ainda mais peso na discussão, a campanha contou com influenciadores que se posicionaram dizendo a ordem que preferem no prato. O assunto ainda repercutiu na imprensa e programas de TV, impactando até mesmo marcas de outros segmentos, como bebidas e embutidos. Com o maior resultado da marca, a ação teve o seu reconhecimento com a Prata no Prêmio Effie Awards Brasil 2024, uma das principais premiações de marketing e publicidade. E no anuário do Clube da Criação e no âmbito internacional, com destaque no prêmio El Ojo.



Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Camil? [Acesse o site da marca de grãos Camil.](#)

União, sabor que transforma: Durante o ano, a marca União realizou ações no digital em datas super icônicas e importantes para os brasileiros. No Dia das Mães, convidamos os creators Lucas Corazza, Ju Ferraz e Lais Cintra para lembrar a infância — como quando, na escola, faziam presentes para suas mães. Para os consumidores, abrimos uma caixa de perguntas no Instagram, convidando-os a enviar a receita preferida de suas mães. Nossa cozinha experimental então elaborava a receita para que cada filho pudesse produzi-la. Para o Dia dos Avós, convidamos dois influenciadores — Leo Kazuya e Lorenzo Ravioli — para repaginarmos os livros de receitas de suas avós. Recebemos aqueles cadernos antigos, com páginas gastas pelo tempo, e criamos um visual totalmente novo, contando a história da família e deixando muitas páginas em branco para escrever novas receitas.



E para uma das datas mais esperadas pelos consumidores, “O Natal”, nos apropriamos de uma frase muito usada nas redes para criar uma receita especial. Nessa época do ano, temos uma alta no uso da hashtag #tortadeclimão, por conta das perguntas indelicadas da família. Criamos, então, uma torta bem doce e saborosa para escapar desse clima e, como a União sabe fazer muito bem, transformar qualquer momento em felicidade.



Tivemos uma promoção focada no PDV, em forma de Programa de Fidelidade, “Juntou, trocou União. Sabor que transforma”. O consumidor de São Paulo, ao comprar produtos União e se cadastrar na promoção, acumulava pontos e de acordo com a pontuação, poderia escolher os prêmios que desejava adquirir, como: icônicos livros de receitas de União, elaborado pela Cozinha Experimental, até outros prêmios, como aventais, panos de prato, potes de mantimentos e açucareiros.

Durante o ano, lançamos também a nova campanha do Café União, 'Essa Mensagem Poderia Ser um Café', que se apoia em uma realidade das rotinas atuais e convida as pessoas a transformarem interações virtuais em encontros presenciais. Ela ilustra que a melhor maneira de aproveitar um momento especial é transformando uma mensagem, um áudio ou um texto em um encontro promovido por Café União. A campanha esteve presente na mídia digital e mídias externas (OOH) nas regiões metropolitanas de SP e RJ. A campanha também contou com um time de influenciadores que trouxeram conteúdos em que o posicionamento se materializa, assim tangibilizando os encontros reais de forma a incentivar o público a promover os mesmos em suas próprias rotinas. Essas iniciativas não apenas aproximaram as pessoas, mas também reforçaram a ideia de que momentos compartilhados com um Café União têm o poder de transformar encontros em memórias inesquecíveis.



O lançamento do Café União Gourmet tem como objetivo de atender o paladar do consumidor que busca cafés com aroma e sabor sofisticados. A nova linha de produto possui três versões 100% arábica, e o nome das variantes são de acordo com os grãos de origem de regiões conhecidas por cafés de alta qualidade: Cerrado Mineiro com aroma marcante e notas de chocolate, caramelo e nozes; Mogiana Paulista, com aroma marcante e notas de chocolate, nozes e mel; e Sul de Minas, com aroma marcante e notas de chocolate e frutas.

União fortaleceu seu relacionamento com o público de profissionais de confeitaria e influenciadores do mesmo universo. A marca foi uma das patrocinadoras da mais cobiçada premiação do país: o Cake Awards 2024. No mês de abril, marcou presença na maior feira do segmento: a Mara Cakes Fair. Além do patrocínio do evento, a marca esteve com um stand instagramável, distribuição de doces e degustação de cafés. Além de ter também divulgado seu programa de responsabilidade social 'Doce Futuro'.

Quer saber mais sobre as iniciativas da marca União? [Acesse o site da marca União.](#)

Coqueiro, o Peixe da Hora: A marca Coqueiro reforçou seu posicionamento “Coqueiro, o Peixe da Hora de Verdade” durante o ano de 2024. A campanha é uma evolução da campanha vigente desde 2022, “Coqueiro, o Peixe da Hora”, com um novo foco em trazer à tona as verdades relacionadas com o consumo de pescados enlatados. Para isso, a Coqueiro lançou 4 filmes, batizados de “Fake ou Verdade”, que são 100% veiculados no digital e ajudam a desmistificar situações, comentários, frases e pensamentos que são fakes, como por exemplo a ideia de que os pescados em conserva têm muitos conservantes. E tudo isso foi feito através um novo porta-voz: o Coqueirito. O novo mascote da marca, foi lançado junto com a nova campanha, e é o apresentador dos conteúdos. O Coqueirito foi criado com o objetivo de dar vida à logomarca de Coqueiro e ele sempre encerra as campanhas mergulhando na latinha, para reforçar que Coqueiro é peixe de verdade.



Reforçando sua presença no universo fitness, a marca em parceria com a SmartFit, desenvolveu uma ação intitulada Projeto Fishness, em que reforça o atum como fonte de proteína e uma ótima opção para o pós treino já que tem 30g de proteína por lata. Dentre as frentes da ativação, tivemos a distribuição de sampling nas principais unidades da rede de academias e veiculação de conteúdos nos principais formatos de visibilidade disponíveis nas unidades da rede.

Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Coqueiro? [Acesse o site da marca Coqueiro.](#)

Santa Amália, por uma Vida + Massa: A campanha reforçando o posicionamento foi o foco dos esforços de comunicação, investindo em TV, mídia exterior e fortemente no digital - em mídia programática, Youtube e nas redes sociais com editorias de conteúdo trabalhando a mineiridade e a tradição da marca, com produção de conteúdos próprios promovendo receitas e momentos +massa para todas as ocasiões de consumo.

Afim de garantir proximidade com o público, Investiu em ações com influenciadores com grande engajamento com os mineiros através do “Desafio da troca de Pratos” e do “Dia do Macarrão”, que contou com a participação da chef Ju Lima, que proporcionou junto à marca um dia de imersão no Mercado Distrital de Belo Horizonte (MG), encontrando ingredientes típicos da região para produzir pratos deliciosos com Santa Amália.



Em parceria com a influenciadora A Horizontina, a marca foi para as ruas de Belo Horizonte em uma ação em que a creator entrevistou os mineiros com perguntas relacionados ao “jeitinho mineiro de falar” que é característica marcante do sotaque da região. Com objetivo de reforçar a mineiridade da marca, a ação foi bem aceita pelo público gerando diversos comentários positivos nas publicações.

Como parte das comemorações de seus 70 anos, Santa Amália desenvolveu um conteúdo especial celebrando essa trajetória com muito sabor, reforçando ainda mais sua conexão com Minas Gerais e com os mineiros, que fizeram parte dessa história.

Além disso, a marca esteve presente no Festival de Comida e Gastronomia da roça na cidade de Gonçalves - MG, onde a Chef da marca Giulia Ayako cozinhou com grandes chefs da região. E no Fatura Nova Lima, que contou com a participação da chef Carol Fadel e do chef Lucas Canalis, tendo a cobertura do evento por influenciadores da região.

Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Santa Amália? [Acesse o site da marca Santa Amália.](#)

Mabel, pra se Sentir em Casa: A marca Mabel seguiu com a comunicação do seu posicionamento: “Mabel, Pra se sentir em casa”. Trabalhando com diferentes editorias e mesclando a voz da marca com a voz de influenciadores para a construção do seu conteúdo. A marca vem explorando quais são as principais coisas que nos trazem o sentimento confortável e aconchegante de estar em casa, mostrando ocasiões mais tradicionais como o café da tarde em família ou o café da manhã na cama, ou até discutindo elementos mais pessoais, como por exemplo: “Como você arruma a sua cozinha?”, “Como você fecha os seus pacotes de biscoitos?”, dentre outros.



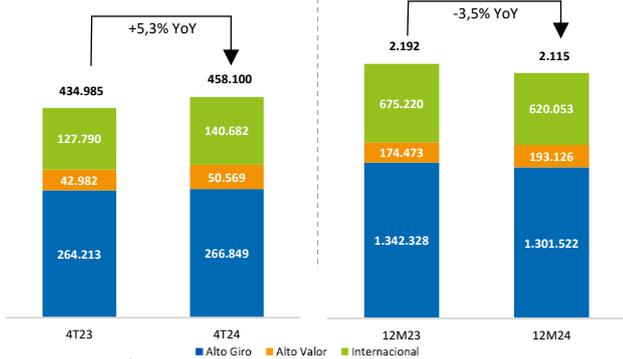
Durante o ano, a marca Mabel lançou uma ação de marca que foi um sucesso de repercussão. Trata-se da ação batizada de “Pra se sentir em casa, em qualquer lugar”, cuja ideia foi de “construir” um ponto de ônibus da marca no centro de Belo Horizonte (MG), para convidar os mineiros a esperarem o ônibus de uma forma mais confortável, aconchegante e acolhedora. O ponto de ônibus foi inspirado em uma sala de casa, com biscoitos e café servidos, e o influenciador Gustavo Tubarão foi o escolhido para abordar as pessoas nas ruas os convidando a se sentirem em casa com Mabel. A campanha foi apresentada através de uma série de vídeos que mostram como foram essas interações, e o objetivo da ação foi de mostrar, de uma forma visual, o sentimento que uma mordida do biscoito Mabel pode provocar, de ser teletransportando (nesse caso, literalmente), para um espaço como se fosse sua casa.

Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Mabel? [Acesse o Instagram da marca Mabel.](#)

Desempenho Operacional

Evolução Volume (k ton)

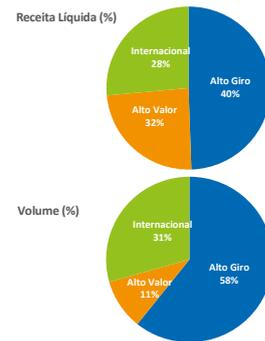
Volumes 4T24 vs. 4T23 (k ton)



Fonte: Companhia

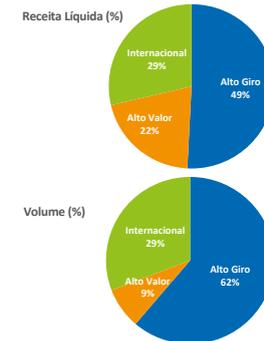
Representatividade por Categoria (%)

Representatividade 4T24 (%)



Fonte: Companhia

Representatividade 2024 (%)



Classificação por categoria: **Alto Giro:** categorias no Brasil de grãos (arroz, feijão e outros grãos) e açúcar; **Alto Valor:** categorias no Brasil de pescados enlatados, massas, biscoitos e café; **Internacional:** Uruguai, Chile, Peru e Equador.

O **volume consolidado cresceu +5,3%** no **4T24** em relação ao mesmo período do ano anterior, impulsionado principalmente pelo aumento de 1,0% no volume de alto giro no Brasil, com destaque para o crescimento de grãos, embora parcialmente compensado pela queda no volume de açúcar. A categoria de alto valor registrou aumento de +17,7% na comparação anual, com crescimento em todas as categorias. No mercado internacional, o volume aumentou +10,1% YoY, refletindo o maior nível de exportações no Uruguai no trimestre.

O **volume consolidado reduziu -3,5%** em **2024** na comparação anual, refletindo principalmente a redução de -1,5% no volume de alto giro, em função de menores volumes na categoria de açúcar, impactado por um cenário desafiador no varejo ao longo do ano. Em alto valor, registramos crescimento em todas as categorias, reforçando a capacidade da Companhia de fortalecer o crescimento das novas frentes de negócio. No mercado internacional, o volume de vendas caiu -8,2% YoY, devido a menores vendas no Uruguai, Chile e Peru.

Alto Giro



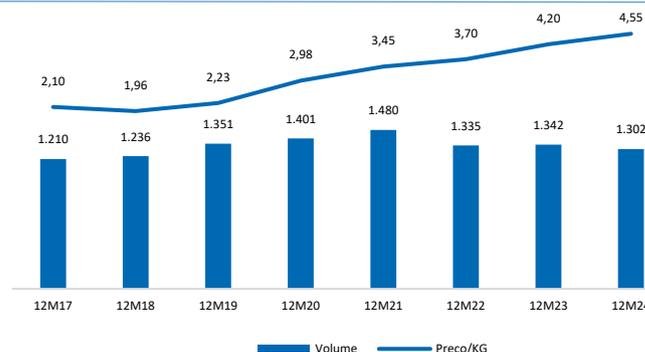
- ⊗ **Volume:** 266,8 mil tons, +1,0% YoY no 4T24 e 1.301,5 mil tons, -3,0% YoY em 2024
- ⊗ **Preço líquido:** R\$4,48/kg, -11,0% YoY no 4T24 e R\$4,55/kg, +8,4% YoY em 2024
- ⊗ **Mix de vendas:** Crescimento do volume no 4T24 impulsionado por grãos e parcialmente compensado pela redução de açúcar. Queda de volumes em 2024, principalmente, por menores volumes em açúcar, devido ao cenário competitivo no varejo ao longo do ano.
- ⊗ **Mercado²:** **Arroz:** R\$98,11/saca (-20,0% YoY) no 4T24 e R\$109,23/saca (+9,2% YoY) em 2024, **Feijão:** R\$205,79/saca (-33,6% YoY) 4T24 e R\$231,31/saca (-18,1% YoY) 2024. **Açúcar:** R\$153,49/saca (+3,9% YoY) 4T24 e R\$145,57/saca (+0,2% YoY) em 2024.

Alto Giro - Evolução Volume Trimestral Histórico (mil tons) e Preço Líquido (R\$/kg)



Fonte: Companhia

Alto Giro - Evolução Volume Anual Histórico (mil tons) e Preço Líquido (R\$/kg)



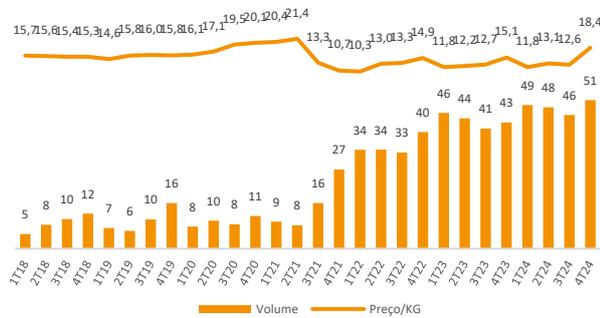
Fonte: Companhia

Alto Valor



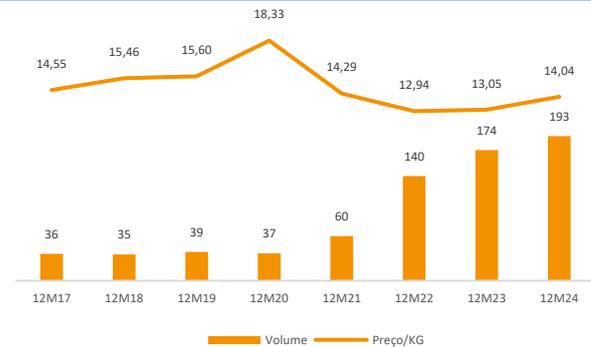
- ⊗ **Volume:** 50,6 mil tons, +17,7% YoY no 4T24 e 193,1 mil tons, +10,7% YoY em 2024
- ⊗ **Preço líquido:** R\$18,40/kg, +21,9% YoY no 4T24 e R\$14,04/kg, +7,6% YoY em 2024
- ⊗ **Mix de vendas:** Crescimento de volumes em pescados, massas, cafés e biscoitos no trimestre e no ano, reforçando nossa estratégia de crescimento nas operações de alto valor.
- ⊗ **Mercado³:** Trigo: R\$1.418,66/ton (+12,5% YoY) no 4T24 e R\$1.424,27/ton (+8,0% YoY) em 2024 e Café: R\$2.374,12,29/ton (+139,5% YoY) no 4T24 e R\$1.611,34/ton (+70,9% YoY) em 2024.

Alto Valor - Evolução Volume Trimestral Histórico (mil tons) e Preço Líquido (R\$/kg)



Fonte: Companhia

Alto Valor - Evolução Volume Anual Histórico (mil tons) e Preço Líquido (R\$/kg)



Fonte: Companhia

Internacional

No segmento internacional, o volume de vendas atingiu 140,7 mil tons no 4T24 (+10,1% YoY) e 620,1 mil tons (-8,2% YoY) em 2024. No trimestre, o aumento foi devido a maiores níveis de exportações no Uruguai durante o período. No ano, a redução de volumes ocorreu devido aos menores níveis de volumes no Uruguai, Chile e Peru, parcialmente compensando por maiores volumes no Equador.

