

# Divulgação de RESULTADOS

3T2024

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



Esse áudio poderia ser um **café**.

17:40



Sabor que transforma café em **união**



Juntou, trocou  
**união**

Sab<sup>or</sup> que transforma

Receba seu brinde em casa



A cada **R\$ 10,00** em compras de produtos União



Junte e troque seus selos por um novo **livro de receitas União** ou outros **brindes colecionáveis!**

Confira todos os brindes no site da promoção.



Para mais informações:  
[juntoutrocouniao.com.br](http://juntoutrocouniao.com.br)

# CAMIL ANUNCIA OS RESULTADOS DO 3T24

Camil atinge Receita Líquida de R\$3,1 bilhões e EBITDA Ajustado de R\$196 milhões, com margem de 6,3% no 3T24

São Paulo, 9 de janeiro de 2025 – A Camil Alimentos S.A. (“Camil” ou “Companhia”) (B3: CAML3) anuncia os resultados do terceiro trimestre de 2024 (3T24 – set/2024 a nov/2024). 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 terceiro trimestre de 2023 (3T23 – set/2023 a nov/2023), exceto quando especificado de outra forma. Os dados das aquisições nos períodos comparativos são reportados a partir da conclusão de cada transação.

## Destaques

<b>Volumes</b>	<b>Queda sequencial de volumes no 3T24 de -9,0% impulsionado pelo alto giro (-5,4% QoQ), alto valor (-5,4% QoQ) e internacional (-16,8% QoQ). Redução anual de -6,8% YoY de volumes, devido a menores volumes registrados no alto giro em grãos, parcialmente compensado pelo aumento de volumes no alto valor com o crescimento dos novos negócios (+11,3% YoY)</b>
<b>Receita</b>	<b>Receita Bruta de R\$3,6 bilhões (+3,5% YoY e -4,9% QoQ) no 3T24 e Receita Líquida de R\$3,1 bilhões (+3,4% YoY e -4,8% QoQ) no 3T24</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>Lucro Bruto de R\$534,2 milhões (-7,8% YoY e -23,5% QoQ) com margem de 17,2% (-2,1pp YoY e -4,2pp QoQ) no 3T24</b>
<b>EBITDA</b>	<b>EBITDA de R\$171,3 milhões (-31,3% YoY e -40,4% QoQ) com margem de 5,5% (-2,8pp YoY e -3,3pp QoQ). Excluindo efeitos não recorrentes de R\$24,5 milhões<sup>1</sup>, o EBITDA Ajustado atingiu R\$195,8 (-21,4% YoY e -31,9% QoQ) com margem de 6,3% (-2,0pp YoY e -2,5pp QoQ)</b>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>Lucro Líquido atingiu R\$44,4 milhões (-69,0% YoY e -62,7% QoQ) com margem de 1,4% (-3,3pp YoY e -2,2pp QoQ) no 3T24</b>
<b>Capex</b>	<b>Capex de R\$83,7 milhões no trimestre (+5,0% YoY e +25,9% QoQ), principalmente, por Capex de manutenção e investimentos na nova planta de grãos em Cambaí (RS). Adicionalmente, registramos no período o adiantamento de R\$199 milhões para aquisição no Paraguai.</b>

Destaques Financeiros	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Receita Bruta</b>	<b>3.433,6</b>	<b>3.738,9</b>	<b>3.555,0</b>	<b>3,5%</b>	<b>-4,9%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>3.003,6</b>	<b>3.261,6</b>	<b>3.104,6</b>	<b>3,4%</b>	<b>-4,8%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>579,7</b>	<b>698,3</b>	<b>534,2</b>	<b>-7,8%</b>	<b>-23,5%</b>
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>19,3%</i>	<i>21,4%</i>	<i>17,2%</i>	<i>-2,1pp</i>	<i>-4,2pp</i>
<b>EBITDA</b>	<b>249,3</b>	<b>287,6</b>	<b>171,3</b>	<b>-31,3%</b>	<b>-40,4%</b>
<i>Margem EBITDA (%)</i>	<i>8,3%</i>	<i>8,8%</i>	<i>5,5%</i>	<i>-2,8pp</i>	<i>-3,3pp</i>
<b>EBITDA Ajustado<sup>1</sup></b>	<b>249,3</b>	<b>287,6</b>	<b>195,8</b>	<b>-21,4%</b>	<b>-31,9%</b>
<i>Margem EBITDA Ajust. (%)<sup>1</sup></i>	<i>8,3%</i>	<i>8,8%</i>	<i>6,3%</i>	<i>-2,0pp</i>	<i>-2,5pp</i>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>143,0</b>	<b>118,8</b>	<b>44,4</b>	<b>-69,0%</b>	<b>-62,7%</b>
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>4,8%</i>	<i>3,6%</i>	<i>1,4%</i>	<i>-3,3pp</i>	<i>-2,2pp</i>
<b>Lucro Líquido Ajustado<sup>1</sup></b>	<b>143,0</b>	<b>118,8</b>	<b>44,4</b>	<b>-69,0%</b>	<b>-62,7%</b>
<i>Margem Líquida Ajust. (%)<sup>1</sup></i>	<i>4,8%</i>	<i>3,6%</i>	<i>1,4%</i>	<i>-3,3pp</i>	<i>-2,2pp</i>
<b>Capex</b>	<b>79,7</b>	<b>66,5</b>	<b>83,7</b>	<b>5,0%</b>	<b>25,9%</b>
<b>Dív. Liq./EBITDA UDM (x)</b>	<b>4,3x</b>	<b>3,5x</b>	<b>4,2x</b>	<b>-0,1x</b>	<b>0,8x</b>
Destaques operacionais	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Volumes (em mil tons)	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Volume Consolidado</b>	<b>579,7</b>	<b>593,6</b>	<b>540,3</b>	<b>-6,8%</b>	<b>-9,0%</b>
<b>Brasil</b>	<b>400,6</b>	<b>405,7</b>	<b>383,9</b>	<b>-4,2%</b>	<b>-5,4%</b>
Alto Giro	359,7	357,6	338,3	-5,9%	-5,4%
Alto Valor	40,9	48,1	45,5	11,3%	-5,4%
<b>Internacional</b>	<b>179,1</b>	<b>187,9</b>	<b>156,4</b>	<b>-12,7%</b>	<b>-16,8%</b>

<sup>1</sup> EBITDA Ajustado exclui os efeitos não recorrentes de R\$24,5 milhões referentes a multas de rescisões contratuais de fornecedores, contingências, processos judiciais e outras receitas de atualização monetária.

## Sumário

<i>Destaques</i>	1
<i>Mensagem da Administração</i>	3
<i>Eventos Recentes</i>	4
<i>Prêmios e Reconhecimentos</i>	4
<i>ESG</i>	4
<i>Desempenho Operacional</i>	7
<i>Desempenho Financeiro</i>	10
<i>Agenda com o Mercado</i>	15
<i>Isenção de Responsabilidade</i>	15
<i>Apêndice – Informações Financeiras do Trimestre</i>	16

## Mensagem da Administração

No terceiro trimestre de 2024, a Camil registrou receita líquida de R\$3,1 bilhões, crescimento de +3% frente ao mesmo período do ano anterior. Excluindo efeitos não recorrentes, o EBITDA Ajustado atingiu R\$195,8 milhões, com margem de 6,3%, redução de -2,0 pontos percentuais frente ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado foi impactado, principalmente, por menores volumes e rentabilidade no Brasil, parcialmente compensado por uma boa rentabilidade no resultado do Internacional.

No alto giro no Brasil (grãos e açúcar), apresentamos queda nos volumes impulsionados pela redução de grãos, justificado por menores volumes de compras por parte dos varejistas no 3T24. Esse é um movimento comum historicamente, tanto em momentos de constantes quedas de preços de arroz no mercado, como no registro de uma menor sazonalidade de vendas quando nos aproximamos do final do ano. Em açúcar, atingimos maiores volumes na comparação sequencial e anual, devido a exportações realizadas no 3T24.

No alto valor, apresentamos crescimento na comparação anual, devido a maiores volumes das novas categorias para a Companhia. Continuamos apresentando uma boa rentabilidade em massas, e seguimos confiantes no seu crescimento por meio do lançamento de massas Camil na região metropolitana de São Paulo e outras avenidas de crescimento com nossa marca líder em Minas Gerais, Santa Amália. Em relação ao café, registramos o contínuo crescimento nos volumes de vendas na categoria no comparativo anual, com nossa estratégia de crescimento das vendas da marca União. O lançamento dos cafés gourmet União também marcam no período a expansão do nosso portfólio, aumentando o valor agregado da categoria e estimulando ainda mais nossa marca. Quanto a categoria de biscoitos, crescimento anual de volumes e seguimos com o plano de aprimoramento da rentabilidade e vendas. Em relação a pescados, apresentamos crescimento anual e sequencial de volumes, entrando no período de maior sazonalidade da categoria, no qual nossos clientes começam a aumentar seus níveis de estoque para se prepararem para o período da quaresma no Brasil. Mantemos o otimismo ao observar as oportunidades de expansão nos resultados das novas operações e o potencial de crescimento das categorias de alto valor para os nossos negócios.

Em um momento no qual o ambiente econômico no Brasil se torna mais desafiador, nossa plataforma diversificada na América Latina se destaca com constantes resultados positivos no âmbito do resultado Internacional. Em adição à essa diversificação, anunciamos em novembro de 2024 nosso primeiro passo para entrada no mercado paraguaio de arroz. A Q2PY S.A., empresa de membros da Camil Investimentos (controladores da Camil Alimentos S.A.), realizou a conclusão da aquisição de 100% do capital social da Rice Paraguay S.A. e, indiretamente, de 80% do capital social da Villa Oliva Rice S.A. Como parte do acordo, será realizada a transferência dos imóveis rurais da Villa Oliva para a Q2PY, enquanto a Camil assumirá o controle dos ativos industriais da Villa Oliva. A operação tem como objetivo alinhar-se ao plano estratégico da Camil, que prioriza a gestão de operações sem propriedade de imóveis rurais. A Camil realizou o adiantamento de R\$199 milhões, conforme divulgado ao mercado em novembro de 2024, e manteremos o mercado informado a respeito dos próximos passos para a conclusão da transação.

Continuamos avançando na nossa agenda ESG, reforçando a presença da Camil na composição do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 e o reporte das nossas iniciativas e ações em foco através do nosso Relatório de Sustentabilidade. Essas ações reforçam o nosso compromisso em contribuir para o desenvolvimento sustentável dos negócios, do planeta e na criação de valor compartilhado.

Com um mix de produtos de alto valor e uma presença geográfica diversificada, a Camil continua a trabalhar em eficiência e nas suas marcas ao longo dos mais de 60 anos de existência. Com categorias e marcas amplamente reconhecidas pelos consumidores em todos os países em que atuamos, reforçamos cada vez mais a nossa estrutura interna e a plataforma de produtos, confiantes de que a Companhia está no caminho certo para consolidar a sua posição no setor de alimentos da América do Sul.

**Luciano Quartiero**  
Diretor Presidente

**Flavio Vargas**  
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

## Eventos Recentes

### ☉ **Novembro 2024: Aquisição do Controle Villa Oliva Rice S.A e da Rice Paraguay S.A.**

A Companhia anunciou em 18 de novembro de 2024 a aquisição de 100% da Rice Paraguay S.A. (RICE) e 80% da Villa Oliva Rice S.A., por meio da Q2PY S.A. A transação envolve a transferência prévia de imóveis rurais da Villa Oliva para a Q2PY. Após a conclusão, a Q2PY manterá o controle da RICE e dos imóveis rurais, enquanto a subsidiária Camilatam assumirá os ativos industriais da Villa Oliva. A Companhia manterá o mercado informado acerca dos próximos passos para a conclusão da transação.

### ☉ **Novembro 2024: Aprovação de Pagamento de JCP e Dividendos**

No dia 14 de novembro de 2024, o Conselho de Administração da Companhia aprovou o pagamento de Juros sobre Capital e Dividendos no montante total de R\$25 milhões. Foram distribuídos em JCP R\$19 milhões, correspondente ao valor bruto unitário de aprox. R\$0,05 por ação, e dividendos de R\$6 milhões, correspondente ao valor bruto unitário de aprox. R\$0,02 por ação. Ambos foram pagos no dia 6 de dezembro de 2024.

### ☉ **Setembro 2024: Informe de Governança Corporativa**

Em setembro de 2024, a Camil publicou seu informe do Código Brasileiro de Governança Corporativa 2024. Mantivemos a 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 o [site de Relações com Investidores da Companhia](#).

## Prêmios e Reconhecimentos

- ☉ **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: Mercaria Commodities.
- ☉ **Prêmio Effie Awards** – 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?"
- ☉ **Marca de Alto Renome (INPI) – Camil**
- ☉ **Prêmio ABRE 2024** - Prata na categoria Design – bebida não alcoólica: Café União Gourmet.
- ☉ **Top of Mind – Folha de São Paulo** - Coqueiro (Sardinha) e Camil (Feijão).
- ☉ **Prêmio Marcas & Consumidores** - Profissional de Marketing do Ano: Daniel Cappadona, marca União.

## ESG

Na Camil, a abordagem ESG dentro do nosso modelo de negócio está firmemente alinhada aos pilares estratégicos da Companhia. Nossas iniciativas são conduzidas por diversas lideranças, separadas entre nossos temas materiais. Esses líderes focam em áreas fundamentais como: Segurança do Trabalho, Ecoeficiência, Qualidade, Boas Práticas na Cadeia de Valor, Investimentos Sociais, Diversidade Equidade e Inclusão, Saúde e Educação, Voluntariado, Riscos e Compliance, além de Governança Corporativa.

As principais iniciativas podem ser observadas no **Relatório de Sustentabilidade da Companhia**, o qual segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) e da Sustainability Accounting Standards Board (SASB), alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. O documento fornece uma visão detalhada do nosso desempenho econômico, ambiental, social e de governança, além de apresentar nosso modelo de negócios, estratégia corporativa e potencial de geração de valor para nossos parceiros. Divulgamos nele os principais indicadores e ações do ano, com destaque para as realizações em ESG dos mais de 7 mil colaboradores da Camil no Brasil, Uruguai, Chile, Peru e Equador. **Clique para acessar as versões:** [Português \(Versão Completa\)](#), [Português \(Versão Resumida\)](#), [Inglês](#) ou [Espanhol](#).



## Marcas e Lançamentos

Reforçar a conexão com nossos consumidores através de serviços de valor agregado e campanhas que contribuam para a diferenciação dos nossos produtos é uma prioridade para a Camil, construindo marcas fortes e renomadas. Essa estratégia nos permite capturar um prêmio de marca nos mercados de atuação e é um importante pilar na geração de valor da Companhia no longo prazo.

**Camil, a base do Brasil:** a marca Camil segue fortalecendo sua presença no mercado com ações estratégicas que conectam seus produtos à vida dos brasileiros. No terceiro trimestre de 2024, a continuidade da campanha "Camil, a Base do Brasil" se manteve como um dos pilares da comunicação da marca. Seguindo a proposta de reforçar a importância dos grãos como base da alimentação dos brasileiros, a campanha continuou a ser veiculada em diversas plataformas, como redes sociais, pontos de venda, mídia externa (OOH) e TV, com foco em São Paulo e Minas Gerais. 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.

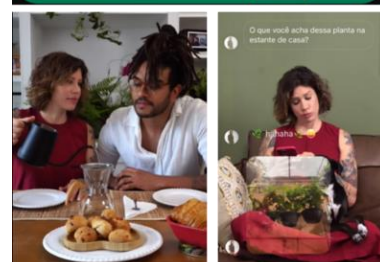
Outro marco do trimestre foi a participação da Camil na "Feira Super Minas", um dos maiores eventos do setor varejista do estado de Minas Gerais. Durante o evento, realizado entre os dias 30 de setembro e 2 de outubro de 2024, a marca teve uma presença marcante, ações interativas de degustação dos seus principais produtos. A feira também serviu como um ponto de encontro para profissionais do setor, permitindo à Camil estreitar relacionamentos e ampliar a sua visibilidade entre os consumidores mineiros.

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 e reconhecida com a Prata no Prêmio Effie Awards Brasil 2024, uma das principais premiações de marketing e publicidade. A ação foi premiada no anuário do Clube da Criação e no âmbito internacional, com destaque no prêmio El ojo. A campanha gerou 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, dando visibilidade a essa dupla de produtos que é a base da alimentação brasileira. [Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Camil? Acesse o site da marca de grãos Camil.](#)

**União, sabor que transforma:** no 3T24, a marca União iniciou 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 da marca e composto por 3 volumes, com mais de 40 receitas doces divididos em categorias para impressionar e para reunir a família; até outros prêmios, como aventais, panos de prato estampados, potes de mantimentos e açucareiros.

A nova campanha de Café União, 'Essa Mensagem Poderia Ser um Café', lançada em setembro, 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 textão em um café, e tem como foco mídia digital e mídias externas (OOH) nas regiões metropolitanas de SP e RJ.

Com o posicionamento 'Sabor que Transforma Café em União', os influenciadores, junto com a marca, trouxeram a ideia de transformar encontros virtuais em encontros reais, acompanhados de um café — seja para escolher móveis para a casa nova ou para retomar encontros que não aconteciam há muitos anos. 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. [Quer saber mais sobre as iniciativas da marca União? Acesse o site da marca União.](#)



**Coqueiro, o peixe da hora:** A marca Coqueiro lançou sua nova campanha de marca no 3T24: Coqueiro, o Peixe da Hora de Verdade. 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 será feito através um novo porta-voz, que é também uma das grandes novidades da marca nesse trimestre: o Coqueirito (ao lado). 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. [Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Coqueiro? Acesse o site da marca Coqueiro.](#)



**Santa Amália, por uma vida mais massa:** neste 3º trimestre a marca seguiu com a 3ª onda da campanha reforçando o posicionamento “Por uma vida mais massa”, investindo 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. 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. 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. [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 lançou uma nova ação de marca no 3T24 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.](#)

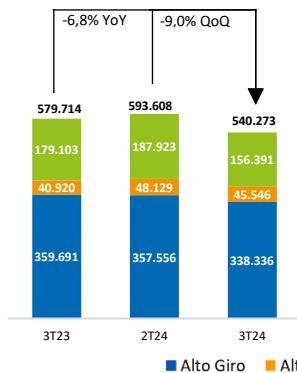


## Desempenho Operacional

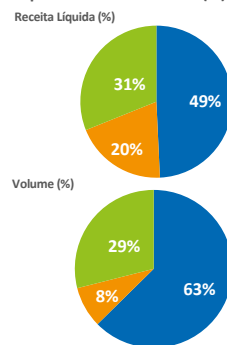
Destaques operacionais	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Volumes (em mil tons)	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Volume Consolidado</b>	<b>579,7</b>	<b>593,6</b>	<b>540,3</b>	<b>-6,8%</b>	<b>-9,0%</b>
<b>Brasil</b>	<b>400,6</b>	<b>405,7</b>	<b>383,9</b>	<b>-4,2%</b>	<b>-5,4%</b>
Alto Giro	359,7	357,6	338,3	-5,9%	-5,4%
Alto Valor	40,9	48,1	45,5	11,3%	-5,4%
<b>Internacional</b>	<b>179,1</b>	<b>187,9</b>	<b>156,4</b>	<b>-12,7%</b>	<b>-16,8%</b>
<b>Preços Líquidos(R\$/Kg)</b>					
<b>Brasil</b>					
Alto Giro	4,26	4,90	4,26	0,1%	-13,0%
Alto Valor	12,66	13,06	12,64	-0,2%	-3,3%
<b>Internacional</b>	<b>5,40</b>	<b>4,81</b>	<b>5,82</b>	<b>7,8%</b>	<b>20,9%</b>

### Representatividade por Categoria

Volumes 3T23 vs. 3T24 (ton)



Representatividade 3T24 (%)



**Queda sequencial de volumes de -9,0%, impulsionado por menores volumes no alto giro (-5,4% QoQ), alto valor (-5,4% QoQ) e internacional (-16,8% QoQ).**

**Queda de -6,8% no volume anual, principalmente pela redução no alto giro (-5,9% YoY), e no internacional (-12,7% YoY), parcialmente compensado pelo aumento de volumes no alto valor (+11,3% YoY).**

### 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:** resultado das operações no Uruguai, Chile, Peru e Equador.

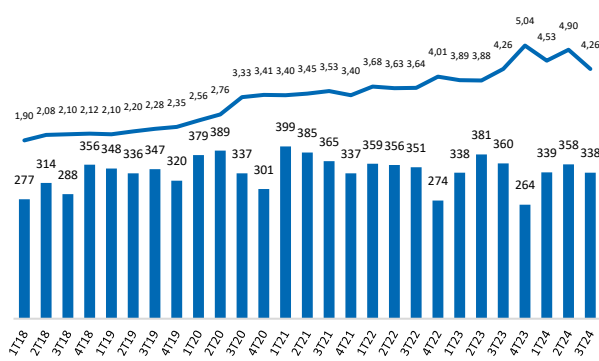
Fonte: Companhia

## Alto Giro



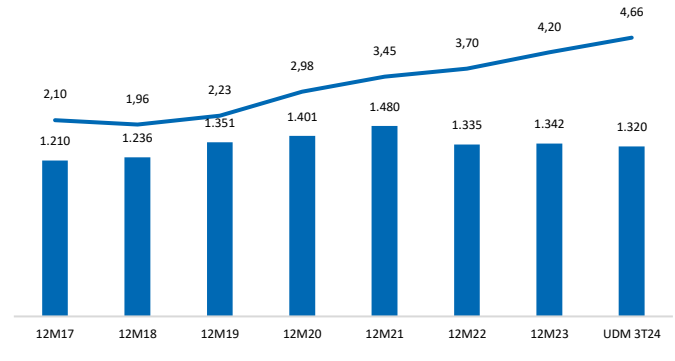
- ⊗ **Volume:** 338,3 mil tons, -5,9% YoY e -5,4% QoQ no 3T24
- ⊗ **Preço líquido:** R\$4,26/kg, +0,1% YoY e -13,0% QoQ no 3T24
- ⊗ **Mix de vendas:** Queda do volume sequencial (-5,4% QoQ) e anual (-5,9% YoY) em razão de menores volumes registrados em grãos e parcialmente compensado por maiores volumes em açúcar com aumento de exportações registradas no 3T24.
- ⊗ **Mercado<sup>2</sup>:** Arroz: R\$116,83/saca (+9,9% YoY e +0,9% QoQ), Feijão: R\$222,06/saca (+5,5% YoY e -6,7% QoQ) e Açúcar: R\$153,03/saca (-1,1% YoY e +15,0% QoQ) no 3T24

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

<sup>2</sup>Fonte: CEPEA; indicador do arroz em Casca Esalq/Senar-RS 50kg; Agrolink; indicador do feijão carioca Sc 60kg; CEPEA – indicador do Açúcar Cristal Esalq-SP 50kg

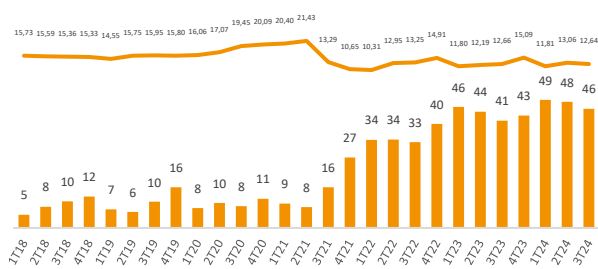


## Alto Valor



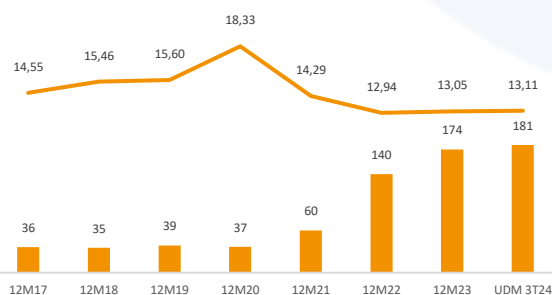
- ⊗ **Volume:** 45,5 mil tons, +11,3% YoY e -5,4% QoQ no 3T24
- ⊗ **Preço líquido:** R\$12,64/kg, -0,2% YoY e -3,3% QoQ no 3T24
- ⊗ **Mix de vendas:** No comparativo anual, **crescimento no volume (+11,3% YoY)** impulsionado pelo crescimento em todas as categorias. No **sequencial, queda nos volumes (-5,4% QoQ)** impulsionado principalmente por menores volumes em cafés, parcialmente compensado por maiores volumes em pescados.
- ⊗ **Mercado<sup>3</sup>:** **Trigo:** R\$1.447,28/ton (+29,3% YoY e -5,2% QoQ) e **Café:** R\$1.570,70/ton (+86,4% YoY e +12,0% QoQ) no 3T24

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)

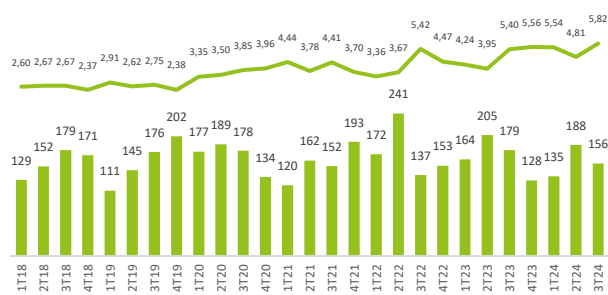


Fonte: Companhia

## Internacional

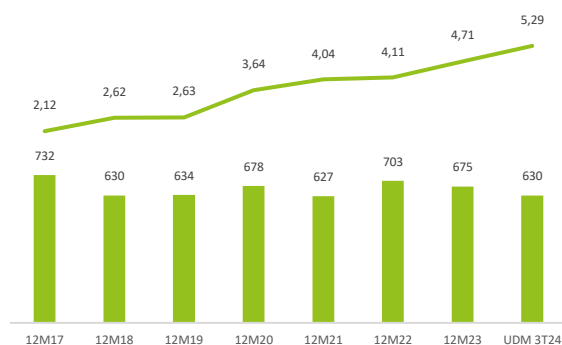
No segmento internacional, o volume de vendas atingiu 156,4 mil toneladas no trimestre (-12,7% YoY e -16,8% QoQ). O resultado foi impactado pela redução nos volumes de vendas no Uruguai, devido ao menor nível de exportações no período. Vale destacar que a receita internacional apresentou crescimento na comparação sequencial, impulsionada pelo aumento de preços no Uruguai, Peru e Chile.

Internacional - Evolução Volume Trimestral Histórico (mil tons)



Fonte: Companhia

Internacional - Evolução Volume Anual (mil tons)



Fonte: Companhia

<sup>3</sup> CEPEA; indicador do Trigo Esalq/Senar-PR; CEPEA Esalq; Indicador do Café Arábica

## Demonstrações de Resultado Consolidado

Demonstrativos (em R\$ milhões)	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Receita Bruta</b>	<b>3.433,6</b>	<b>3.738,9</b>	<b>3.555,0</b>	<b>3,5%</b>	<b>-4,9%</b>
(-) Deduções de Vendas	(430,1)	(477,3)	(450,4)	4,7%	-5,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>3.003,6</b>	<b>3.261,6</b>	<b>3.104,6</b>	<b>3,4%</b>	<b>-4,8%</b>
(-) Custo das Vendas e Serviços	(2.423,8)	(2.563,3)	(2.570,4)	6,0%	0,3%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>579,7</b>	<b>698,3</b>	<b>534,2</b>	<b>-7,8%</b>	<b>-23,5%</b>
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(425,4)	(477,9)	(447,3)	5,2%	-6,4%
(+/-) Resultado da Equiv. Patrimonial	0,0	(1,7)	-	n.a	n.a
(+) Outras Receitas Operacionais	28,5	2,8	16,1	-43,5%	480,0%
<b>Lucro Operacional (EBIT)</b>	<b>182,9</b>	<b>221,4</b>	<b>103,1</b>	<b>-43,7%</b>	<b>-53,4%</b>
(+/-) Resultado Financeiro	(110,0)	(89,5)	(115,2)	4,7%	28,8%
<b>Resultado antes Impostos</b>	<b>72,9</b>	<b>132,0</b>	<b>(12,2)</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>
Total Imposto de Renda / CSLL	70,1	(13,2)	56,5	-19,3%	n.a
<b>Lucro Líquido</b>	<b>143,0</b>	<b>118,8</b>	<b>44,4</b>	<b>-69,0%</b>	<b>-62,7%</b>
<b>Reconciliação EBITDA</b>					
Lucro Líquido	143,0	118,8	44,4	-69,0%	-62,7%
(-) Resultado Financeiro Líquido	110,0	89,5	115,2	4,7%	28,8%
(-) Imposto de Renda / CSLL	(70,1)	13,2	(56,5)	-19,3%	n.a
(-) Depreciação e Amortização	66,4	66,1	68,3	2,9%	3,2%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>249,3</b>	<b>287,6</b>	<b>171,3</b>	<b>-31,3%</b>	<b>-40,4%</b>
(-) Receitas/Despesas Não Recorrentes	-	-	24,5	n.a	n.a
<b>(=) EBITDA Ajustado<sup>1</sup></b>	<b>249,3</b>	<b>287,6</b>	<b>195,8</b>	<b>-21,4%</b>	<b>-31,9%</b>
<b>Margens</b>					
Margem Bruta	19,3%	21,4%	17,2%	-2,1pp	-4,2pp
Margem EBITDA	8,3%	8,8%	5,5%	-2,8pp	-3,3pp
Margem EBITDA Ajustada <sup>1</sup>	8,3%	8,8%	6,3%	-2,0pp	-2,5pp
Margem Líquida	4,8%	3,6%	1,4%	-3,3pp	-2,2pp