Internacional - Evolução Volume Trimestral Histórico (mil tons)



Fonte: Companhia

Internacional - Evolução Volume Anual (mil tons)



Fonte: Companhia

Demonstrações de Resultado Consolidado

Demonstrativos (em R\$ milhões)	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Receita Bruta	3.129,0	3.555,0	3.463,3	10,7%	-2,6%	12.974,1	14.123,4	8,9%
(-) Deduções de Vendas	(446,7)	(450,4)	(466,1)	4,3%	3,5%	(1.724,5)	(1.860,5)	7,9%
Receita Líquida	2.682,3	3.104,6	2.997,1	11,7%	-3,5%	11.249,6	12.262,9	9,0%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(2.109,8)	(2.570,4)	(2.465,7)	16,9%	-4,1%	(8.973,7)	(9.873,0)	10,0%
Lucro Bruto	572,6	534,2	531,5	-7,2%	-0,5%	2.276,0	2.389,9	5,0%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(386,7)	(447,3)	(438,4)	13,4%	-2,0%	(1.682,2)	(1.803,1)	7,2%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	2,4	16,1	33,7	1286,4%	109,1%	58,3	54,1	-7,2%
Lucro Operacional (EBIT)	188,3	103,1	126,8	-32,6%	23,1%	652,1	641,0	-1,7%
(+/-) Resultado Financeiro	(100,6)	(115,2)	(161,0)	60,1%	39,8%	(423,7)	(464,4)	9,6%
Resultado antes Impostos	87,7	(12,2)	(34,2)	<i>n.a.</i>	181,3%	228,4	176,6	-22,7%
Total Imposto de Renda / CSLL	18,9	56,5	9,6	-49,3%	-83,0%	132,1	40,4	-69,4%
Lucro/Prejuízo Líquido	106,6	44,4	(24,6)	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	360,5	217,0	-39,8%
Reconciliação EBITDA								
Lucro/Prejuízo Líquido	106,6	44,4	(24,6)	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	360,5	217,0	-39,8%
(-) Resultado Financeiro Líquido	100,6	115,2	161,0	60,1%	39,8%	423,7	464,4	9,6%
(-) Imposto de Renda / CSLL	(18,9)	(56,5)	(9,6)	-49,3%	-83,0%	(132,1)	(40,4)	-69,4%
(-) Depreciação e Amortização	65,5	68,3	67,0	2,3%	-1,8%	261,9	266,3	1,7%
(=) EBITDA	253,8	171,3	193,9	-23,6%	13,1%	914,0	907,3	-0,7%
Margens								
Margem Bruta	21,3%	17,2%	17,7%	-3,6pp	0,5pp	20,2%	19,5%	-0,7pp
Margem EBITDA	9,5%	5,5%	6,5%	-3,0pp	0,9pp	8,1%	7,4%	-0,7pp
Margem Líquida	4,0%	1,4%	(0,8%)	-4,8pp	-2,3pp	3,2%	1,8%	-1,4pp

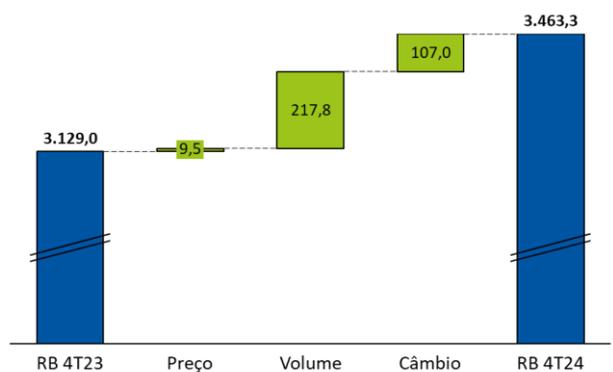
Demonstrações de Resultado por Segmento

Brasil	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Receita Líquida	2.101,2	2.194,4	2.174,9	3,5%	-0,9%	8.391,7	8.914,5	6,2%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(1.666,6)	(1.853,2)	(1.827,5)	9,7%	-1,4%	(6.768,4)	(7.287,1)	7,7%
Lucro Bruto	434,6	341,2	347,3	-20,1%	1,8%	1.623,3	1.627,4	0,3%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(280,8)	(321,2)	(297,7)	6,0%	-7,3%	(1.206,4)	(1.269,1)	5,2%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	3,8	16,1	36,7	869,7%	128,0%	50,4	53,4	6,0%
Lucro Operacional (EBIT)	157,5	36,1	86,3	-45,2%	139,2%	467,2	411,8	-11,9%
(+/-) Resultado Financeiro	(90,5)	(92,7)	(142,2)	57,1%	53,4%	(383,5)	(400,2)	4,4%
Resultado antes Impostos	67,0	(56,6)	(55,8)	<i>n.a.</i>	-1,4%	83,7	11,5	-86,2%
Total Imposto de Renda / CSLL	9,1	71,2	11,6	26,9%	-83,7%	139,4	71,3	-48,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	76,1	14,6	(44,2)	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	223,1	82,8	-62,9%
Reconciliação EBITDA								
Lucro/Prejuízo Líquido	76,1	14,6	(44,2)	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	223,1	82,8	-62,9%
(+) Resultado Financeiro Líquido	90,5	92,7	142,2	57,1%	53,4%	383,5	400,2	4,4%
(+) Imposto de Renda / CSLL	(9,1)	(71,2)	(11,6)	26,9%	-83,7%	(139,4)	(71,3)	-48,9%
(+) Depreciação e Amortização	47,5	45,9	44,4	-6,6%	-3,4%	195,7	181,0	-7,5%
(=) EBITDA	205,0	82,0	130,7	-36,2%	59,4%	662,9	592,8	-10,6%
Margens								
Margem Bruta	20,7%	15,5%	16,0%	0,4pp	-4,7pp	19,3%	18,3%	-1,1pp
Margem EBITDA	9,8%	3,7%	6,0%	2,3pp	-3,7pp	7,9%	6,6%	-1,2pp
Margem Líquida	3,6%	0,7%	(2,0%)	-2,7pp	-5,7pp	2,7%	0,9%	-1,7pp
Internacional	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Receita Líquida	581,2	910,3	822,3	41,5%	-9,7%	2.858,0	3.348,4	17,2%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(443,1)	(717,2)	(638,1)	44,0%	-11,0%	(2.205,3)	(2.585,9)	17,3%
Lucro Bruto	138,0	193,0	184,1	33,4%	-4,6%	652,7	762,5	16,8%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(105,9)	(126,1)	(140,6)	32,9%	11,6%	(475,8)	(534,0)	12,2%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	(1,4)	0,0	(3,0)	121,5%	<i>n.a.</i>	8,0	0,7	-90,7%
Lucro Operacional (EBIT)	30,8	67,0	40,5	31,4%	-39,5%	184,9	229,2	24,0%
(+/-) Resultado Financeiro	(10,1)	(22,6)	(18,9)	87,0%	-16,2%	(40,2)	(64,1)	59,5%
Resultado antes Impostos	20,7	44,4	21,6	4,3%	-51,4%	144,7	165,1	14,1%
(+/-) Total Imposto de Renda / CSLL	9,8	(14,6)	(2,0)	<i>n.a.</i>	-86,4%	(7,3)	(30,9)	320,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	30,5	29,8	19,6	-35,7%	-34,2%	137,4	134,2	-2,3%
Reconciliação EBITDA								
Lucro/Prejuízo Líquido	30,5	29,8	19,6	-35,7%	-34,2%	137,4	134,2	-2,3%
(+) Resultado Financeiro Líquido	10,1	22,6	18,9	87,0%	-16,2%	40,2	64,1	59,5%
(+) Imposto de Renda / CSLL	(9,8)	14,6	2,0	<i>n.a.</i>	-86,4%	7,3	30,9	320,9%
(+) Depreciação e Amortização	18,1	22,4	22,7	25,5%	1,3%	66,3	85,2	28,7%
(=) EBITDA	48,9	89,4	63,2	29,2%	-29,3%	251,2	314,5	25,2%
Margens								
Margem Bruta	23,8%	21,2%	22,4%	1,2pp	-1,4pp	22,8%	22,8%	-0,1pp
Margem EBITDA	8,4%	9,8%	7,7%	-2,1pp	-0,7pp	8,8%	9,4%	0,6pp
Margem Líquida	5,2%	3,3%	2,4%	-0,9pp	-2,9pp	4,8%	4,0%	-0,8pp

Desempenho Financeiro

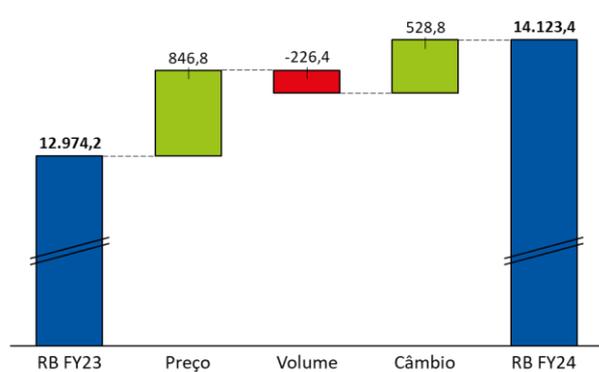
Receita

Consolidado 4T24: Abertura Receita Bruta (R\$mn)



Fonte: Companhia

Consolidado 2024: Abertura Receita Bruta (R\$mn)



Fonte: Companhia

A **Receita Bruta** atingiu **R\$3,5 bilhões no trimestre (+10,7% YoY)** e recorde de **R\$14,1 bilhões no ano (+8,9% YoY)**. No trimestre, o crescimento da receita foi impulsionado pelo aumento de volumes no alto valor, com crescimento em todas as categorias, variação cambial e no internacional pelo crescimento da receita no Uruguai, Chile, Peru e Equador. No ano o crescimento da receita foi impulsionado pela dinâmica de preços elevados principalmente em arroz e cafés, além de uma sólida performance no segmento internacional e pela variação cambial. Os detalhes operacionais por categoria estão descritos acima em **desempenho operacional**.

A **Receita Líquida** atingiu **R\$3,0 bilhões no trimestre (+11,7% YoY)** e **R\$12,3 bilhões no ano (+9,0% YoY)**.