## Demonstrações de Resultado por Segmento

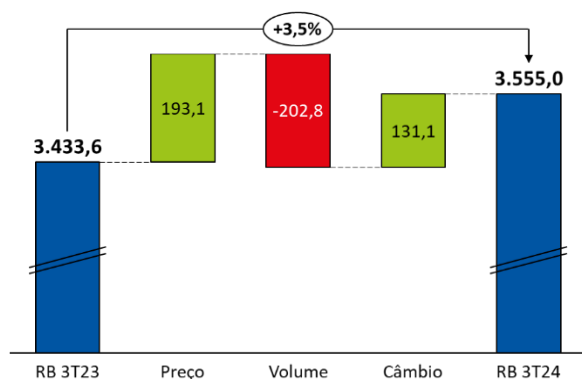
Brasil	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Receita Líquida</b>	<b>2.149,6</b>	<b>2.357,2</b>	<b>2.194,4</b>	<b>2,1%</b>	<b>-6,9%</b>
(-) Custo das Vendas e Serviços	(1.763,3)	(1.874,5)	(1.853,2)	5,1%	-1,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>386,3</b>	<b>482,7</b>	<b>341,2</b>	<b>-11,7%</b>	<b>-29,3%</b>
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(293,7)	(331,5)	(321,2)	9,4%	-3,1%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	23,8	(0,3)	16,1	-32,4%	n.a
<b>Lucro Operacional (EBIT)</b>	<b>116,4</b>	<b>150,9</b>	<b>36,1</b>	<b>-69,0%</b>	<b>-76,1%</b>
(+/-) Resultado Financeiro	(97,2)	(76,0)	(92,7)	-4,6%	21,9%
<b>Resultado antes Impostos</b>	<b>19,2</b>	<b>74,9</b>	<b>(56,6)</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>
Total Imposto de Renda / CSLL	75,2	(2,3)	71,2	-5,4%	n.a
<b>Lucro Líquido</b>	<b>94,5</b>	<b>72,5</b>	<b>14,6</b>	<b>-84,6%</b>	<b>-79,9%</b>
<b>Reconciliação EBITDA</b>					
Lucro Líquido	94,5	72,5	14,6	-84,6%	-79,9%
(+) Resultado Financeiro Líquido	97,2	76,0	92,7	-4,6%	21,9%
(+) Imposto de Renda / CSLL	(75,2)	2,3	(71,2)	-5,4%	n.a
(+) Depreciação e Amortização	49,7	45,0	45,9	-7,6%	2,1%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>166,1</b>	<b>195,8</b>	<b>82,0</b>	<b>-50,6%</b>	<b>-58,1%</b>
(-) Receitas/Despesas Não Recorrentes	-	-	24,5	n.a	n.a
<b>(=) EBITDA Ajustado<sup>1</sup></b>	<b>166,1</b>	<b>195,8</b>	<b>106,5</b>	<b>-35,9%</b>	<b>-45,6%</b>
<b>Margens</b>					
Margem Bruta	18,0%	20,5%	15,5%	-4,9pp	-2,4pp
Margem EBITDA	7,7%	8,3%	3,7%	-4,6pp	-4,0pp
Margem EBITDA Ajustada <sup>1</sup>	7,7%	8,3%	4,9%	-3,5pp	-2,9pp
Margem Líquida	4,4%	3,1%	0,7%	-2,4pp	-3,7pp
Internacional	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Receita Líquida</b>	<b>853,9</b>	<b>904,4</b>	<b>910,3</b>	<b>6,6%</b>	<b>0,7%</b>
(-) Custo das Vendas e Serviços	(660,5)	(688,8)	(717,2)	8,6%	4,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>193,4</b>	<b>215,6</b>	<b>193,0</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-10,5%</b>
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(131,7)	(146,3)	(126,1)	-4,2%	-13,9%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	4,7	1,3	0,0	-99,4%	-97,9%
<b>Lucro Operacional (EBIT)</b>	<b>66,5</b>	<b>70,6</b>	<b>67,0</b>	<b>0,8%</b>	<b>-5,1%</b>
(+/-) Resultado Financeiro	(12,8)	(13,4)	(22,6)	75,9%	67,9%
<b>Resultado antes Impostos</b>	<b>53,7</b>	<b>57,1</b>	<b>44,4</b>	<b>-17,2%</b>	<b>-22,2%</b>
(+/-) Total Imposto de Renda / CSLL	(5,2)	(10,9)	(14,6)	183,4%	34,1%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>48,5</b>	<b>46,2</b>	<b>29,8</b>	<b>-38,6%</b>	<b>-35,5%</b>
<b>Reconciliação EBITDA</b>					
Lucro Líquido	48,5	46,2	29,8	-38,6%	-35,5%
(+) Resultado Financeiro Líquido	12,8	13,4	22,6	75,9%	67,9%
(+) Imposto de Renda / CSLL	5,2	10,9	14,6	183,4%	34,1%
(+) Depreciação e Amortização	16,7	21,2	22,4	34,1%	5,7%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>83,2</b>	<b>91,7</b>	<b>89,4</b>	<b>7,4%</b>	<b>-2,6%</b>
<b>Margens</b>					
Margem Bruta	22,6%	23,8%	21,2%	-2,6pp	-1,4pp
Margem EBITDA	9,7%	10,1%	9,8%	-0,3pp	0,1pp
Margem Líquida	5,7%	5,1%	3,3%	-1,8pp	-2,4pp

<sup>1</sup> EBITDA Ajustado exclui os efeitos não recorrentes de R\$24,5 milhões referentes a multas de rescisões contratuais de fornecedores, contingências, processos judiciais e outras receitas de atualização monetária.

## Desempenho Financeiro

### Receita

Consolidado 3T24: Abertura Receita Bruta (R\$mn)



A **Receita Bruta** atingiu **R\$3,6 bilhões** no trimestre (+3,5% YoY), devido ao crescimento de preços no período. Por categoria, o resultado foi impulsionado pelo crescimento de receita principalmente em pescados, devido a maiores níveis de compras dos varejistas em razão da quaresma que se aproxima, em café, devido a maiores preços registrados no período e no segmento internacional. Os efeitos por segmento e categoria estão descritos em maiores detalhes na parte de *Desempenho Operacional* deste release.

A **Receita Líquida** atingiu **R\$3,1 bilhões**, recorde no trimestre (+3,4% YoY).

### Custos e Despesas

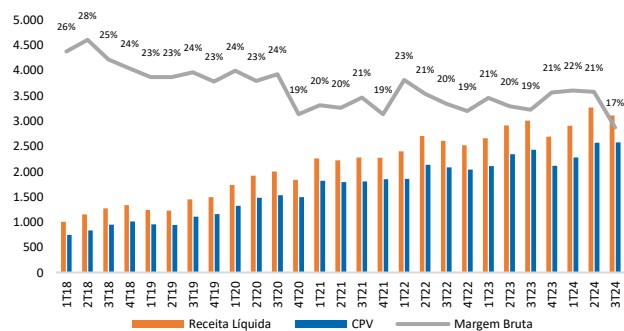
Despesas por função	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Despesas por Função</b>	<b>(2.849,2)</b>	<b>(3.041,2)</b>	<b>(3.017,7)</b>	<b>5,9%</b>	<b>-0,8%</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(2.423,8)	(2.563,3)	(2.570,4)	6,0%	0,3%
Despesas com Vendas	(273,8)	(316,2)	(286,7)	4,7%	-9,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(151,5)	(161,7)	(160,6)	6,0%	-0,7%
Despesas por Natureza	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Despesas por Natureza</b>	<b>(2.849,2)</b>	<b>(3.041,2)</b>	<b>(3.017,7)</b>	<b>5,9%</b>	<b>-0,8%</b>
Depreciação e Amortização	(66,4)	(66,1)	(68,3)	2,9%	3,2%
Despesas com Pessoal	(210,5)	(227,0)	(226,4)	7,6%	-0,3%
Matéria Prima e Materiais	(2.082,8)	(2.259,7)	(2.277,5)	9,4%	0,8%
Fretes	(185,3)	(240,8)	(194,7)	5,1%	-19,1%
Comissões sobre Vendas	(18,9)	(19,3)	(20,0)	6,2%	3,6%
Despesas com Manutenção	(53,0)	(61,9)	(58,5)	10,5%	-5,5%
Despesas com Energia Elétrica	(19,8)	(20,6)	(20,2)	2,0%	-1,8%
Despesas com Serviços de Terceiros	(59,4)	(67,7)	(73,4)	23,5%	8,4%
Outras Despesas	(153,2)	(78,0)	(78,7)	-48,7%	0,8%

### Custo das Vendas e Serviços

Os **Custos das Vendas e Serviços** do trimestre atingiram **R\$2,6 bilhões (+6,0% YoY)**, ou **83% da receita líquida**, devido ao crescimento do CPV do Brasil (+5,1% YoY) impulsionado, principalmente, pelo crescimento do CPV do alto giro em grãos, e no alto valor em pescados e café. No internacional, o CPV apresentou um crescimento de (+8,6% YoY) impulsionado principalmente pelo crescimento de CPV no Uruguai e Chile.

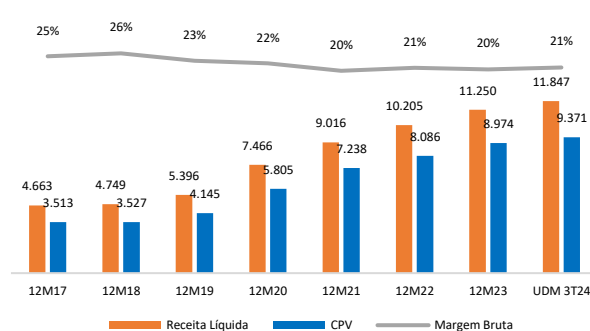
Levando em consideração esses fatores, o **Lucro Bruto** atingiu **R\$534,3 milhões (-7,8% YoY e -23,5% QoQ)** com margem de **17,2% (-2,1pp YoY e -4,2pp QoQ)** no 3T24.

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



Fonte: Companhia

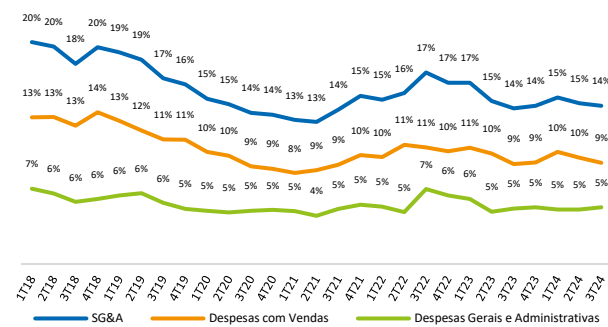
#### Evolução Anual Receita Líquida vs. Custos (R\$mn)



Fonte: Companhia

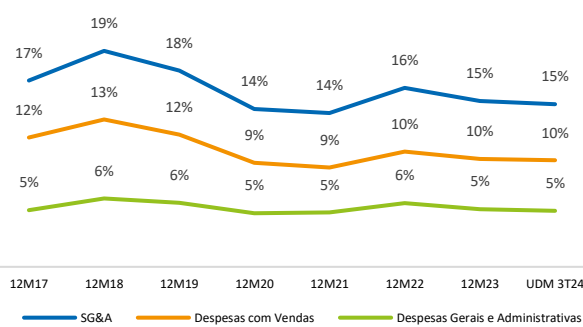
## Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

Evolução Trimestral SG&A/Receita Líquida (%)



Fonte: Companhia

Evolução Anual SG&A/Receita Líquida (%)



Fonte: Companhia

O SG&A no trimestre atingiu R\$447,3 milhões (+5,2% YoY), equivalente a 14,4% da receita líquida (+0,2pp YoY). O aumento foi devido ao SG&A Brasil que atingiu R\$321,2 milhões (+9,4% YoY), devido a maiores despesas com fretes, pessoal, TI, e não recorrentes no G&A especificados abaixo. No Internacional, o SG&A atingiu R\$126,0 milhões (-4,2% YoY) devido à queda de SG&A no Uruguai e Peru.

Vale destacar que a Companhia continua realizando planos de otimização e revisão de despesas, visando cada vez mais uma maior eficiência e sinergias entre as novas categorias. Conseguimos potencializar essas sinergias das aquisições realizadas nos últimos anos, superando nossas metas e reforçando a confiança no crescimento dos novos negócios.

### Despesas com Vendas

As despesas com vendas no trimestre atingiram R\$286,7 milhões (+4,7% YoY), ou 9,2% da receita líquida do trimestre devido, principalmente, ao aumento das despesas com vendas no Brasil (+12,0% YoY).

- As despesas com vendas do Brasil apresentaram aumento de +12,0% YoY, representando 9,1% da receita líquida do Brasil no trimestre. A variação foi impulsionada pelo aumento nas despesas com fretes e propagandas, devido a maiores volumes de exportações em açúcar e novas campanhas de marketing.
- As despesas com vendas do Internacional apresentaram redução de -8,8% YoY, representando 9,7% da receita líquida do internacional no trimestre. Esse resultado se deu em função da diminuição de despesas com vendas no Uruguai, Chile e Peru.

### Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas no trimestre atingiram R\$160,6 milhões (+6,0% YoY), ou 5,2% da receita líquida do trimestre.

- As despesas gerais e administrativas do Brasil apresentaram aumento de +5,3% YoY, representando 5,6% da receita líquida do Brasil no trimestre, principalmente, em função do aumento de despesas com pessoal, TI e não recorrentes. As apurações não recorrentes do exercício totalizam R\$34,9 milhões, e incluem multas de rescisões contratuais de fornecedores, contingências e processos judiciais.
- As despesas gerais e administrativas do Internacional apresentaram aumento de +8,2% YoY, ou 4,2% da receita líquida do internacional no trimestre, principalmente decorrente do incremento de G&A no Uruguai, Peru e Equador.

### Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial

As outras receitas e despesas operacionais e equivalência patrimonial atingiram R\$16,1 milhões positivos no trimestre (vs. R\$28,5 milhões positivos no 3T23), devido, principalmente, a receitas advindas da atualização monetária sobre impostos pagos decorrente de ação judicial da Companhia, o qual discutiu o direito da Camil de reaver R\$10,4 milhões referentes a atualização monetária sobre os impostos pagos após discutir seu 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 restituição/compensação dos valores indevidamente recolhidos nos últimos anos.<sup>4</sup>

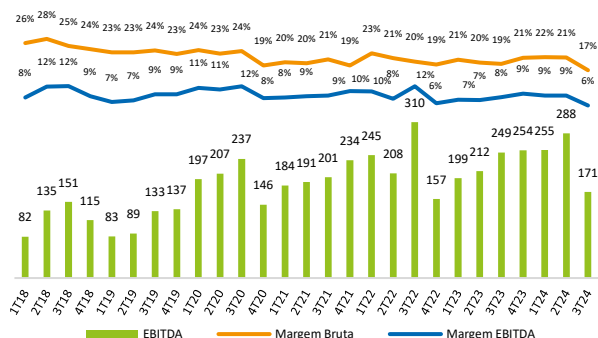
<sup>4</sup> Em 24 de setembro de 2021, o plenário do Supremo Tribunal Federal julgou o Recurso Extraordinário nº 1.063.187/SC (Tema 962), declarando inconstitucional a incidência do IRPJ e da CSLL sobre os juros de mora e correção monetária atinentes à taxa Selic recebidos em razão de repetição dos indêbitos tributários.

## EBITDA

O EBITDA do trimestre atingiu **R\$171,3 milhões (-31,3% YoY e -40,4% QoQ)** com **margem de 5,5% (-2,8pp YoY e -3,3pp QoQ)** no 3T24.

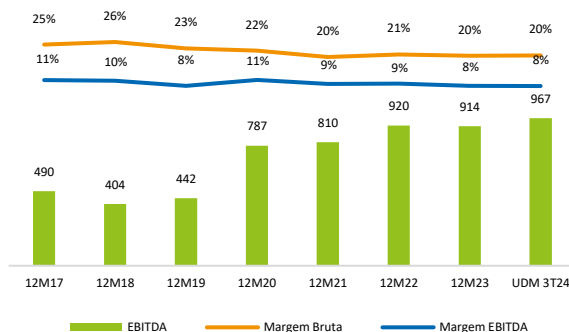
Excluindo efeitos **não recorrentes de R\$24,5 milhões** referentes a multas de rescisões contratuais de fornecedores, contingências, processos judiciais e outras receitas de atualização monetária, o **EBITDA Ajustado<sup>1</sup>** atingiu **R\$195,8 (-21,4% YoY e -31,9% QoQ)** com **margem de 6,3% (-2,0pp YoY e -2,5pp QoQ)**.

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\$115,2 milhões no trimestre (+4,7% YoY), em função de maiores taxas de juros entre os períodos, o que refletiu em maiores despesas financeiras.

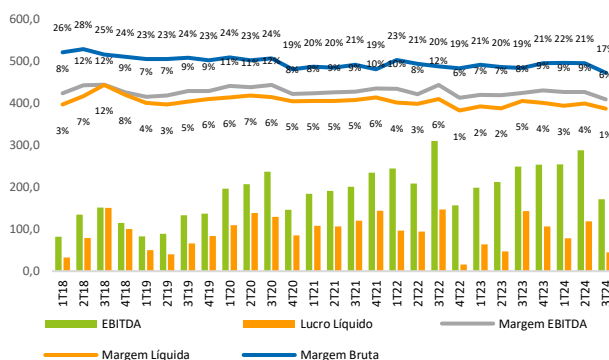
## Imposto de Renda e CSLL

**Imposto de Renda e CSLL** apresentou resultado positivo de R\$56,5 milhões no trimestre (vs. R\$70,1 milhões positivos no 3T23). A base de cálculo tributária da companhia foi reduzida em função da exclusão das subvenções governamentais do ICMS concedidas pelos Estados. Adicionalmente, foram registradas deduções relacionadas à distribuição de Juros sobre Capital Próprio (JCP), aos efeitos da equivalência patrimonial e à exclusão dos efeitos da SELIC Indébito sobre o crédito decorrente de decisão judicial transitada em julgado.

## Lucro Líquido e Lucro por Ação

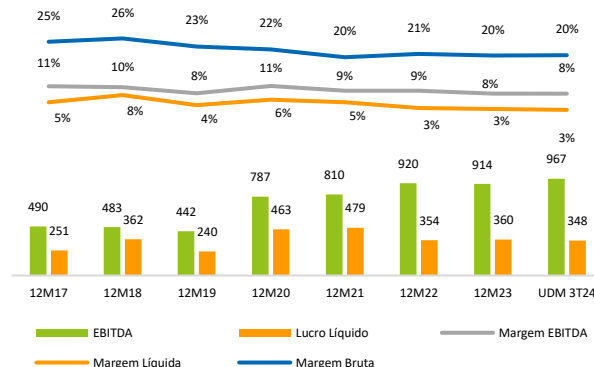
**Lucro Líquido** atingiu **R\$44,4 milhões (-69,0% YoY e -62,7% QoQ)** com **margem de 1,4% (-3,3pp YoY e -2,2pp QoQ)** no 3T24. O Lucro por ação atingiu R\$0,13 no trimestre.

Evolução Rentabilidade Trimestral (R\$mn)



Fonte: Companhia

Evolução Rentabilidade Ano (R\$mn)



Fonte: Companhia

<sup>1</sup> EBITDA Ajustado exclui os efeitos não recorrentes de R\$24,5 milhões referentes a multas de rescisões contratuais de fornecedores, contingências, processos judiciais e outras receitas de atualização monetária.

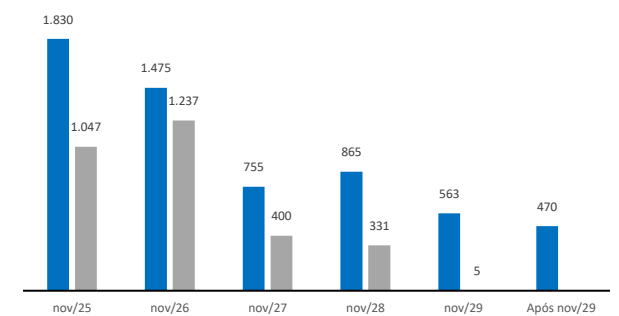
## Endividamento e Caixa

Endividamento (em R\$mn)	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data de Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Endividamento Total</b>	<b>5.051,8</b>	<b>6.269,3</b>	<b>5.930,1</b>	<b>17,4%</b>	<b>-5,4%</b>
Empréstimos e Financiamentos	2.454,0	2.912,7	2.794,7	13,9%	-4,1%
Debêntures	2.597,8	3.356,6	3.135,4	20,7%	-6,6%
Curto Prazo	2.041,0	2.047,9	1.829,8	-10,3%	-10,6%
Longo Prazo	3.010,8	4.221,4	4.100,3	36,2%	-2,9%
<b>Alavancagem</b>					
Dívida Bruta	5.051,8	6.269,3	5.930,1	17,4%	-5,4%
Caixa + aplicações fin.	1.501,1	2.648,4	1.845,8	23,0%	-30,3%
<b>Dívida Líquida</b>	<b>3.550,7</b>	<b>3.620,9</b>	<b>4.084,3</b>	<b>15,0%</b>	<b>12,8%</b>
<b>Dív.Liq./EBITDA UDM (x)</b>	<b>4,3x</b>	<b>3,5x</b>	<b>4,2x</b>	<b>-0,1x</b>	<b>0,8x</b>

O **endividamento total** atingiu R\$5,9 bilhões (+17,4% YoY), em função de novas captações no Brasil. A **liquidez total** (caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras de curto e longo prazo) atingiu R\$1,8 bilhões (+23,0% YoY).

Levando os fatores acima em consideração, o **endividamento líquido** (dívida bruta excluindo liquidez total) totalizou R\$4,1 bilhões (+15,0% YoY) e **endividamento líquido/EBITDA UDM** de 4,2x (-0,1x YoY).

### Cronograma de Amortização (R\$mn)

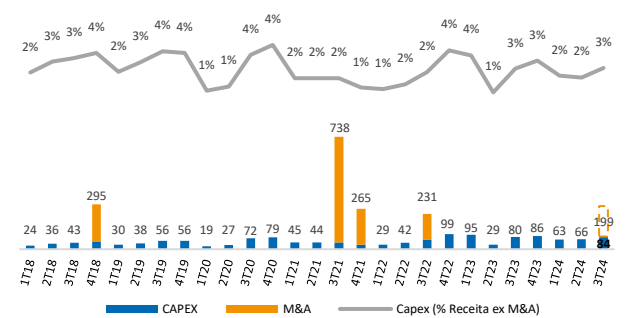


Fonte: Companhia

A Companhia concluiu, em junho de 2024, a 14ª Emissão de Debêntures (CRA). A emissão consiste em debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, divididas em 3 séries, no valor total 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.

## Capex

### Capex (R\$mn)



Fonte: Companhia

O **Capex** atingiu **R\$83,7 milhões (+5,0% YoY)** no trimestre, principalmente por Capex de manutenção e na nova planta de Cambaí, no Rio Grande do Sul.

Vale destacar, conforme o comunicado de transações com partes relacionadas divulgado em novembro de 2024, a Companhia realizou **adiantamento para a aquisição do Paraguai, no valor de R\$199,8 milhões**. A Companhia manterá o mercado informado acerca dos próximos passos para a conclusão dessa transação.

## Capital de Giro

Capital de Giro	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data de Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Estoques</b>	<b>1.928,9</b>	<b>2.450,5</b>	<b>2.234,5</b>	<b>15,8%</b>	<b>-8,8%</b>
<i>Dias Estoques</i>	79,1	95,5	85,7	7 d	-10 d
<b>Adiantamento a Fornecedores</b>	<b>582,9</b>	<b>562,0</b>	<b>727,6</b>	<b>24,8%</b>	<b>29,5%</b>
<i>Dias Adiantamento a fornecedores</i>	23,9	21,9	27,9	4 d	6 d
<b>Contas a Receber</b>	<b>1.885,9</b>	<b>1.746,8</b>	<b>1.977,5</b>	<b>4,9%</b>	<b>13,2%</b>
<i>Dias Contas a Receber</i>	62,1	53,8	60,4	-2 d	7 d
<b>Fornecedores</b>	<b>1.124,5</b>	<b>1.151,8</b>	<b>1.202,7</b>	<b>7,0%</b>	<b>4,4%</b>
<i>Dias Fornecedores</i>	46,1	44,9	46,1	0 d	1 d
<b>Outros Ativos Correntes</b>	<b>315,1</b>	<b>296,0</b>	<b>418,4</b>	<b>32,8%</b>	<b>41,4%</b>
<b>Outros Passivos Correntes</b>	<b>376,2</b>	<b>430,6</b>	<b>458,5</b>	<b>21,9%</b>	<b>6,5%</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>3.212,2</b>	<b>3.473,0</b>	<b>3.696,8</b>	<b>15,1%</b>	<b>6,4%</b>
<i>Dias Capital de Giro</i>	106 d	107 d	113 d	7 d	6 d

O capital de giro atingiu R\$3,6 bilhões (+15,1% YoY), principalmente impactado por:

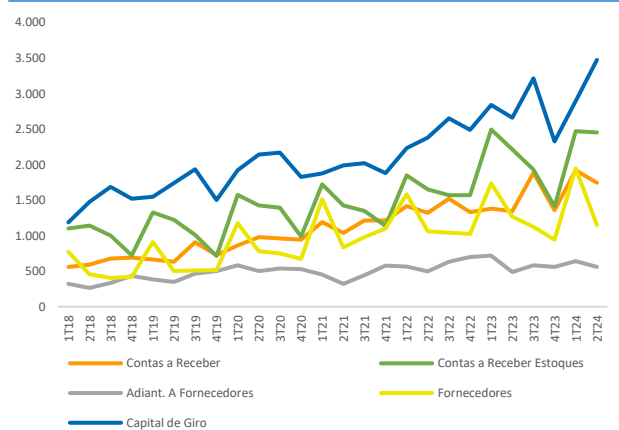
⊗ **Estoques (+15,8% YoY)**, com aumento principalmente de café, visando garantir preços mais competitivos. Em contrapartida, houve uma redução nos estoques de pescados devido ao maior volume de vendas.

⊗ **Adiantamento a fornecedores (+24,8% YoY)**, o aumento foi devido ao programa de fomento executado pela Companhia no Brasil e Uruguai

⊗ **Contas a Receber (+4,9% YoY)**, a Companhia enfrentou uma redução considerável no segmento de açúcar, parcialmente compensado pelos aumentos no contas a receber em café e pescados. No Internacional, o Uruguai foi o país com maior nível de contas a receber.

⊗ **Fornecedores (+7,0% YoY)**, a linha de fornecedores teve um crescimento devido às categorias de biscoitos e café, parcialmente compensado por açúcar.

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



Fonte: Companhia

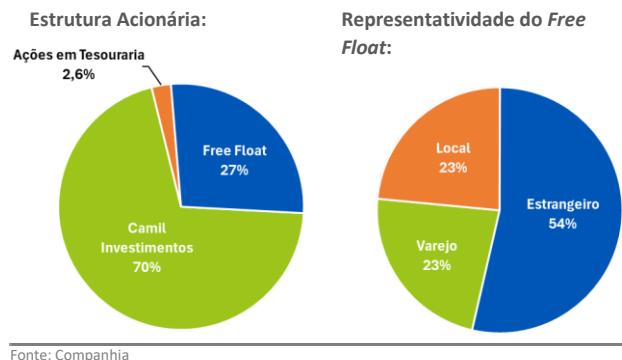
Vale destacar que a sazonalidade de capital de giro é relevante ao longo dos trimestres, conforme observado no gráfico acima, mais especificamente em estoques e recebíveis. Sendo assim, os primeiros trimestres do ano apresentam, normalmente, maior necessidade de capital de giro e consumo de caixa, enquanto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

## Estrutura e Performance Acionária

No 3T24, a Companhia possuía capital social total composto por 350 milhões de ações, sendo 95,1 milhões de ações em circulação no mercado (*free float*)<sup>7</sup>, representando aproximadamente 27% do capital total.

Em 30 de novembro de 2024, as ações da Camil (B3: CAML3) fecharam cotadas em R\$7,16/ação com *market cap* de R\$2,5 bilhões. O volume médio diário de negociação do trimestre foi de aproximadamente R\$4,3 milhões/dia. Ao final do exercício de novembro de 2024, aproximadamente 46% de nossas ações estavam detidas por investidores locais e 54% com investidores estrangeiros.

### Estrutura Acionária novembro/2024



## Agenda com o Mercado

As requisições 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](mailto:ri@camil.com.br)). Apresentamos abaixo a agenda prévia corporativa com próximos eventos.

Evento	Data
Divulgação de resultados 3T24	9/Jan/2025
Teleconferência de Resultados 3T24	10/Jan/2025
NDR BTG (São Paulo)	14/Jan/2025
UBS Conferência América Latina (São Paulo)	28/Jan/2025
Conferência XP Agro (São Paulo)	04/Fev/2025
Conferência CEO BTG (São Paulo)	28/Fev/2025

## 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](http://www.camil.com.br/ri).

<b>CAML</b> B3 LISTED NM	<b>ISE B3</b>	<b>ICON B3</b>	<b>IBRA B3</b>	<b>IGC B3</b>	<b>IGC-NM B3</b>
	<b>IGCT B3</b>	<b>ITAG B3</b>	<b>INDX B3</b>	<b>SMLL B3</b>	<b>IAGRO-FFS B3</b>

## 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.

<sup>7</sup>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.