Custos e Despesas

Despesas por função	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Despesas por Função	(2.496,5)	(3.017,7)	(2.904,0)	16,3%	-3,8%	(10.655,9)	(11.676,1)	9,6%
Custo dos Produtos Vendidos	(2.109,8)	(2.570,4)	(2.465,7)	16,9%	-4,1%	(8.973,7)	(9.873,0)	10,0%
Despesas com Vendas	(248,4)	(286,7)	(295,2)	18,8%	3,0%	(1.096,0)	(1.193,9)	8,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(138,3)	(160,6)	(143,1)	3,5%	-10,9%	(586,2)	(609,2)	3,9%
Despesas por Natureza	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Despesas por Natureza	(2.496,5)	(3.017,7)	(2.904,0)	16,3%	-3,8%	(10.655,9)	(11.676,1)	9,6%
Depreciação e Amortização	(65,5)	(68,3)	(67,0)	2,3%	-1,8%	(261,9)	(266,3)	1,7%
Despesas com Pessoal	(197,2)	(226,4)	(219,3)	11,2%	-3,1%	(851,7)	(899,1)	5,6%
Matéria Prima e Materiais	(1.824,8)	(2.277,5)	(2.130,7)	16,8%	-6,4%	(7.751,9)	(8.622,3)	11,2%
Fretes	(178,7)	(194,7)	(204,5)	14,4%	5,0%	(792,0)	(864,3)	9,1%
Comissões sobre Vendas	(14,9)	(20,0)	(16,1)	8,1%	-19,4%	(65,6)	(70,4)	7,3%
Despesas com Manutenção	(56,8)	(58,5)	(64,9)	14,2%	10,9%	(222,7)	(244,2)	9,7%
Despesas com Energia Elétrica	(24,3)	(20,2)	(28,2)	16,1%	39,9%	(89,6)	(93,2)	4,0%
Despesas com Serviços de Terceiros	(52,2)	(73,4)	(56,7)	8,8%	-22,7%	(214,0)	(248,9)	16,3%
Outras Despesas	(81,9)	(78,7)	(116,5)	42,1%	48,1%	(406,5)	(367,4)	-9,6%

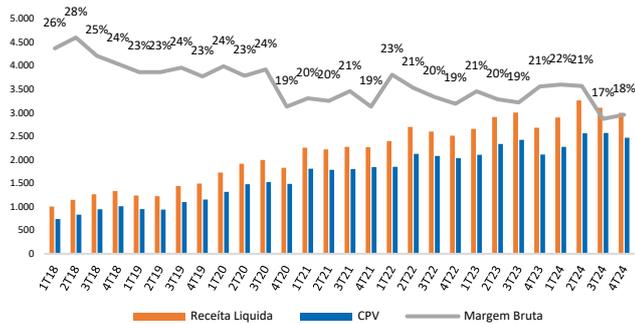
Custo das Vendas e Serviços

Os **Custos das Vendas e Serviços do trimestre** atingiram **R\$2,5 bilhões (+16,9% YoY)**, ou **82% da receita líquida**, devido ao crescimento do CPV do Brasil (+9,2% YoY), impulsionado pelo crescimento do CPV do alto valor em todas as categorias, principalmente em café. No internacional, o CPV apresentou um crescimento de +27,2% YoY, impulsionado pelo crescimento do CPV no Uruguai e Chile.

Em 2024, o **CPV atingiu R\$9,9 bilhões (+10,0% YoY)**, ou **81% da receita líquida**, devido ao crescimento do CPV do Brasil (+7,1% YoY) no alto giro, em grãos, e no alto valor em todas as categorias, principalmente, em café e pescados. No internacional, o CPV apresentou crescimento de +17,3% YoY, impulsionado pelo aumento em todos os países.

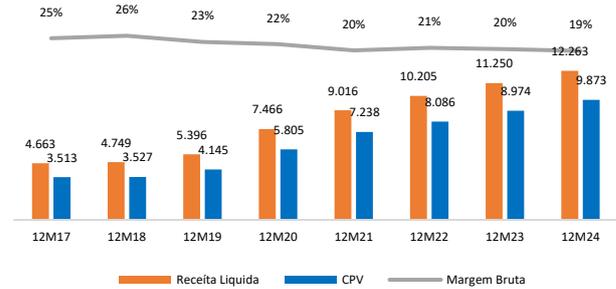
Levando em consideração esses fatores, o **Lucro Bruto** atingiu **R\$531,5 milhões (-7,2% YoY)** com **margem de 17,7% (-3,6pp YoY)** no 4T24. No ano de 2024, o mesmo indicador atingiu **R\$2,4 bilhões (+5,0% YoY)** com **margem de 19,5% (-0,7pp YoY)**.

Evolução Trimestral Receita Líquida vs. Custos (R\$mn)



Fonte: Companhia

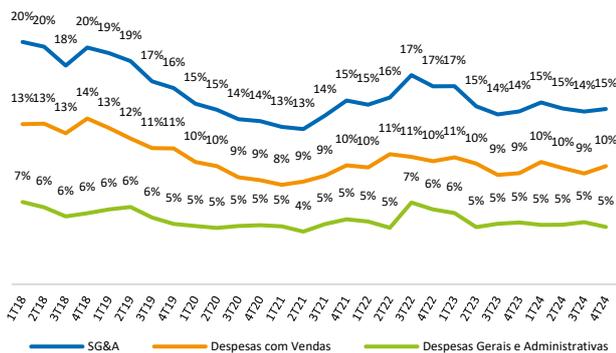
Evolução Anual Receita Líquida vs. Custos (R\$mn)



Fonte: Companhia

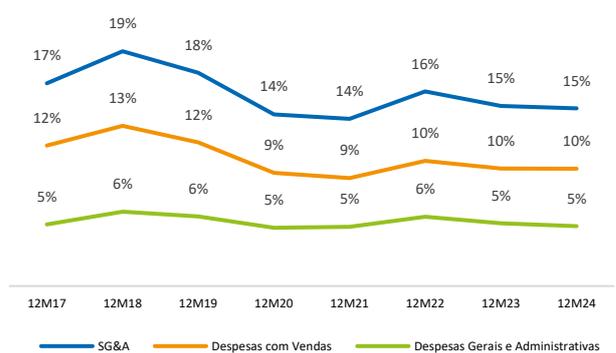
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

Evolução Trimestral SG&A/Receita Líquida (%)



Fonte: Companhia

Evolução Anual SG&A/Receita Líquida (%)



Fonte: Companhia

O **SG&A (despesas com vendas, gerais e administrativas)** no trimestre atingiu **R\$438,3 milhões (+13,3% YoY)**, equivalente a **14,6% da receita líquida (+0,2pp YoY)**. O aumento ocorreu pelo crescimento no **SG&A Brasil (+6,0% YoY)**, principalmente em função de despesas com fretes e pessoal. **No internacional, o SG&A atingiu R\$140,6 milhões (+32,9% YoY)**, sendo os principais aumentos do Uruguai e Chile.

No ano de **2024**, o **SG&A atingiu R\$1,8 bilhão (+7,2% YoY)**, equivalente a **14,7% da receita líquida (-0,3pp YoY)**. O **crescimento** ocorreu, principalmente, pelo aumento de **SG&A no Brasil (+5,2% YoY)**, com maiores despesas com fretes, pessoal, manutenção e serviços de terceiros. Observamos também um aumento no **SG&A internacional (+12,2% YoY)**, em função de maiores despesas com vendas no Uruguai, Chile e Equador.

Vale destacar que a Companhia tem realizado planos de otimização e revisão de despesas, visando maior eficiência e a identificação de novas sinergias entre nossas operações.

Despesas com Vendas

As **despesas com vendas no trimestre atingiram R\$295,2 milhões (+18,8% YoY)**, ou **9,8% da receita líquida do trimestre** devido, principalmente, a:

- ⊗ As despesas com vendas do **Brasil** apresentaram **aumento de +11,9% YoY, representando 9,0% da receita líquida do Brasil**. A variação foi impulsionada por maiores despesas com fretes e propagandas, devido a maiores volumes de vendas de grãos no alto giro e do alto valor.
- ⊗ As despesas com vendas do **Internacional** apresentaram **aumento de +35,4% YoY, representando 12,1% da receita líquida Internacional**. Esse resultado se deu em função de maiores volumes de vendas no Uruguai, Chile e Equador, e efeito câmbio.

As **despesas com vendas no ano atingiram R\$1,2 bilhão (+8,9% YoY)**, ou **9,7% da receita líquida do ano**, devido, principalmente, a:

- ⊗ As despesas com vendas do **Brasil** apresentaram **aumento (+8,1% YoY), representando 9,1% da receita líquida do Brasil**. A variação foi impulsionada por maiores despesas com fretes e propagandas.
- ⊗ As despesas com vendas do **Internacional** apresentaram **aumento de (+10,8% YoY), representando 11,4% da receita líquida do internacional**. A variação foi impulsionada por maiores despesas com vendas no Uruguai e Equador, e efeito câmbio.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas no trimestre atingiram **R\$143,1 milhões (+3,5% YoY)**, ou **4,8% da receita líquida do trimestre**.

- As despesas gerais e administrativas do **Brasil** apresentaram queda de **-3,8% YoY**, representando **4,7% da receita líquida do Brasil**, principalmente, em função da redução de provisão para devedores duvidosos e redução de gastos de fabricação e material de manutenção, parcialmente compensado pelo aumento nas despesas de pessoal.
- As despesas gerais e administrativas do **Internacional** apresentaram **aumento de +27,2% YoY**, ou **5,0% da receita líquida do trimestre**, principalmente decorrente do incremento de G&A no Uruguai, Chile e Equador.

As **despesas gerais e administrativas no ano** totalizaram **R\$609,1 milhões (+3,9% YoY)**, ou **5,0% da receita líquida do ano**.