## Apêndice – Informações Financeiras do Trimestre

### Balço Patrimonial Consolidado

Balço Patrimonial	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Em R\$ Milhões					
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Ativo Circulante</b>	<b>6.158,5</b>	<b>7.645,7</b>	<b>7.114,6</b>	<b>15,5%</b>	<b>-6,9%</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.485,8	2.648,4	1.831,1	23,2%	-30,9%
Contas a Receber	1.885,9	1.746,8	1.977,5	4,9%	13,2%
Instrumentos Financeiros - Derivativos	1,5	1,0	0,8	-46,8%	-16,2%
Estoques	1.904,0	2.429,3	2.223,5	16,8%	-8,5%
Adiantamentos a Produtores	548,0	525,2	664,1	21,2%	26,5%
Adiantamentos a Fornecedores	19,6	-	-	n.a	n.a
Impostos a Recuperar	233,1	195,6	193,7	-16,9%	-1,0%
Partes Relacionadas	14,0	20,7	142,6	915,5%	590,5%
Despesas Antecipadas	10,6	-	-	n.a	n.a
Outros Ativos Circulantes	55,8	78,8	81,4	45,8%	3,3%
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>4.175,1</b>	<b>4.437,5</b>	<b>4.779,9</b>	<b>14,5%</b>	<b>7,7%</b>
<b>Ativo Realizável a Longo Prazo</b>	<b>645,1</b>	<b>625,3</b>	<b>660,1</b>	<b>2,3%</b>	<b>5,6%</b>
Aplicações Financeiras	15,3	14,4	14,8	-3,4%	2,5%
Tributos a Recuperar	125,5	79,8	82,0	-34,7%	2,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	42,4	104,8	134,8	217,8%	28,7%
Adiantamentos a Produtores	15,2	36,8	63,5	316,8%	72,4%
Partes Relacionadas	62,9	5,1	5,4	-91,4%	7,0%
Estoques	24,9	21,3	10,9	-56,1%	-48,5%
Depósitos Judiciais	38,0	36,4	36,2	-4,6%	-0,4%
Ativo de Indenização	306,0	310,7	304,0	-0,6%	-2,1%
Outros Ativos Longo Prazo	14,8	16,1	8,4	-43,3%	-47,9%
<b>Ativo Permanente</b>	<b>3.530,0</b>	<b>3.812,2</b>	<b>4.119,8</b>	<b>16,7%</b>	<b>8,1%</b>
Investimentos	47,7	88,7	290,6	508,7%	227,7%
Imobilizado Líquido	2.114,4	2.304,8	2.387,4	12,9%	3,6%
Ativo Intangível	1.112,9	1.145,5	1.165,6	4,7%	1,8%
Ativos de Direito de Uso	225,5	245,4	248,3	10,1%	1,2%
Propriedades de Investimento	29,5	27,9	27,9	-5,5%	0,0%
<b>Ativo Total</b>	<b>10.333,6</b>	<b>12.083,2</b>	<b>11.894,5</b>	<b>15,1%</b>	<b>-1,6%</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>3.541,7</b>	<b>3.630,3</b>	<b>3.491,0</b>	<b>-1,4%</b>	<b>-3,8%</b>
Fornecedores	1.124,5	1.151,8	1.202,7	7,0%	4,4%
Empréstimos e Financiamentos	1.213,2	1.449,9	1.258,2	3,7%	-13,2%
Debêntures	827,8	597,9	571,6	-31,0%	-4,4%
Passivo de Arrendamento	39,3	46,3	48,8	24,3%	5,4%
Adiantamento a Clientes	31,9	45,6	47,2	47,7%	3,4%
Partes Relacionadas	22,5	26,4	30,5	35,8%	15,4%
Salários, Provisões e Contribuições Sociais	85,5	72,6	92,3	7,9%	27,0%
Dividendos e JCP a Pagar	7,0	7,0	7,0	-0,4%	0,0%
Impostos a Pagar	44,4	47,9	44,0	-0,9%	-8,3%
Provisão para férias e Encargos	74,9	67,0	76,4	1,9%	14,0%
Parcelamento de Impostos	5,2	4,9	4,9	-5,9%	0,0%
Contas a pagar aquisição de Investimentos	5,5	14,5	8,8	57,9%	-39,4%
Outros Passivos Circulantes	60,0	98,5	98,8	64,7%	0,4%
<b>Passivo Longo Prazo</b>	<b>3.753,2</b>	<b>5.012,4</b>	<b>4.850,2</b>	<b>29,2%</b>	<b>-3,2%</b>
Empréstimos e Financiamentos	1.240,8	1.462,8	1.536,5	23,8%	5,0%
Passivo de Arrendamento	201,2	217,2	219,0	8,9%	0,9%
Debêntures	1.770,0	2.758,7	2.563,7	44,8%	-7,1%
Parcelamento de Impostos	14,2	10,2	9,0	-36,5%	-11,9%
Imposto de Renda Diferido	39,2	82,6	45,2	15,3%	-45,2%
Provisão para Demandas Judiciais	372,6	371,4	373,2	0,2%	0,5%
Contas a pagar aquisição de Investimentos	101,2	86,7	80,0	-20,9%	-7,7%
Outros Passivos Longo Prazo	14,1	22,9	23,4	66,7%	2,4%
<b>Passivo Total</b>	<b>7.294,9</b>	<b>8.642,7</b>	<b>8.341,3</b>	<b>14,3%</b>	<b>-3,5%</b>
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	(55,9)	(68,5)	(68,5)	22,5%	0,0%
Reservas de Lucros	1.419,5	1.704,9	1.679,9	18,3%	-1,5%
Reserva de Capital	21,1	22,9	24,3	14,9%	6,2%
Lucros acumulados do período	253,8	197,2	241,6	-4,8%	22,5%
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(21,1)	(21,1)	(21,1)	0,0%	0,0%
Outros Resultados Abrangentes	483,0	666,9	758,9	57,1%	13,8%
Participação de acionistas não controladores	0,2	0,3	0,3	7,4%	1,6%
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>3.038,6</b>	<b>3.440,6</b>	<b>3.553,3</b>	<b>16,9%</b>	<b>3,3%</b>
<b>Passivo Total &amp; Patrimônio Líquido</b>	<b>10.333,6</b>	<b>12.083,2</b>	<b>11.894,5</b>	<b>15,1%</b>	<b>-1,6%</b>

## Demonstrações de Resultado Consolidado

Demonstrativos (em R\$ milhões)	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Receita Bruta</b>	<b>3.433,6</b>	<b>3.738,9</b>	<b>3.555,0</b>	<b>3,5%</b>	<b>-4,9%</b>
(-) Deduções de Vendas	(430,1)	(477,3)	(450,4)	4,7%	-5,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>3.003,6</b>	<b>3.261,6</b>	<b>3.104,6</b>	<b>3,4%</b>	<b>-4,8%</b>
(-) Custo das Vendas e Serviços	(2.423,8)	(2.563,3)	(2.570,4)	6,0%	0,3%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>579,7</b>	<b>698,3</b>	<b>534,2</b>	<b>-7,8%</b>	<b>-23,5%</b>
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(425,4)	(477,9)	(447,3)	5,2%	-6,4%
(+/-) Resultado da Equiv. Patrimonial	0,0	(1,7)	-	n.a	n.a
(+) Outras Receitas Operacionais	28,5	2,8	16,1	-43,5%	480,0%
<b>Lucro Operacional (EBIT)</b>	<b>182,9</b>	<b>221,4</b>	<b>103,1</b>	<b>-43,7%</b>	<b>-53,4%</b>
(+/-) Resultado Financeiro	(110,0)	(89,5)	(115,2)	4,7%	28,8%
<b>Resultado antes Impostos</b>	<b>72,9</b>	<b>132,0</b>	<b>(12,2)</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>
Total Imposto de Renda / CSLL	70,1	(13,2)	56,5	-19,3%	n.a
<b>Lucro Líquido</b>	<b>143,0</b>	<b>118,8</b>	<b>44,4</b>	<b>-69,0%</b>	<b>-62,7%</b>
<b>Reconciliação EBITDA</b>					
Lucro Líquido	143,0	118,8	44,4	-69,0%	-62,7%
(-) Resultado Financeiro Líquido	110,0	89,5	115,2	4,7%	28,8%
(-) Imposto de Renda / CSLL	(70,1)	13,2	(56,5)	-19,3%	n.a
(-) Depreciação e Amortização	66,4	66,1	68,3	2,9%	3,2%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>249,3</b>	<b>287,6</b>	<b>171,3</b>	<b>-31,3%</b>	<b>-40,4%</b>
(-) Receitas/Despesas Não Recorrentes	-	-	24,5	n.a	n.a
<b>(=) EBITDA Ajustado<sup>1</sup></b>	<b>249,3</b>	<b>287,6</b>	<b>195,8</b>	<b>-21,4%</b>	<b>-31,9%</b>
<b>Margens</b>					
Margem Bruta	19,3%	21,4%	17,2%	-2,1pp	-4,2pp
Margem EBITDA	8,3%	8,8%	5,5%	-2,8pp	-3,3pp
Margem EBITDA Ajustada <sup>1</sup>	8,3%	8,8%	6,3%	-2,0pp	-2,5pp
Margem Líquida	4,8%	3,6%	1,4%	-3,3pp	-2,2pp

## Demonstrações de Resultado por Segmento

Brasil	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Receita Líquida</b>	<b>2.149,6</b>	<b>2.357,2</b>	<b>2.194,4</b>	<b>2,1%</b>	<b>-6,9%</b>
(-) Custo das Vendas e Serviços	(1.763,3)	(1.874,5)	(1.853,2)	5,1%	-1,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>386,3</b>	<b>482,7</b>	<b>341,2</b>	<b>-11,7%</b>	<b>-29,3%</b>
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(293,7)	(331,5)	(321,2)	9,4%	-3,1%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	23,8	(0,3)	16,1	-32,4%	n.a
<b>Lucro Operacional (EBIT)</b>	<b>116,4</b>	<b>150,9</b>	<b>36,1</b>	<b>-69,0%</b>	<b>-76,1%</b>
(+/-) Resultado Financeiro	(97,2)	(76,0)	(92,7)	-4,6%	21,9%
<b>Resultado antes Impostos</b>	<b>19,2</b>	<b>74,9</b>	<b>(56,6)</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>
Total Imposto de Renda / CSLL	75,2	(2,3)	71,2	-5,4%	n.a
<b>Lucro Líquido</b>	<b>94,5</b>	<b>72,5</b>	<b>14,6</b>	<b>-84,6%</b>	<b>-79,9%</b>
<b>Reconciliação EBITDA</b>					
Lucro Líquido	94,5	72,5	14,6	-84,6%	-79,9%
(+) Resultado Financeiro Líquido	97,2	76,0	92,7	-4,6%	21,9%
(+) Imposto de Renda / CSLL	(75,2)	2,3	(71,2)	-5,4%	n.a
(+) Depreciação e Amortização	49,7	45,0	45,9	-7,6%	2,1%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>166,1</b>	<b>195,8</b>	<b>82,0</b>	<b>-50,6%</b>	<b>-58,1%</b>
(-) Receitas/Despesas Não Recorrentes	-	-	24,5	n.a	n.a
<b>(=) EBITDA Ajustado<sup>1</sup></b>	<b>166,1</b>	<b>195,8</b>	<b>106,5</b>	<b>-35,9%</b>	<b>-45,6%</b>
<b>Margens</b>					
Margem Bruta	18,0%	20,5%	15,5%	-4,9pp	-2,4pp
Margem EBITDA	7,7%	8,3%	3,7%	-4,6pp	-4,0pp
Margem EBITDA Ajustada <sup>1</sup>	7,7%	8,3%	4,9%	-3,5pp	-2,9pp
Margem Líquida	4,4%	3,1%	0,7%	-2,4pp	-3,7pp
Internacional	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
<b>Receita Líquida</b>	<b>853,9</b>	<b>904,4</b>	<b>910,3</b>	<b>6,6%</b>	<b>0,7%</b>
(-) Custo das Vendas e Serviços	(660,5)	(688,8)	(717,2)	8,6%	4,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>193,4</b>	<b>215,6</b>	<b>193,0</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-10,5%</b>
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(131,7)	(146,3)	(126,1)	-4,2%	-13,9%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	4,7	1,3	0,0	-99,4%	-97,9%
<b>Lucro Operacional (EBIT)</b>	<b>66,5</b>	<b>70,6</b>	<b>67,0</b>	<b>0,8%</b>	<b>-5,1%</b>
(+/-) Resultado Financeiro	(12,8)	(13,4)	(22,6)	75,9%	67,9%
<b>Resultado antes Impostos</b>	<b>53,7</b>	<b>57,1</b>	<b>44,4</b>	<b>-17,2%</b>	<b>-22,2%</b>
(+/-) Total Imposto de Renda / CSLL	(5,2)	(10,9)	(14,6)	183,4%	34,1%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>48,5</b>	<b>46,2</b>	<b>29,8</b>	<b>-38,6%</b>	<b>-35,5%</b>
<b>Reconciliação EBITDA</b>					
Lucro Líquido	48,5	46,2	29,8	-38,6%	-35,5%
(+) Resultado Financeiro Líquido	12,8	13,4	22,6	75,9%	67,9%
(+) Imposto de Renda / CSLL	5,2	10,9	14,6	183,4%	34,1%
(+) Depreciação e Amortização	16,7	21,2	22,4	34,1%	5,7%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>83,2</b>	<b>91,7</b>	<b>89,4</b>	<b>7,4%</b>	<b>-2,6%</b>
<b>Margens</b>					
Margem Bruta	22,6%	23,8%	21,2%	-2,6pp	-1,4pp
Margem EBITDA	9,7%	10,1%	9,8%	-0,3pp	0,1pp
Margem Líquida	5,7%	5,1%	3,3%	-1,8pp	-2,4pp

<sup>1</sup> EBITDA Ajustado exclui os efeitos não recorrentes de R\$24,5 milhões referentes a multas de rescisões contratuais de fornecedores, contingências, processos judiciais e outras receitas de atualização monetária.

## Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa					
Em R\$ Milhões	3T23	2T24	3T24	3T24	3T24
Data Fechamento	nov-23	ago-24	nov-24	VS 3T23	VS 2T24
Lucro Líquido antes de Impostos e Contribuição Social	72,9	132,0	(12,2)	n.a	n.a
Resultado de Equiv. Patrimonial	(0,0)	1,7	-	n.a	n.a
Encargos Financeiros provisionados	94,3	216,9	106,2	12,7%	-51,0%
Juros provisionados - Passivo Arrendamento	3,7	4,0	4,0	9,9%	1,3%
Provisão Devedores Duvidosos	3,7	6,2	(5,8)	n.a	n.a
Provisão para Descontos	6,3	(2,4)	2,4	-62,1%	n.a
Provisão Demandas Judiciais	0,7	31,1	(26,7)	n.a	n.a
Provisão (Reversão) outras contas	(10,0)	6,3	(0,2)	-97,8%	n.a
Depreciação	66,3	66,1	68,3	2,9%	3,2%
Baixa bens do Imobilizado e Intangível	2,2	5,1	6,8	203,9%	33,6%
Baixa - ativo de direito de uso	4,1	4,0	(4,1)	n.a	n.a
Ações Outorgadas	2,2	2,4	2,1	-4,7%	-9,4%
<b>Recursos de Operações</b>	<b>246,5</b>	<b>473,3</b>	<b>140,8</b>	<b>-42,9%</b>	<b>-70,2%</b>
(Aum.) / Dim. Em:	-	-	-	-	-
<b>Ativo Circulante</b>	<b>(369,5)</b>	<b>429,4</b>	<b>(184,1)</b>	<b>-50,2%</b>	<b>n.a</b>
Contas a Receber	(550,6)	203,2	(204,7)	-62,8%	n.a
Estoques	168,0	152,3	117,1	-30,3%	n.a
Impostos a Recuperar	7,3	43,1	5,5	-24,8%	-87,2%
Partes Relacionadas	(2,3)	38,4	(113,2)	4755,1%	n.a
Outros Ativos Circulantes	8,1	(7,5)	11,2	37,5%	n.a
<b>Passivo Circulante</b>	<b>(355,5)</b>	<b>(1.081,4)</b>	<b>(172,5)</b>	<b>-51,5%</b>	<b>-84,0%</b>
Fornecedores	(125,8)	(848,9)	7,6	n.a	n.a
Sal., Prov. e Contr. Sociais	18,0	11,4	21,1	17,2%	84,8%
Obrigações Tributárias	(9,2)	(30,8)	(15,6)	69,7%	-49,4%
Partes Relacionadas	(1,7)	3,5	(2,1)	27,6%	n.a
Adiantamento a Clientes	-	(33,0)	8,6	n.a	n.a
Outros Passivos Circulantes e não circulantes	(50,2)	(59,9)	(14,5)	-71,0%	-75,7%
Juros pagos sobre Empréstimos	(180,1)	(120,1)	(174,2)	-3,3%	45,1%
Pagamento de IRPJ e CSLL	(6,7)	(3,7)	(3,4)	-49,1%	-7,1%
<b>Fluxo de Caixa de Operações</b>	<b>(478,6)</b>	<b>(178,7)</b>	<b>(215,8)</b>	<b>-54,9%</b>	<b>20,8%</b>
Aplicações Financeiras	0,8	(0,3)	(0,4)	n.a	4,9%
Venda Imobilizado	0,3	0,5	0,0	-95,7%	-97,6%
Contraprestação de combinação de negócios	-	-	(14,1)	n.a	n.a
Adiantamento para Aquisição	-	-	(199,8)	n.a	n.a
Aumento de Capital em Controladas	(15,0)	-	-	n.a	n.a
Adições a Investimentos	-	(34,1)	0,0	n.a	n.a
Adições Imobilizado e Intangível	(79,8)	(66,5)	(83,7)	4,9%	25,9%
<b>Fluxo de Caixa de Investimentos</b>	<b>(93,7)</b>	<b>(100,4)</b>	<b>(297,9)</b>	<b>217,8%</b>	<b>196,6%</b>
Captação de Empréstimos	418,4	1.165,3	600,4	43,5%	-48,5%
Liquidação de Empréstimos	(390,1)	(197,6)	(971,6)	149,1%	391,6%
Pagamentos de passivo de arrendamento	(12,7)	(16,6)	(17,3)	36,2%	3,9%
Dividendos e JSCP	(25,0)	(25,0)	(25,0)	0,0%	0,0%
Ações em tesouraria adquiridas	(25,8)	-	-	n.a	n.a
<b>Fluxo de Caixa Financiamento</b>	<b>(35,2)</b>	<b>926,1</b>	<b>(413,5)</b>	<b>1074,2%</b>	<b>n.a</b>
Variação cambial sobre Caixa e Equivalentes	30,3	(25,9)	109,9	263,0%	n.a
<b>Variação em Disponibilidades</b>	<b>(577,2)</b>	<b>621,0</b>	<b>(817,3)</b>	<b>41,6%</b>	<b>n.a</b>
Disponibilidades Início Período	2.063,0	2.027,4	2.648,4	28,4%	30,6%
Disponibilidades Final Período	1.485,8	2.648,4	1.831,1	23,2%	-30,9%



# Camil



# Earnings Release

3Q2024

The audio recording of management comments is now available on the Investor Relations website.

## Q&A

### Time:

11h00 (BRT)

10h00 (EST)

In Portuguese, with simultaneous translation into English.

### To connect:

The link to the conference call is available in the Investor Relations Website.

### Participants

Luciano Quartiero

CEO

Flavio Vargas

CFO/IRO

### Investors Relations

Jenifer Nicolini

Marco Correia

Yuri Ferreira

Contact:

ri@camil.com.br



Esse áudio poderia ser um **café**.

1/40



Sabor que transforma café em **união**



Juntou, trocou  
**união**

Sab<sup>or</sup> que transforma

Receba seu brinde em casa



A cada **R\$ 10,00** em compras de produtos União



Junte e troque seus selos por um novo **livro de receitas União** ou outros **brindes colecionáveis!**

Confira todos os brindes no site da promoção.



Para mais informações:  
[juntoutrocouniao.com.br](http://juntoutrocouniao.com.br)

# CAMIL ANNOUNCES 3Q24 RESULTS

Camil achieves Net Revenue of R\$3.1 billion and Adjusted EBITDA of 196 million, with a margin of 6.3% in 3Q24

São Paulo, January 9, 2025 – Camil Alimentos S.A. (“Camil” or the “Company”) (B3: CAML3) announces its results for the third quarter of 2024 (3Q24 – Sep/2024 to Nov/2024). In this release, the information is presented in IFRS and reflects the Company's consolidated results in millions of Reais (R\$), with YoY comparisons to the third quarter of 2023 (3Q23 – Sep/2023 to Nov/2023), except where otherwise specified. The data from acquisitions in the comparative periods are reported from the completion date of each transaction.

## Highlights

<b>Volumes</b>	<b>Sequential decline</b> in volumes in 3Q24 of <b>-9.0%</b> , driven by <b>high-turnover (-5.4% QoQ)</b> , <b>High Growth (-5.4% QoQ)</b> and <b>international (-16.8% QoQ)</b> segments. Annual reduction of <b>-6.8% YoY</b> in volumes due to lower volumes in high-turnover grains, partially offset by increased volumes in high growth segments driven by the growth of new businesses <b>(+11.3% YoY)</b> .
<b>Revenue</b>	<b>Gross Revenue of R\$3.6 billion (+3.5% YoY and -4.9% QoQ)</b> in 3Q24 and <b>Net Revenue of R\$3.1 billion (+3.4% YoY and -4.8% QoQ)</b> in 3Q24.
<b>Gross Profit</b>	<b>Gross Profit of R\$534.2 million (-7.8% YoY and -23.5% QoQ)</b> with a margin of 17.2% <b>(-2.1pp YoY and -4.2pp QoQ)</b> in 3Q24.
<b>EBITDA</b>	<b>EBITDA of R\$171.3 million (-31.3% YoY and -40.4% QoQ)</b> with a margin of 5.5% <b>(-2.8pp YoY and -3.3pp QoQ)</b> . <b>Excluding non-recurring effects of R\$24.5 million<sup>1</sup>, Adjusted EBITDA reached R\$195.8 million (-21.4% YoY and -31.9% QoQ)</b> with a margin of 6.3% <b>(-2.0pp YoY and -2.5pp QoQ)</b> .
<b>Net Income</b>	<b>Net Income reached R\$44.4 million (-69.0% YoY and -62.7% QoQ)</b> with a margin of 1.4% <b>(-3.3pp YoY and -2.2pp QoQ)</b> in 3Q24.
<b>Capex</b>	<b>Capex of R\$83.7 million</b> in the quarter <b>(+5.0% YoY and +25.9% QoQ)</b> , primarily driven by maintenance Capex and investments in the new grain plant in Cambaí (RS). Additionally, during the period, we recorded an advance payment of R\$199 million for an acquisition in Paraguay.

Highlights	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
Gross Revenues	3,433.6	3,738.9	3,555.0	3.5%	-4.9%
Net Revenues	3,003.6	3,261.6	3,104.6	3.4%	-4.8%
Gross Profit	579.7	698.3	534.2	-7.8%	-23.5%
Gross Margin (%)	19.3%	21.4%	17.2%	-2.1pp	-4.2pp
EBITDA	249.3	287.6	171.3	-31.3%	-40.4%
EBITDA Margin (%)	8.3%	8.8%	5.5%	-2.8pp	-3.3pp
Adj. EBITDA <sup>1</sup>	249.3	287.6	195.8	-21.4%	-31.9%
Adj. EBITDA Margin (%) <sup>1</sup>	8.3%	8.8%	6.3%	-2.0pp	-2.5pp
Net Income	143.0	118.8	44.4	-69.0%	-62.7%
Net Margin (%)	4.8%	3.6%	1.4%	-3.3pp	-2.2pp
Adj. Net Income <sup>1</sup>	143.0	118.8	44.4	-69.0%	-62.7%
Adj. Net Margin (%) <sup>1</sup>	4.8%	3.6%	1.4%	-3.3pp	-2.2pp
Capex	79.7	66.5	83.7	5.0%	25.9%
Net Debt/LTM EBITDA (x)	4.3x	3.5x	4.2x	-0.1x	0.8x
Highlights	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Volumes ('000 ton)	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
Volume - Consolidated	579.7	593.6	540.3	-6.8%	-9.0%
Brazil	400.6	405.7	383.9	-4.2%	-5.4%
High Turnover	359.7	357.6	338.3	-5.9%	-5.4%
High Growth	40.9	48.1	45.5	11.3%	-5.4%
International	179.1	187.9	156.4	-12.7%	-16.8%

<sup>1</sup> Adjusted EBITDA excludes non-recurring effects of R\$24.5 million related to fines from supplier contract terminations, contingencies, lawsuits, and other monetary correction revenues.

## Summary

Highlights	1
Message from the management	3
Recent Events	4
Awards and Recognitions	4
ESG	4
Operational Performance	7
Financial Performance	10
Agenda with the market	15
Disclaimer	15
Appendix – Financial Information for the Quarter	16

## Message from the management

In the third quarter of 2024, Camil recorded net revenue of R\$3.1 billion, an increase of 3% compared to the same period in the previous year. Excluding non-recurring effects, Adjusted EBITDA reached R\$195.8 million, with a margin of 6.3%, a reduction of 2.0p.p compared to the same period last year. This result was mainly impacted by lower volumes and profitability in Brazil, partially offset by solid profitability in international operations.

In Brazil's high-turnover segment (grains and sugar), we experienced a decline in volumes driven by reduced grain sales, attributed to lower purchase volumes by retailers in 3Q24. This is a historically common trend during periods of consistent rice price declines in the market and when sales seasonality is lower as the year-end approaches. In sugar, we achieved higher volumes both sequentially and annually, supported by exports conducted in 3Q24.

In the high growth segment, we posted year-over-year growth, driven by higher volumes in the Company's new categories. We continued to deliver strong profitability in pasta and remain confident in its growth, supported by the launch of Camil pasta in the São Paulo metropolitan region and other growth avenues with our leading brand in Minas Gerais, Santa Amália. Regarding coffee, we recorded continued growth in sales volumes year-over-year, leveraging our strategy to expand sales of the União brand. The launch of União gourmet coffees during the period further expanded our portfolio, adding value to the category and enhancing our brand's presence. In the biscuits category, we reported annual volume growth and continue to focus on improving profitability and sales. For the fish category, we saw both sequential and annual volume growth, entering a period of higher seasonality as customers begin to build inventory in preparation for Lent in Brazil. We remain optimistic about the expansion opportunities from the results of new operations and the growth potential of high growth categories for our business.

In a period where Brazil's economic environment is becoming more challenging, our diversified platform in Latin America stands out with consistent positive results in the international segment. Complementing this diversification, in November 2024, we announced our first step into the Paraguayan rice market. Q2PY S.A., a company of members of Camil Investimentos (controlling shareholders of Camil Alimentos S.A.), completed the acquisition of 100% of the share capital of Rice Paraguay S.A. and, indirectly, 80% of the share capital of Villa Oliva Rice S.A. As part of the agreement, the rural properties of Villa Oliva will be transferred to Q2PY, while Camil will take control of Villa Oliva's industrial assets.

We continue to advance our ESG agenda, reaffirming Camil's inclusion in the B3 Corporate Sustainability Index (ISE) and reporting on our initiatives and focus areas through our Sustainability Report. These actions reinforce our commitment to contributing to sustainable business development, the planet, and creating shared value.

With a high growth product mix and a diversified geographic presence, Camil continues to prioritize efficiency and brand development throughout its more than 60 years of existence. With categories and brands widely recognized by consumers across all countries where we operate, we are strengthening our internal structure and product platform, confident that the Company is on the right path to consolidating its position in the South American food sector.

**Luciano Quartiero**  
CEO

**Flavio Vargas**  
CFO and IRO



## Recent Events

### 🕒 **November 2024: Acquisition of Villa Oliva Rice S.A. and Rice Paraguay S.A.**

On November 18, 2024, the Company announced the acquisition of 100% of Rice Paraguay S.A. (RICE) and 80% of Villa Oliva Rice S.A., through Q2PY S.A. The transaction involves the prior transfer of Villa Oliva's rural properties to Q2PY. Upon completion, Q2PY will retain control of RICE and the rural properties, while the subsidiary Camilatam will take over the industrial assets of Villa Oliva. The Company will keep the market informed about the next steps for the transaction's completion.

### 🕒 **November 2024: Approval of Interest on Equity (IOE) and Dividend Payment**

On November 14, 2024, the Company's Board of Directors approved the payment of Interest on Equity (IOE) and Dividends totaling R\$25 million. Of this amount, R\$19 million was distributed as IOE, corresponding to a gross unit value of approximately R\$0.05 per share, and R\$6 million as dividends, corresponding to a gross unit value of approximately R\$0.02 per share. Both payments were made on December 6, 2024.

### 🕒 **September 2024: Corporate Governance Report**

In September 2024, Camil published its Brazilian Corporate Governance Code report for 2024. We maintained a stable position with 92% adherence, once again reinforcing our governance aligned with the best market practices. To access the report, visit the Company's [Investor Relations website](#).

## Awards and Recognition

- 🕒 **Valor 1000** – 104th position.
- 🕒 **Best & Largest – Exame Magazine** – 111th position.
- 🕒 **Forbes Agro100 Largest in Brazil** – 23rd position.
- 🕒 **500 Largest in South of Brazil – Amanhã Magazine** – 24th position.
- 🕒 **Best of Agriculture 2024 – Globo Rural Magazine** – 37th overall and 21st among the 50 largest by region: Southeast.
- 🕒 **APAS Acontece Awards – Super Varejo Magazine** - Category: Grocery Commodities.
- 🕒 **Effie Awards** – Silver in the Influencer Marketing category for the campaign "*Camil: 50/50 – Qual a sua base?*"
- 🕒 **49th Annual Creation Club Yearbook** – Bronze in the Business (Creation) - Food category and Yearbook mention in the Design category for the campaign "*Camil: 50/50 – Qual a sua base?*"
- 🕒 **El Ojo de Iberoamérica** – Silver in the Design category and Bronze in the Business Creative Transformation and Digital & Social categories for the campaign "*Camil: 50/50 – Qual a sua base?*"
- 🕒 **Well-Know Brand Status (INPI)** – Camil
- 🕒 **ABRE Award 2024** - Silver in the Design category for non-alcoholic beverages: União Gourmet Coffee.
- 🕒 **Top of Mind – Folha de São Paulo** - Coqueiro (Sardines) and Camil (Beans).
- 🕒 **Brands & Consumers Award** - Marketing Professional of the Year: Daniel Cappadona, União brand.