- As despesas gerais e administrativas do **Brasil** apresentaram aumento de **+0,4% YoY**, representando **5,1% da receita líquida do Brasil**, principalmente, em função do aumento nos serviços de terceiros, como secagem e armazenagem, manutenção de equipamentos, TI, viagens e despesas com pessoal.

É importante ressaltar que, **no 3T24, ocorreram apurações não recorrentes que totalizam uma despesa de R\$34,9 milhões no G&A**, incluindo multas de rescisões contratuais de fornecedores, contingências e processos judiciais.

- As despesas gerais e administrativas do **Internacional** apresentaram **aumento de +16,1% YoY**, ou **4,6% da receita líquida do internacional** no ano, principalmente decorrente do incremento de G&A no Uruguai, Chile e Equador.

Outras receitas (despesas) operacionais

As **outras receitas/despesas operacionais** (excluindo equivalência patrimonial) atingiram **R\$36,5 milhões positivos no trimestre** (vs. R\$3,7 milhões positivos no 4T23) e **R\$58,3 milhões positivos** em 2024 (vs. R\$57,2 milhões positivos em 2023).

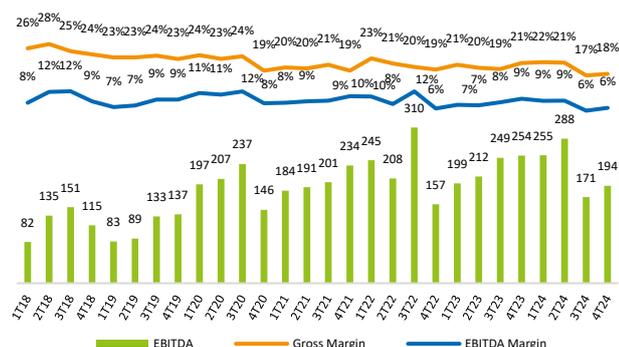
No trimestre, o resultado ocorreu, principalmente, devido a receitas não recorrentes de **R\$33,4 milhões**, com recuperação de créditos tributários referentes a contribuições previdenciárias sobre verbas trabalhistas, reconhecimento de créditos tributários referentes à exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da COFINS e indenizações contratuais referentes a passivos tributários da Mabel.

No ano, o resultado de outras receitas operacionais ocorreu, principalmente, devido a receitas não recorrentes de **R\$43,8 milhões**, referentes a R\$33,4 milhões registrados no 4T24, conforme explicado acima, e R\$10,4 milhões no 3T24 referentes a atualização monetária sobre os impostos pagos, após discussão do direito à repetição dos montantes de IRPJ, CSLL, PIS e COFINS que incidiram sobre os valores correspondentes à taxa Selic aplicada em seus indêbitos tributários e depósitos judiciais, bem como o reconhecimento do direito à compensação dos valores indevidamente recolhidos nos últimos anos.

EBITDA

O EBITDA do trimestre atingiu **R\$193,9 milhões (-23,6% YoY)** com **margem de 6,5% (-3,0p.p. YoY)**. Em 2024, o EBITDA atingiu **R\$907,3 milhões (-0,7% YoY)** com **margem de 7,4% (-0,7p.p. YoY)**.

EBITDA - Evolução Trimestral Histórica (R\$mn)



Fonte: Companhia

EBITDA - Evolução Anual Histórica (R\$mn)



Fonte: Companhia

Resultado Financeiro Líquido

Resultado Financeiro líquido atingiu despesa de **R\$161,0 milhões (+60,1% YoY)** no trimestre. No ano, o mesmo indicador atingiu despesa de **R\$464,4 milhões (+9,6% YoY)**. Em ambos os períodos, as variações se justificam principalmente, pelos juros sobre financiamentos com aumento da taxa de juros no período.

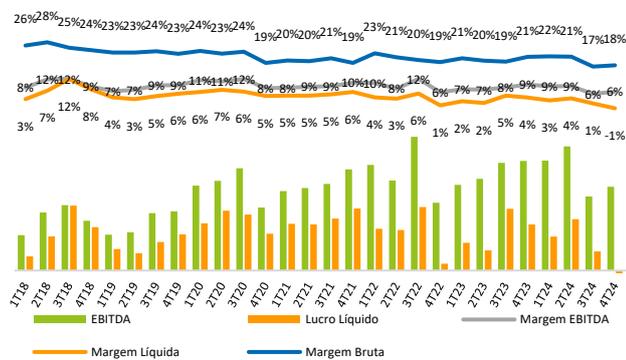
Imposto de Renda e CSLL

Imposto de Renda e CSLL apresentou resultado de **R\$9,6 milhões positivos** no 4T24 (vs. R\$18,9 milhões positivos no 4T23). No ano, o mesmo indicador atingiu **R\$40,3 milhões positivos** (vs. R\$132,1 milhões positivos em 2023). As principais exclusões e adições para gerar a alteração na alíquota de tributos são referentes a distribuição de Juros sobre Capital Próprio (JCP), subvenções de ICMS e de benefícios fiscais no Uruguai.

Lucro/Prejuízo Líquido e Lucro por Ação

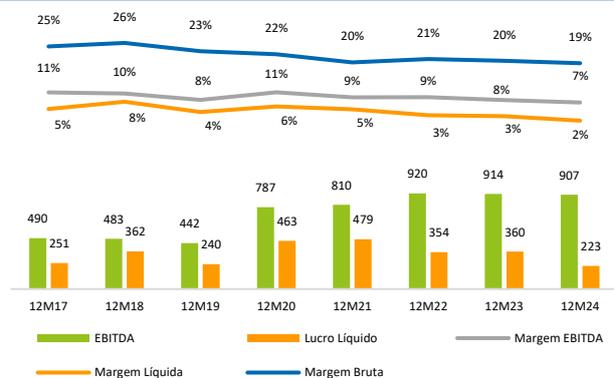
Prejuízo Líquido atingiu **R\$24,6 milhões**, ou **-R\$0,07 por ação** no trimestre. No ano, o mesmo indicador atingiu **R\$217,0 milhões (-39,8% YoY)** com **margem de 1,8%** e lucro por ação de **R\$0,62**.

Evolução Rentabilidade Trimestral (R\$mn)



Fonte: Companhia

Evolução Rentabilidade Ano (R\$mn)



Fonte: Companhia

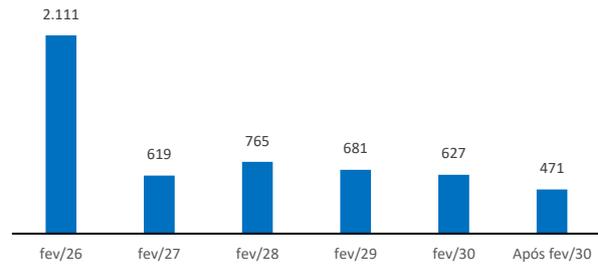
Endividamento e Caixa

Endividamento (em R\$mn)	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24
Data de Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24
Endividamento Total	5.486,0	5.930,1	5.237,7	-4,5%	-11,7%
Empréstimos e Financiamentos	2.198,7	2.794,7	2.066,2	-6,0%	-26,1%
Debêntures	3.287,3	3.135,4	3.171,5	-3,5%	1,2%
Curto Prazo	1.669,0	1.829,8	2.110,6	26,5%	15,3%
Longo Prazo	3.817,0	4.100,3	3.127,0	-18,1%	-23,7%
Alavancagem					
Dívida Bruta	5.486,0	5.930,1	5.237,7	-4,5%	-11,7%
Caixa + aplicações fin.	2.815,2	1.845,8	2.547,0	-9,5%	38,0%
Dívida Líquida	2.670,8	4.084,3	2.690,7	0,7%	-34,1%
Dív.Líq./EBITDA UDM (x)	2,9x	4,2x	3,0x	0,1x	-1,3x

O **endividamento líquido** totalizou **R\$2,7 bilhões (+0,7% YoY)** e **endividamento líquido/EBITDA UDM** de **3,0x (+0,1x YoY)**.

O indicador de Dívida Líquida/EBITDA UDM de 3,0x encerrado em fev/25 está dentro dos limites dos *covenants* das debêntures e CRAs da Companhia, os quais detêm cláusula restritiva de endividamento, estipulado para o indicador de 3,5x no fechamento de fevereiro/2025.

Cronograma de Amortização (R\$mn)



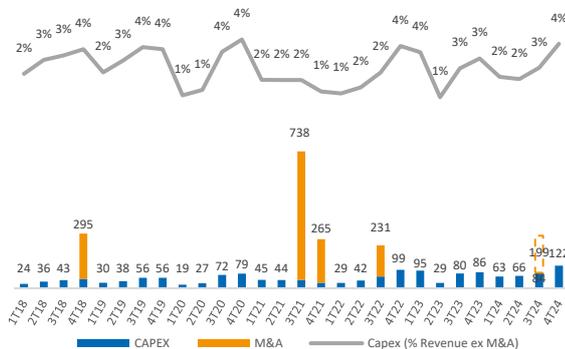
Fonte: Companhia

Capex

O **Capex ex-M&A** atingiu **R\$121,9 milhões (+41,2% YoY)** no trimestre e **R\$334,9 milhões no ano (-27,5% YoY)** em 2024. No Brasil, os principais investimentos de Capex foram direcionados a nossa nova planta de grãos, localizada em Cambaí (RS), ao projeto da nova termoeletrica e contínuo investimento nas unidades produtivas de massas e cafés.

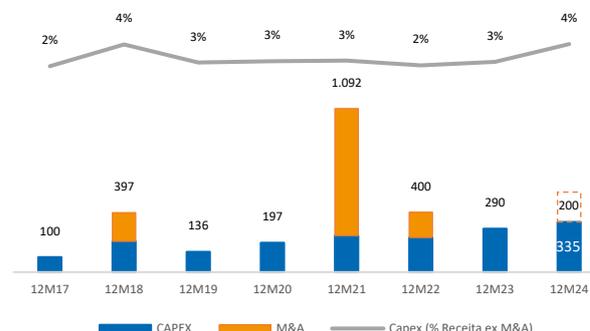
Vale destacar que, em novembro de 2024, a Companhia anunciou a **entrada no Paraguai** com a aquisição de 100% da Rice Paraguay S.A. e 80% da Villa Oliva Rice S.A. por meio da Q2PY S.A., com adiantamento para a aquisição realizado no montante de **R\$199,8 milhões** divulgado no 3T24. Após a conclusão da transação, a Q2PY controlará as terras rurais, enquanto a Camil ficará com os ativos industriais da Villa Oliva. A Companhia manterá o mercado informado acerca dos próximos passos para a conclusão da transação.

Evolução do Capex Trimestral (R\$mn)



Fonte: Companhia

Evolução do Capex Anual (R\$mn)



Fonte: Companhia

Capital de Giro

Capital de Giro	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24
Data de Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24
Estoques	1.412,0	2.234,5	1.551,7	9,9%	-30,6%
<i>Dias Estoques</i>	57,4	85,7	57,4	0 d	-28 d
Adiantamento a Fornecedores	562,0	727,6	726,7	29,3%	-0,1%
<i>Dias Adiantamento a fornecedores</i>	18,2	27,9	26,9	9 d	-1 d
Contas a Receber	1.359,4	1.977,5	1.154,0	-15,1%	-41,6%
<i>Dias Contas a Receber</i>	44,1	60,4	34,3	-10 d	-26 d
Fornecedores	945,7	1.202,7	1.284,8	35,9%	6,8%
<i>Dias Fornecedores</i>	38,5	46,1	47,5	9 d	1 d
Outros Ativos Correntes	271,3	418,4	311,7	14,9%	-25,5%
Outros Passivos Correntes	330,7	458,5	386,5	16,9%	-15,7%
Capital de Giro	2.328,3	3.696,8	2.072,6	-11,0%	-43,9%
<i>Dias Capital de Giro</i>	76 d	113 d	62 d	-14 d	-51 d

O capital de giro atingiu R\$2,1 bilhões (-11,0% YoY), principalmente impactado por:

⊗ **Estoques:** com aumento principalmente de café, visando garantir preços mais competitivos. Em contrapartida, houve uma redução nos estoques de pescados, devido ao maior volume de vendas no período.

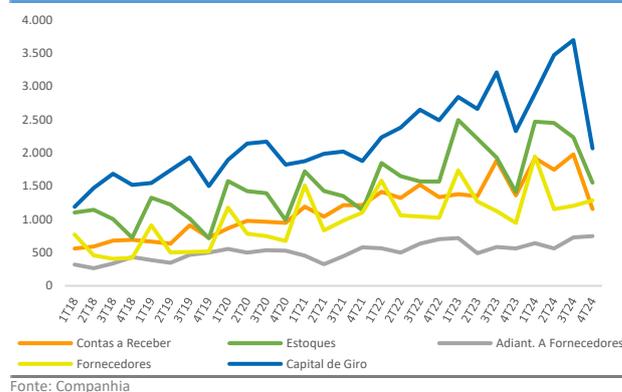
⊗ **Adiantamento a fornecedores:** com aumento em função do programa de fomento para a safra de arroz.

⊗ **Contas a Receber:** queda em função do recebimento por menores prazos principalmente de grãos, açúcar e pescados; e

⊗ **Fornecedores:** com aumento em função de maiores níveis de estocagem, devido a preços mais competitivos de matéria-prima no período.

Vale destacar que a sazonalidade de capital de giro é relevante ao longo dos trimestres, conforme observado no gráfico acima, mais especificamente em estoques e recebíveis. Sendo assim, os primeiros trimestres do ano apresentam, normalmente, maior necessidade de capital de giro e consumo de caixa, enquanto o quarto trimestre apresenta uma liberação.

Sazonalidade Trimestral do Capital de Giro (R\$mn)



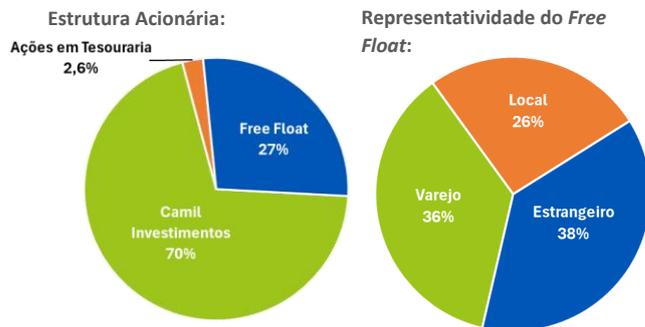
Fonte: Companhia

Estrutura e Performance Acionária

No 4T24, a Companhia possuía capital social total composto por 350 milhões de ações, sendo 95,8 milhões de ações em circulação no mercado (*free float*)^[1], representando aproximadamente 27% do capital total.

Em 28 de fevereiro de 2025, as ações da Camil (B3: CAML3) fecharam cotadas em R\$3,49/ação com *market cap* de R\$1,22 bilhões. O volume médio diário de negociação do trimestre foi de 1,5 milhões ações, ou aproximadamente R\$7,25 milhões/dia.

Estrutura Acionária fevereiro/2025



Fonte: Companhia

Agenda com o Mercado

O calendário com os próximos eventos de RI está disponível no website de Relações com Investidores da Companhia. As requisições para contato podem ser realizadas por meio do nosso canal de relações com investidores no site (<http://ri.camilalimentos.com.br/>) ou e-mail (ri@camil.com.br).

^[1] *Free float* exclui a participação detida por Camil Investimentos S.A., participações individuais dos acionistas controladores, outros administradores/partes relacionadas e ações em tesouraria. O Saldo da Camil Investimentos inclui participações individuais dos acionistas controladores.

Sobre a Camil Alimentos S.A.

A Camil (B3: CAML3) é uma das maiores plataformas de marcas alimentícias do Brasil e da América Latina, com portfólio diversificado de marcas nas categorias de grãos, açúcar, pescados, massas, café e biscoitos, e posições de liderança nos países em que atua. Listada em 2017 no Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa da B3, a Camil possui operações no Brasil, Uruguai, Chile, Peru e Equador. Para mais informações visite www.camil.com.br/ri.

CAML
B3 LISTED NM

ISE B3
IGCT B3

ICON B3
ITAG B3

IBRA B3
INDX B3

IGC B3
SMLL B3

IGC-NM B3
IAGRO-FFS B3

Isenção de Responsabilidade

Certas porcentagens e outros valores incluídos neste documento foram arredondados para facilitar a sua apresentação. Dessa forma, os números apresentados como totais em algumas tabelas podem não representar a soma aritmética dos números que os precedem e podem diferir daqueles apresentados nas demonstrações financeiras. Os dados não financeiros e contábeis deste documento são dados não auditados. Este comunicado contém projeções e expectativas futuras da Companhia que se baseiam exclusivamente nas expectativas da administração da Camil sobre a realidade atual e conhecida de suas operações e, portanto, estão sujeitas a riscos e incertezas.