## ESG

At Camil, the ESG approach within our business model is firmly aligned with the Company's strategic pillars. Our initiatives are led by various leadership teams, each focusing on specific material topics. These leaders are dedicated to key areas such as: Workplace Safety, Eco-efficiency, Quality, Best Practices in the Value Chain, Social Investments, Diversity, Equity and Inclusion, Health and Education, Volunteering, Risks and Compliance, as well as Corporate Governance.

The main initiatives can be seen in the Company's Sustainability Report, which follows the guidelines of the Global Reporting Initiative (GRI) and the Sustainability Accounting Standards Board (SASB), aligned with the UN Sustainable Development Goals. The document provides a detailed overview of our economic, environmental, social and governance performance, in addition to presenting our business model, corporate strategy and potential for generating value for our partners. We disclose the main indicators and actions of the year, highlighting the ESG achievements of more than 7,000 Camil employees in Brazil, Uruguay, Chile, Peru and Ecuador. Click to access the versions: [Portuguese \(Full Version\)](#), [Portuguese \(Short Version\)](#), [English](#) or [Spanish](#).



## Brands and Releases

Strengthening the connection with our consumers through value-added services and campaigns that enhance the differentiation of our products is a priority for Camil, building strong and renowned brands. This strategy enables us to capture brand premium in the markets where we operate and serves as a key pillar in the Company's long-term value generation.

**Camil, a base do Brasil:** The Camil brand continues to strengthen its market presence through strategic actions that connect its products to the lives of Brazilians. In the third quarter of 2024, the ongoing "Camil, a base do Brasil" campaign remained one of the brand's communication pillars. Focused on highlighting the importance of grains as a staple in the Brazilian diet, the campaign was featured across various platforms, including social media, points of sale, outdoor media (OOH), and TV, with a focus on São Paulo and Minas Gerais. Additionally, the brand launched the "Rota do PF" initiative, a movement aimed at showcasing the traditional Brazilian *Prato Feito* (set meal). Through local media activations and engagement with regional influencers, the initiative underscores Camil's commitment to celebrating everyday meals and Brazil's culinary culture.



Another highlight of the quarter was Camil's participation in the "Feira Super Minas", one of the largest retail industry events in the state of Minas Gerais. During the event, held from September 30 to October 2, 2024, the brand had a prominent presence with interactive tasting activities showcasing its key products. The fair also served as a networking hub for industry professionals, enabling Camil to strengthen relationships and enhance its visibility among consumers in Minas Gerais.



In the third quarter of 2024, Camil celebrated the great success of the campaign "50/50 – Qual a sua base?", carried out in 2023 and recognized with Silver at the Effie Awards Brazil 2024, one of the main marketing and advertising awards. The campaign was awarded in the "Clube da Criação" yearbook and internationally, with a special mention at the El ojo award. The campaign generated great repercussion by provoking a fun discussion about the order in which to serve rice and beans: "beans on top or on the bottom?". The joke won over Brazilians and generated significant engagement on social media, giving visibility to this pair of products that are the basis of the Brazilian diet. [Want to know more about the Camil brand's initiatives? Visit the Camil grain brand website.](#)



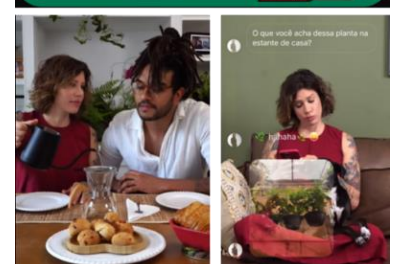
**União, sabor que transforma:** In 3Q24, the União brand launched a promotion focused on the POS, in the form of a Loyalty Program, "Juntou, trocou União. Sabor que transforma". Consumers in São Paulo, when purchasing União products and registering for the promotion, accumulated points and, according to their points, could choose the prizes they wanted to acquire, such as: iconic União recipe books, prepared by the brand's Experimental Kitchen and composed of 3 volumes, with more than 40 sweet recipes divided into categories to impress and bring the family together; and other prizes, such as aprons, printed dish towels, food jars and sugar bowls.



Café União's new campaign, "Essa mensagem poderia ser um café", launched in September, invites people to transform virtual interactions into face-to-face encounters. It illustrates that the best way to enjoy a special moment is by transforming a message, an audio or a long text into a coffee, and focuses on digital media and outdoor media (OOH) in the metropolitan regions of SP and RJ.



With the positioning "Sabor que transforma café em União", the influencers, together with the brand, brought the idea of transforming virtual meetings into real meetings, accompanied by a coffee — whether to choose furniture for the new house or to resume meetings that had not happened for many years. These initiatives not only brought people together, but also reinforced the idea that moments shared with a Café União have the power to transform meetings into unforgettable memories. [Want to know more about the União brand's initiatives? Visit the União brand website.](#)



**Coqueiro, o peixe da hora:** The Coqueiro brand launched its new brand campaign in 3Q24: Coqueiro, “o peixe da hora de verdade”. The campaign is an evolution of the campaign in effect since 2022, “Coqueiro, o peixe da hora”, with a new focus on bringing to light the truths related to the consumption of canned fish. To this end, Coqueiro launched 4 films, called “Fake or Truth”, which are 100% broadcast digitally and help to demystify situations, comments, phrases and thoughts that are fake, such as the idea that canned fish have a lot of preservatives. And all of this will be done through a new spokesperson, who is also one of the brand's big news this quarter: Coqueirito (on the side). The brand's new mascot, launched together with the new campaign, is the presenter of the content. Coqueirito was created with the objective of bringing Coqueiro's logo to life and he always ends the campaigns by diving into the can, to reinforce that Coqueiro is a real fish. [Want to know more about the Coqueiro brand's initiatives? Visit the Coqueiro brand website.](#)



**Santa Amália, por uma vida mais massa:** in this third quarter, the brand continued with the third wave of the campaign, reinforcing the “por uma vida mais massa” positioning, investing heavily in digital media - in programmatic media, YouTube and on social media with content editorials working on the brand's Minas Gerais identity and tradition, with the production of its own content promoting recipes and +massa moments for all consumption occasions. It invested in actions with influencers with great engagement with Minas Gerais residents through the “Desafio da troca de Pratos” and “Dia do Macarrão”, which featured the participation of chef Ju Lima, who provided the brand with a day of immersion in the District Market of Belo Horizonte (MG), finding typical ingredients from the region to produce delicious dishes with Santa Amália. In addition, the brand was present at the Festival of Food and Gastronomy of the countryside in the city of Gonçalves - MG, where the brand's Chef Giulia Ayako cooked with great chefs from the region. [Want to know more about the Santa Amália brand's initiatives? Visit the Santa Amália brand website.](#)



**Mabel, pra se sentir em Casa:** The Mabel brand launched a new brand campaign in Q3 2024 that was a huge success. The campaign was called “para se sentir em casa, em qualquer lugar” and the idea was to “build” a branded bus stop in downtown Belo Horizonte (MG) to invite residents of Minas Gerais to wait for the bus in a more comfortable, cozy, and welcoming way. The bus stop was inspired by a living room, with cookies and coffee served, and influencer Gustavo Tubarão was chosen to approach people on the streets and invite them to feel at home with Mabel. The campaign was presented through a series of videos that show how these interactions took place, and the goal of the campaign was to visually show the feeling that a bite of a Mabel cookie can provoke of being teleported (in this case, literally) to a space that feels like home. [Want to know more about Mabel's initiatives? Visit Mabel's Instagram.](#)

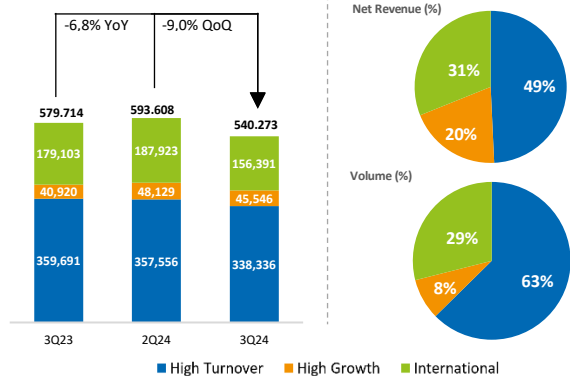


## Operational Performance

Highlights	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Volumes ('000 ton)	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Volume - Consolidated</b>	<b>579.7</b>	<b>593.6</b>	<b>540.3</b>	<b>-6.8%</b>	<b>-9.0%</b>
<b>Brazil</b>	<b>400.6</b>	<b>405.7</b>	<b>383.9</b>	<b>-4.2%</b>	<b>-5.4%</b>
High Turnover	359.7	357.6	338.3	-5.9%	-5.4%
High Growth	40.9	48.1	45.5	11.3%	-5.4%
<b>International</b>	<b>179.1</b>	<b>187.9</b>	<b>156.4</b>	<b>-12.7%</b>	<b>-16.8%</b>
<b>Net Prices (R\$/kg)</b>					
<b>Brazil</b>					
High Turnover	4.26	4.90	4.26	0.1%	-13.0%
High Growth	12.66	13.06	12.64	-0.2%	-3.3%
<b>International</b>	<b>5.40</b>	<b>4.81</b>	<b>5.82</b>	<b>7.8%</b>	<b>20.9%</b>

### Representativeness by category

Volumes 3Q23 vs. 3Q24 (ton)



**Sequential drop in volumes of -9.0%**, driven by lower volumes in **high turnover (-5.4% QoQ)**, **high growth (-5.4% QoQ)** and **international (-16.8% QoQ)**.

**-6.8% drop in annual volume**, mainly due to the reduction in **high turnover (-5.9% YoY)** and **international (-12.7% YoY)**, partially offset by the increase in **high growth volumes (+11.3% YoY)**.

### Classification by category

**High Turnover:** categories in Brazil of grains (rice, beans and other grains) and sugar.

**High Growth:** categories in Brazil of canned fish, pasta, cookies and coffee.

**International:** result of operations in Uruguay, Chile, Peru and Ecuador.

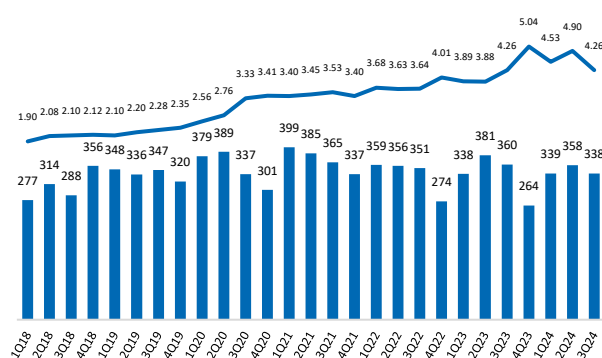
Source: Company

## High Turnover

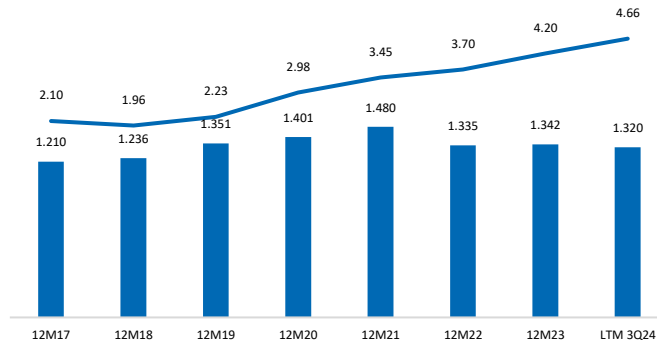


- Volume: 338.3 thousand tons, -5.9% YoY and -5.4% QoQ in 3Q24
- Net Price: R\$4.26/kg, +0.1% YoY and -13.0% QoQ in 3Q24
- Sales Mix: Decline in sequential (-5.4% QoQ) and annual (-5.9% YoY) volume due to lower volumes recorded in grains and partially offset by higher volumes in sugar with increased exports recorded in 3Q24.
- Mercado<sup>2</sup>: Rice: R\$116.83/bag (+9.9% YoY and +0.9% QoQ), Beans: R\$222.06/bag (+5.5% YoY and -6.7% QoQ) and Sugar: R\$153.03/bag (-1.1% YoY and +15.0% QoQ) in 3Q24

High Turnover - Quarterly Volume Evolution (thousand tons) and Net Price (R\$/kg)



High Turnover - Annual Volume Evolution (thousand tons) and Net Price (R\$/kg)



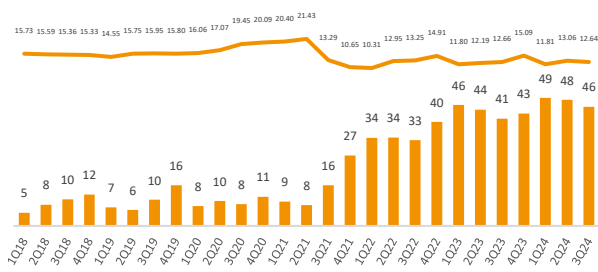
<sup>2</sup> Source: CEPEA; indicator of paddy rice Esalq/Senar-RS 50kg; Agrolink: indicator of carioca beans Sc 60kg; CEPEA - indicator of Crystal Sugar Esalq-SP 50kg

## High Growth



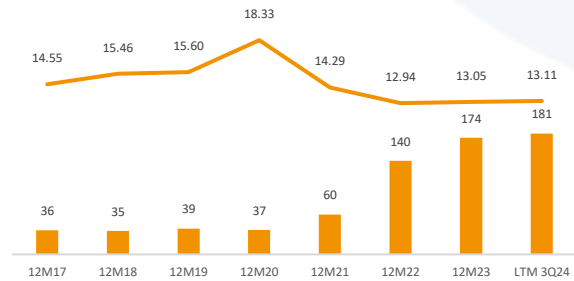
- ⊗ **Volume:** 45.5 thousand tons, +11.3% YoY and -5.4% QoQ in 3Q24
- ⊗ **Net Price:** R\$12.64/kg, -0.2% YoY and -3.3% QoQ in 3Q24
- ⊗ **Salex Mix:** Year-on-year, volume growth (+11.3% YoY) driven by growth in all categories. **Sequentially, volume decline (-5.4% QoQ)** driven mainly by lower volumes in coffee, partially offset by higher volumes in fish.
- ⊗ **Market<sup>3</sup>:** **Wheat:** R\$1,447.28/ton (+29.3% YoY and -5.2% QoQ) and **Coffee:** R\$1,570.70/ton (+86.4% YoY and +12.0% QoQ) in 3Q24

High Growth - Quarterly Volume Evolution (thousand tons) and Net Price (R\$/kg)



Source: Company

High Growth - Annual Volume Evolution (thousand tons) and Net Price (R\$/kg)

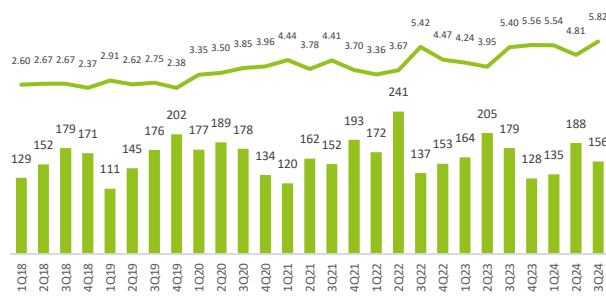


Source: Company

## International

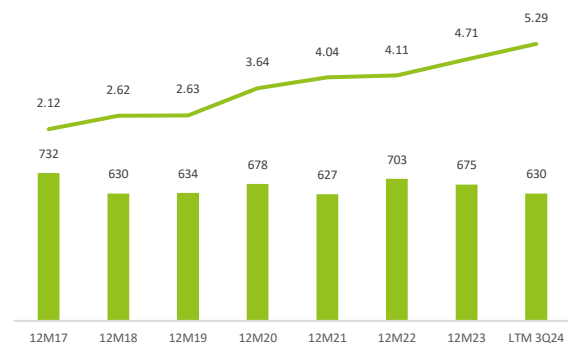
In the international segment, **sales volume reached 156.4 thousand tons in the quarter (+12.7% YoY and -16.8% QoQ)**. The result was impacted by the reduction in sales volumes in Uruguay, due to the lower level of exports in the period. It is worth noting that international revenue showed growth in the sequential comparison, driven by the increase in prices in Uruguay, Peru and Chile.