Apêndice – Informações Financeiras do Trimestre

Balanco Patrimonial Consolidado

Balanco Patrimonial	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24
Em R\$ Milhões	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24
Ativo Circulante	6.350,7	7.114,6	6.210,4	-2,2%	-12,7%
Caixa e Equivalentes de Caixa	2.800,3	1.831,1	2.530,2	-9,6%	38,2%
Aplicações Financeiras	-	-	1,7	n.a.	n.a.
Contas a Receber	1.359,4	1.977,5	1.154,0	-15,1%	-41,6%
Instrumentos Financeiros - Derivativos	-	0,8	1,3	n.a.	63,5%
Estoques	1.378,1	2.223,5	1.541,6	11,9%	-30,7%
Adiantamentos a Produtores	541,7	664,1	671,2	23,9%	1,1%
Impostos a Recuperar	203,8	193,7	208,2	2,2%	7,5%
Partes Relacionadas	18,3	142,6	50,5	175,1%	-64,6%
Outros Ativos Circulantes	49,2	81,4	51,7	4,9%	-36,5%
Ativo Não Circulante	4.270,6	4.779,9	4.896,2	14,6%	2,4%
Ativo Realizável a Longo Prazo	655,3	660,1	853,4	30,2%	29,3%
Aplicações Financeiras	14,9	14,8	15,0	0,6%	1,9%
Tributos a Recuperar	104,2	82,0	105,4	1,1%	28,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferi	89,8	134,8	141,8	58,0%	5,2%
Adiantamentos a Produtores	20,3	63,5	55,4	172,8%	-12,7%
Partes Relacionadas	32,3	5,4	198,3	513,0%	3547,9%
Estoques	33,9	10,9	10,1	-70,3%	-7,8%
Depósitos Judiciais	39,5	36,2	43,1	9,1%	19,1%
Ativo de Indenização	306,0	304,0	271,5	-11,3%	-10,7%
Outros Ativos Longo Prazo	14,3	8,4	12,8	-10,6%	52,0%
Ativo Permanente	3.615,4	4.119,8	4.042,8	11,8%	-1,9%
Investimentos	49,3	290,6	91,7	86,1%	-68,4%
Imobilizado Líquido	2.180,8	2.387,4	2.512,8	15,2%	5,3%
Ativo Intangível	1.104,6	1.165,6	1.156,0	4,7%	-0,8%
Ativos de Direito de Uso	252,8	248,3	254,4	0,7%	2,5%
Propriedades de Investimento	27,9	27,9	27,9	0,0%	0,0%
Ativo Total	10.621,4	11.894,5	11.106,6	4,6%	-6,6%
Passivo Circulante	2.945,4	3.491,0	3.782,0	28,4%	8,3%
Fornecedores	945,7	1.202,7	1.284,8	35,9%	6,8%
Empréstimos e Financiamentos	789,0	1.258,2	884,4	12,1%	-29,7%
Debêntures	880,0	571,6	1.226,3	39,3%	114,5%
Passivo de Arrendamento	48,3	48,8	49,0	1,6%	0,4%
Adiantamento a Clientes	27,2	47,2	51,4	88,7%	8,9%
Partes Relacionadas	22,9	30,5	21,6	-5,6%	-29,0%
Salários, Provisões e Contribuições Sociais	72,5	92,3	71,6	-1,3%	-22,4%
Dividendos e JCP a Pagar	6,9	7,0	7,1	1,5%	1,5%
Impostos a Pagar	37,0	44,0	73,8	99,5%	67,7%
Provisão para férias e Encargos	53,7	76,4	54,9	2,3%	-28,1%
Parcelamento de Impostos	5,3	4,9	-	n.a.	n.a.
Contas a pagar aquisição de Investimentos	15,0	8,8	9,3	-38,4%	5,8%
Outros Passivos Circulantes	41,7	98,8	47,9	14,7%	-51,6%
Passivo Longo Prazo	4.588,6	4.850,2	3.867,0	-15,7%	-20,3%
Empréstimos e Financiamentos	1.409,8	1.536,5	1.181,8	-16,2%	-23,1%
Passivo de Arrendamento	220,0	219,0	226,1	2,8%	3,2%
Debêntures	2.407,3	2.563,7	1.945,2	-19,2%	-24,1%
Parcelamento de Impostos	13,9	9,0	-	n.a.	n.a.
Imposto de Renda Diferido	71,4	45,2	43,1	-39,7%	-4,8%
Provisão para Demandas Judiciais	356,1	373,2	345,4	-3,0%	-7,5%
Contas a pagar aquisição de Investimentos	90,2	80,0	88,6	-1,8%	10,7%
Outros Passivos Longo Prazo	20,1	23,4	36,9	83,8%	57,3%
Passivo Total	7.534,0	8.341,3	7.649,0	1,5%	-8,3%
Capital Social Realizado	950,4	950,4	950,4	0,0%	0,0%
(-) Gastos com emissão de ações	(12,4)	(12,4)	(12,4)	0,0%	0,0%
(-) Ações em Tesouraria	(68,5)	(68,5)	(68,5)	0,0%	0,0%
Reservas de Lucros	1.391,9	1.679,9	1.871,8	34,5%	11,4%
Reserva de Capital	22,6	24,3	25,7	13,9%	5,8%
Lucros acumulados do período	363,0	241,6	-	n.a.	n.a.
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(21,1)	(21,1)	(21,1)	0,0%	0,0%
Outros Resultados Abrangentes	461,2	758,9	711,4	54,2%	-6,3%
Participação de acionistas não controladores	0,2	0,3	0,3	8,9%	3,1%
Patrimônio Líquido	3.087,3	3.553,3	3.457,6	12,0%	-2,7%
Passivo Total & Patrimônio Líquido	10.621,4	11.894,5	11.106,6	4,6%	-6,6%

Demonstrações de Resultado Consolidado

Demonstrativos (em R\$ milhões)	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Receita Bruta	3.129,0	3.555,0	3.463,3	10,7%	-2,6%	12.974,1	14.123,4	8,9%
(-) Deduções de Vendas	(446,7)	(450,4)	(466,1)	4,3%	3,5%	(1.724,5)	(1.860,5)	7,9%
Receita Líquida	2.682,3	3.104,6	2.997,1	11,7%	-3,5%	11.249,6	12.262,9	9,0%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(2.109,8)	(2.570,4)	(2.465,7)	16,9%	-4,1%	(8.973,7)	(9.873,0)	10,0%
Lucro Bruto	572,6	534,2	531,5	-7,2%	-0,5%	2.276,0	2.389,9	5,0%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(386,7)	(447,3)	(438,4)	13,4%	-2,0%	(1.682,2)	(1.803,1)	7,2%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	2,4	16,1	33,7	1286,4%	109,1%	58,3	54,1	-7,2%
Lucro Operacional (EBIT)	188,3	103,1	126,8	-32,6%	23,1%	652,1	641,0	-1,7%
(+/-) Resultado Financeiro	(100,6)	(115,2)	(161,0)	60,1%	39,8%	(423,7)	(464,4)	9,6%
Resultado antes Impostos	87,7	(12,2)	(34,2)	n.a.	181,3%	228,4	176,6	-22,7%
Total Imposto de Renda / CSLL	18,9	56,5	9,6	-49,3%	-83,0%	132,1	40,4	-69,4%
Lucro/Prejuízo Líquido	106,6	44,4	(24,6)	n.a.	n.a.	360,5	217,0	-39,8%
Reconciliação EBITDA								
Lucro/Prejuízo Líquido	106,6	44,4	(24,6)	n.a.	n.a.	360,5	217,0	-39,8%
(-) Resultado Financeiro Líquido	100,6	115,2	161,0	60,1%	39,8%	423,7	464,4	9,6%
(-) Imposto de Renda / CSLL	(18,9)	(56,5)	(9,6)	-49,3%	-83,0%	(132,1)	(40,4)	-69,4%
(-) Depreciação e Amortização	65,5	68,3	67,0	2,3%	-1,8%	261,9	266,3	1,7%
(=) EBITDA	253,8	171,3	193,9	-23,6%	13,1%	914,0	907,3	-0,7%
Margens								
Margem Bruta	21,3%	17,2%	17,7%	-3,6pp	0,5pp	20,2%	19,5%	-0,7pp
Margem EBITDA	9,5%	5,5%	6,5%	-3,0pp	0,9pp	8,1%	7,4%	-0,7pp
Margem Líquida	4,0%	1,4%	(0,8%)	-4,8pp	-2,3pp	3,2%	1,8%	-1,4pp

Demonstrações de Resultado por Segmento

Brasil	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Receita Líquida	2.101,2	2.194,4	2.174,9	3,5%	-0,9%	8.391,7	8.914,5	6,2%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(1.666,6)	(1.853,2)	(1.827,5)	9,7%	-1,4%	(6.768,4)	(7.287,1)	7,7%
Lucro Bruto	434,6	341,2	347,3	-20,1%	1,8%	1.623,3	1.627,4	0,3%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(280,8)	(321,2)	(297,7)	6,0%	-7,3%	(1.206,4)	(1.269,1)	5,2%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	3,8	16,1	36,7	869,7%	128,0%	50,4	53,4	6,0%
Lucro Operacional (EBIT)	157,5	36,1	86,3	-45,2%	139,2%	467,2	411,8	-11,9%
(+/-) Resultado Financeiro	(90,5)	(92,7)	(142,2)	57,1%	53,4%	(383,5)	(400,2)	4,4%
Resultado antes Impostos	67,0	(56,6)	(55,8)	n.a.	-1,4%	83,7	11,5	-86,2%
Total Imposto de Renda / CSLL	9,1	71,2	11,6	26,9%	-83,7%	139,4	71,3	-48,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	76,1	14,6	(44,2)	n.a.	n.a.	223,1	82,8	-62,9%
Reconciliação EBITDA								
Lucro/Prejuízo Líquido	76,1	14,6	(44,2)	n.a.	n.a.	223,1	82,8	-62,9%
(+) Resultado Financeiro Líquido	90,5	92,7	142,2	57,1%	53,4%	383,5	400,2	4,4%
(+) Imposto de Renda / CSLL	(9,1)	(71,2)	(11,6)	26,9%	-83,7%	(139,4)	(71,3)	-48,9%
(+) Depreciação e Amortização	47,5	45,9	44,4	-6,6%	-3,4%	195,7	181,0	-7,5%
(=) EBITDA	205,0	82,0	130,7	-36,2%	59,4%	662,9	592,8	-10,6%
Margens								
Margem Bruta	20,7%	15,5%	16,0%	0,4pp	-4,7pp	19,3%	18,3%	-1,1pp
Margem EBITDA	9,8%	3,7%	6,0%	2,3pp	-3,7pp	7,9%	6,6%	-1,2pp
Margem Líquida	3,6%	0,7%	(2,0%)	-2,7pp	-5,7pp	2,7%	0,9%	-1,7pp
Internacional	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Receita Líquida	581,2	910,3	822,3	41,5%	-9,7%	2.858,0	3.348,4	17,2%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(443,1)	(717,2)	(638,1)	44,0%	-11,0%	(2.205,3)	(2.585,9)	17,3%
Lucro Bruto	138,0	193,0	184,1	33,4%	-4,6%	652,7	762,5	16,8%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(105,9)	(126,1)	(140,6)	32,9%	11,6%	(475,8)	(534,0)	12,2%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	(1,4)	0,0	(3,0)	121,5%	n.a.	8,0	0,7	-90,7%
Lucro Operacional (EBIT)	30,8	67,0	40,5	31,4%	-39,5%	184,9	229,2	24,0%
(+/-) Resultado Financeiro	(10,1)	(22,6)	(18,9)	87,0%	-16,2%	(40,2)	(64,1)	59,5%
Resultado antes Impostos	20,7	44,4	21,6	4,3%	-51,4%	144,7	165,1	14,1%
(+/-) Total Imposto de Renda / CSLL	9,8	(14,6)	(2,0)	n.a.	-86,4%	(7,3)	(30,9)	320,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	30,5	29,8	19,6	-35,7%	-34,2%	137,4	134,2	-2,3%
Reconciliação EBITDA								
Lucro/Prejuízo Líquido	30,5	29,8	19,6	-35,7%	-34,2%	137,4	134,2	-2,3%
(+) Resultado Financeiro Líquido	10,1	22,6	18,9	87,0%	-16,2%	40,2	64,1	59,5%
(+) Imposto de Renda / CSLL	(9,8)	14,6	2,0	n.a.	-86,4%	7,3	30,9	320,9%
(+) Depreciação e Amortização	18,1	22,4	22,7	25,5%	1,3%	66,3	85,2	28,7%
(=) EBITDA	48,9	89,4	63,2	29,2%	-29,3%	251,2	314,5	25,2%
Margens								
Margem Bruta	23,8%	21,2%	22,4%	1,2pp	-1,4pp	22,8%	22,8%	-0,1pp
Margem EBITDA	8,4%	9,8%	7,7%	-2,1pp	-0,7pp	8,8%	9,4%	0,6pp
Margem Líquida	5,2%	3,3%	2,4%	-0,9pp	-2,9pp	4,8%	4,0%	-0,8pp

Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa								
Em R\$ Milhões	4T23	3T24	4T24	4T24	4T24	12M23	12M24	12M24vs
Data Fechamento	fev-24	nov-24	fev-25	VS 4T23	VS 3T24	fev-24	fev-25	12M23
Lucro Líquido antes de Impostos e Contribuição Social	87,7	(12,2)	(34,2)	n.a.	181,4%	228,4	176,6	-22,7%
Resultado de Equiv. Patrimonial	1,2	-	2,8	130,0%	n.a.	(1,1)	4,2	n.a.
Encargos Financeiros provisionados	145,5	106,2	134,6	-7,5%	26,7%	509,7	655,3	28,6%
Juros provisionados - Passivo Arrendamento	4,3	4,0	4,3	-1,8%	5,6%	14,1	16,4	15,8%
Provisão Devedores Duvidosos	0,5	(5,8)	0,1	-82,4%	n.a.	7,4	4,8	-35,2%
Provisão para Descontos	(17,4)	2,4	(9,4)	-45,9%	n.a.	(23,0)	9,1	n.a.
Provisão Demandas Judiciais	(6,9)	(26,7)	1,3	n.a.	n.a.	(5,5)	20,0	n.a.
Provisão (Reversão) outras contas	(25,3)	(0,2)	(1,2)	-95,1%	456,3%	(8,7)	4,1	n.a.
Depreciação	65,5	68,3	67,0	2,3%	-1,8%	261,9	266,3	1,7%
Baixa bens do Imobilizado e Intangível	1,6	6,8	(10,3)	n.a.	n.a.	3,6	2,0	-45,3%
Compra Vantajosa	-	-	-	n.a.	n.a.	(18,1)	-	n.a.
Baixa - ativo de direito de uso	(5,0)	(4,1)	0,0	n.a.	n.a.	2,4	(0,1)	n.a.
Ações Outorgadas	2,2	2,1	2,1	-1,7%	0,0%	5,1	4,7	-7,2%
Provisão para Passivo Atuarial	3,7	-	-	n.a.	n.a.	3,7	-	n.a.
Recursos de Operações	257,7	140,8	157,2	-39,0%	11,6%	980,1	1.163,3	18,7%
(Aum.) / Dim. Em:	-	-	-	n.a.	n.a.	-	-	-
Ativo Circulante	1.144,5	(184,1)	1.509,0	31,9%	n.a.	294,5	84,9	-71,2%
Contas a Receber	536,0	(204,7)	820,3	53,0%	n.a.	(47,4)	263,4	n.a.
Estoques	509,7	117,1	638,1	25,2%	445,0%	223,7	(186,6)	n.a.
Impostos a Recuperar	47,5	5,5	(61,2)	n.a.	n.a.	93,3	(13,4)	n.a.
Partes Relacionadas	26,8	(113,2)	94,4	251,6%	n.a.	20,0	21,5	7,8%
Outros Ativos Circulantes	24,4	11,2	17,5	-28,3%	56,6%	4,9	(0,0)	n.a.
Passivo Circulante	(388,0)	(172,5)	(96,4)	-75,2%	-44,1%	(719,8)	(416,8)	-42,1%
Fornecedores	(222,3)	7,6	33,2	n.a.	335,0%	(131,9)	173,6	n.a.
Sal., Prov. e Contr. Sociais	(34,2)	21,1	(40,9)	19,5%	n.a.	0,8	(6,4)	n.a.
Obrigações Tributárias	(9,9)	(15,6)	52,6	n.a.	n.a.	(10,3)	12,0	n.a.
Partes Relacionadas	2,7	(2,1)	(8,0)	n.a.	277,2%	(11,0)	(8,8)	-19,9%
Adiantamento a Clientes	-	8,6	(19,9)	n.a.	n.a.	-	-	n.a.
Outros Passivos Circulantes e não circulantes	(2,6)	(14,5)	23,1	n.a.	n.a.	(32,0)	30,7	n.a.
Juros pagos sobre Empréstimos	(126,9)	(174,2)	(134,8)	6,2%	-22,6%	(523,9)	(606,6)	15,8%
Pagamento de IRPJ e CSLL	5,3	(3,4)	(1,6)	n.a.	-51,6%	(11,6)	(11,3)	-2,3%
Fluxo de Caixa de Operações	1.014,1	(215,8)	1.569,7	54,8%	n.a.	554,9	831,4	49,8%
Aplicações Financeiras	0,3	(0,4)	(2,0)	n.a.	456,5%	(1,2)	(1,8)	52,5%
Dividendos Recebidos	-	-	2,3	n.a.	n.a.	-	2,3	n.a.
Venda Imobilizado	0,1	0,0	(0,0)	n.a.	n.a.	0,6	0,5	-18,4%
Contraprestação de combinação de negócios	-	(14,1)	-	n.a.	n.a.	-	(14,1)	n.a.
Adiantamento para Aquisição	-	(199,8)	-	n.a.	n.a.	-	(199,8)	n.a.
Aumento de Capital em Controladas	-	-	-	n.a.	n.a.	(30,9)	-	n.a.
Adições a Investimentos	-	0,0	(5,1)	n.a.	n.a.	-	(39,2)	n.a.
Adições Imobilizado e Intangível	(86,3)	(83,7)	(121,9)	41,2%	45,7%	(290,5)	(334,9)	15,3%
Caixa advindo de aquisições/subsidiárias	-	-	-	n.a.	n.a.	0,8	-	n.a.
Recebimento de ajuste de preço das aquisições	9,2	-	-	n.a.	n.a.	9,2	-	n.a.
Fluxo de Caixa de Investimentos	(76,7)	(297,9)	(126,7)	65,1%	-57,5%	(312,0)	(587,0)	88,1%
Captação de Empréstimos	982,4	600,4	155,8	-84,1%	-74,0%	3.241,6	2.474,9	-23,7%
Liquidação de Empréstimos	(565,2)	(971,6)	(847,8)	50,0%	-12,7%	(1.723,0)	(2.872,6)	66,7%
Pagamentos de passivo de arrendamento	(14,4)	(17,3)	(17,3)	20,3%	0,0%	(49,7)	(67,0)	34,9%
Dividendos e JSCP	(25,0)	(25,0)	(25,0)	0,0%	0,0%	(100,0)	(100,0)	0,0%
Ações em tesouraria adquiridas	(12,6)	-	-	n.a.	n.a.	(65,1)	-	n.a.
Fluxo de Caixa Financiamento	365,3	(413,5)	(734,2)	n.a.	77,6%	1.303,9	(564,7)	n.a.
Variação cambial sobre Caixa e Equivalentes	11,9	109,9	(9,8)	n.a.	n.a.	27,9	50,3	80,2%
Variação em Disponibilidades	1.314,6	(817,3)	699,0	-46,8%	n.a.	1.574,6	(270,1)	n.a.
Disponibilidades Início Período	1.485,8	2.648,4	1.831,1	23,2%	-30,9%	1.225,8	2.800,4	128,5%
Disponibilidades Final Período	2.800,4	1.831,1	2.530,1	-9,7%	38,2%	2.800,4	2.530,1	-9,7%



Camil