International - Quarterly Volume Evolution (ktons) and Net Price (R\$/kg)



Source: Company

International - Annual Volume Evolution (ktons) and Net Price (R\$/kg)



Source: Company

<sup>3</sup> CEPEA; Esalq/Senar-PR Wheat Indicator; CEPEA Esalq; Arabica Coffee Indicator

## Consolidated Income Statements

Statements (in R\$ millions)	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Gross Revenues</b>	<b>3,433.6</b>	<b>3,738.9</b>	<b>3,555.0</b>	<b>3.5%</b>	<b>-4.9%</b>
(-) Sales Deductions	(430.1)	(477.3)	(450.4)	4.7%	-5.7%
<b>Net Revenues</b>	<b>3,003.6</b>	<b>3,261.6</b>	<b>3,104.6</b>	<b>3.4%</b>	<b>-4.8%</b>
(-) Cost of Sales and Services	(2,423.8)	(2,563.3)	(2,570.4)	6.0%	0.3%
<b>Gross Profit</b>	<b>579.7</b>	<b>698.3</b>	<b>534.2</b>	<b>-7.8%</b>	<b>-23.5%</b>
(-) SG&A	(425.4)	(477.9)	(447.3)	5.2%	-6.4%
Selling Expenses	(273.8)	(316.2)	(286.7)	4.7%	-9.3%
G&A Expenses	(151.5)	(161.7)	(160.6)	6.0%	-0.7%
(+/-) Equity (Earnings)/Losses in Uncc	0.0	(1.7)	-	n.a	n.a
(+) Other Operating Income	28.5	2.8	16.1	-43.5%	480.0%
<b>EBIT</b>	<b>182.9</b>	<b>221.4</b>	<b>103.1</b>	<b>-43.7%</b>	<b>-53.4%</b>
(+/-) Financial Result	(110.0)	(89.5)	(115.2)	4.7%	28.8%
<b>Pre-Tax Income</b>	<b>72.9</b>	<b>132.0</b>	<b>(12.2)</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>
(-) Total Income Taxes	70.1	(13.2)	56.5	-19.3%	n.a
<b>Net Income</b>	<b>143.0</b>	<b>118.8</b>	<b>44.4</b>	<b>-69.0%</b>	<b>-62.7%</b>
<b>EBITDA Reconciliation</b>					
Net Income	143.0	118.8	44.4	-69.0%	-62.7%
(-) Net Financial Result	110.0	89.5	115.2	4.7%	28.8%
(-) Income Taxes	(70.1)	13.2	(56.5)	-19.3%	n.a
(-) Depreciation and Amortization	66.4	66.1	68.3	2.9%	3.2%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>249.3</b>	<b>287.6</b>	<b>171.3</b>	<b>-31.3%</b>	<b>-40.4%</b>
(-) Non Recurring Revenues/Expenses	-	-	24.5	n.a	n.a
<b>(=) Adjusted EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>249.3</b>	<b>287.6</b>	<b>195.8</b>	<b>-21.4%</b>	<b>-31.9%</b>
<b>Margins</b>					
Gross Margin	19.3%	21.4%	17.2%	-2.1pp	-4.2pp
EBITDA Margin	8.3%	8.8%	5.5%	-2.8pp	-3.3pp
Adjusted EBITDA Margin <sup>1</sup>	8.3%	8.8%	6.3%	-2.0pp	-2.5pp
Net Margin	4.8%	3.6%	1.4%	-3.3pp	-2.2pp

## Income Statements by Segments

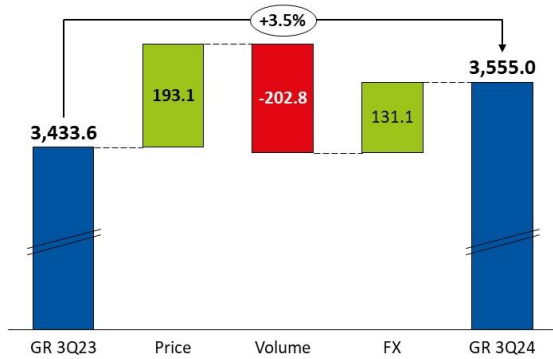
Brazil	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Net Revenues</b>	<b>2,149.6</b>	<b>2,357.2</b>	<b>2,194.4</b>	<b>2.1%</b>	<b>-6.9%</b>
(-) Cost of Sales and Services	(1,763.3)	(1,874.5)	(1,853.2)	5.1%	-1.1%
<b>Gross Profit</b>	<b>386.3</b>	<b>482.7</b>	<b>341.2</b>	<b>-11.7%</b>	<b>-29.3%</b>
(-) SG&A Expenses	(293.7)	(331.5)	(321.2)	9.4%	-3.1%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	23.8	(0.3)	16.1	-32.4%	n.a
<b>EBIT</b>	<b>116.4</b>	<b>150.9</b>	<b>36.1</b>	<b>-69.0%</b>	<b>-76.1%</b>
(+/-) Financial Result	(97.2)	(76.0)	(92.7)	-4.6%	21.9%
<b>Pre-Tax Income</b>	<b>19.2</b>	<b>74.9</b>	<b>(56.6)</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>
Total Income Taxes	75.2	(2.3)	71.2	-5.4%	n.a
<b>Net Income</b>	<b>94.5</b>	<b>72.5</b>	<b>14.6</b>	<b>-84.6%</b>	<b>-79.9%</b>
<b>EBITDA Reconciliation</b>					
Net Income	94.5	72.5	14.6	-84.6%	-79.9%
(+) Net Financial Result	97.2	76.0	92.7	-4.6%	21.9%
(+) Income Taxes	(75.2)	2.3	(71.2)	-5.4%	n.a
(+) Depreciation and Amortization	49.7	45.0	45.9	-7.6%	2.1%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>166.1</b>	<b>195.8</b>	<b>82.0</b>	<b>-50.6%</b>	<b>-58.1%</b>
(-) Non Recurring Revenues/Expenses	-	-	24.5	n.a	n.a
<b>(=) Adjusted EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>166.1</b>	<b>195.8</b>	<b>106.5</b>	<b>-35.9%</b>	<b>-45.6%</b>
<b>Margins</b>					
Gross Margin	18.0%	20.5%	15.5%	-4.9pp	-2.4pp
EBITDA Margin	7.7%	8.3%	3.7%	-4.6pp	-4.0pp
Adjusted EBITDA Margin <sup>1</sup>	7.7%	8.3%	4.9%	-3.5pp	-2.9pp
Net Margin	4.4%	3.1%	0.7%	-2.4pp	-3.7pp
International	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Net Revenues</b>	<b>853.9</b>	<b>904.4</b>	<b>910.3</b>	<b>6.6%</b>	<b>0.7%</b>
(-) Cost of Sales and Services	(660.5)	(688.8)	(717.2)	8.6%	4.1%
<b>Gross Profit</b>	<b>193.4</b>	<b>215.6</b>	<b>193.0</b>	<b>-0.2%</b>	<b>-10.5%</b>
(-) SG&A Expenses	(131.7)	(146.3)	(126.1)	-4.2%	-13.9%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	4.7	1.3	0.0	-99.4%	-97.9%
<b>EBIT</b>	<b>66.5</b>	<b>70.6</b>	<b>67.0</b>	<b>0.8%</b>	<b>-5.1%</b>
(+/-) Financial Result	(12.8)	(13.4)	(22.6)	75.9%	67.9%
<b>Pre-Tax Income</b>	<b>53.7</b>	<b>57.1</b>	<b>44.4</b>	<b>-17.2%</b>	<b>-22.2%</b>
(+/-) Total Income Taxes	(5.2)	(10.9)	(14.6)	183.4%	34.1%
<b>Net Income</b>	<b>48.5</b>	<b>46.2</b>	<b>29.8</b>	<b>-38.6%</b>	<b>-35.5%</b>
<b>EBITDA Reconciliation</b>					
Net Income	48.5	46.2	29.8	-38.6%	-35.5%
(+) Net Financial Result	12.8	13.4	22.6	75.9%	67.9%
(+) Income Taxes	5.2	10.9	14.6	183.4%	34.1%
(+) Depreciation and Amortization	16.7	21.2	22.4	34.1%	5.7%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>83.2</b>	<b>91.7</b>	<b>89.4</b>	<b>7.4%</b>	<b>-2.6%</b>
<b>Margins</b>					
Gross Margin	22.6%	23.8%	21.2%	-2.6pp	-1.4pp
EBITDA Margin	9.7%	10.1%	9.8%	-0.3pp	0.1pp
Net Margin	5.7%	5.1%	3.3%	-1.8pp	-2.4pp

<sup>1</sup> Adjusted EBITDA excludes non-recurring effects of R\$24.5 million related to fines from supplier contract terminations, contingencies, lawsuits, and other monetary correction revenues.

## Financial Performance

### Revenue

Consolidated 3Q24: Gross Revenue Breakdown (R\$mn)



**Gross Revenue** reached **R\$3.6 billion** in the quarter **(+3.5% YoY)**, due to price growth in the period. By category, the result was driven by revenue growth mainly in fish, due to higher levels of purchases by retailers due to the upcoming Lent, in coffee, due to higher prices recorded in the period and in the international segment. The effects by segment and category are described in greater detail in the Operating Performance section of this release.

**Net Revenue** reached **R\$3.1 billion**, a record in the **quarter (+3.4% YoY)**.

### Costs and Expenses

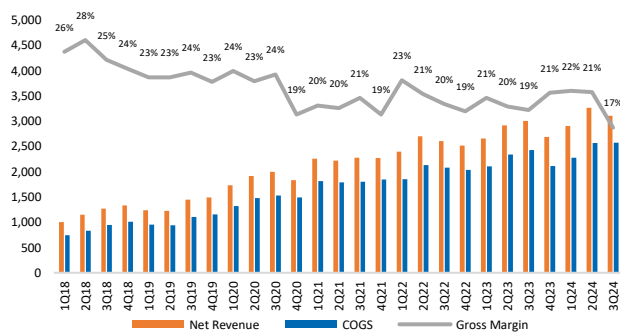
Expenses	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Expenses by Function</b>	<b>(2,849.2)</b>	<b>(3,041.2)</b>	<b>(3,017.7)</b>	<b>5.9%</b>	<b>-0.8%</b>
Cost of Products Sold	(2,423.8)	(2,563.3)	(2,570.4)	6.0%	0.3%
Sales Expenses	(273.8)	(316.2)	(286.7)	4.7%	-9.3%
G&A Expenses	(151.5)	(161.7)	(160.6)	6.0%	-0.7%
<b>Expenses by Nature</b>	<b>3Q23</b>	<b>2Q24</b>	<b>3Q24</b>	<b>3Q24</b>	<b>3Q24</b>
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Expenses by Nature</b>	<b>(2,849.2)</b>	<b>(3,041.2)</b>	<b>(3,017.7)</b>	<b>5.9%</b>	<b>-0.8%</b>
Depreciation and Amortization	(66.4)	(66.1)	(68.3)	2.9%	3.2%
Employee Expenses	(210.5)	(227.0)	(226.4)	7.6%	-0.3%
Raw Materials	(2,082.8)	(2,259.7)	(2,277.5)	9.4%	0.8%
Shipping	(185.3)	(240.8)	(194.7)	5.1%	-19.1%
Sales Commission	(18.9)	(19.3)	(20.0)	6.2%	3.6%
Maintenance Expenses	(53.0)	(61.9)	(58.5)	10.5%	-5.5%
Energy Expenses	(19.8)	(20.6)	(20.2)	2.0%	-1.8%
Third Party Services Expenses	(59.4)	(67.7)	(73.4)	23.5%	8.4%
Other Expenses	(153.2)	(78.0)	(78.7)	-48.7%	0.8%

### Cost of Sales and Services

**Costs of Sales and Services for the quarter** reached **R\$2.6 billion (+6.0% YoY)**, or **83% of net revenue**, due to growth in COGS in Brazil **(+5.1% YoY)**, driven mainly by growth in COGS from high turnover grains and high growth fish and coffee. Internationally, **COGS grew (+8.6% YoY)**, driven mainly by growth in COGS in Uruguay and Chile.

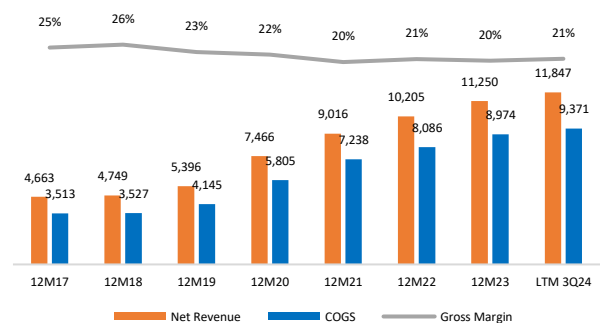
Taking these factors into account, **Gross Profit** reached **R\$534.3 million (-7.8% YoY and -23.5% QoQ)** with a **margin of 17.2% (-2.1pp YoY and -4.2pp QoQ)** in 3Q24.

Quarterly Evolution of Net Revenue vs. Costs (R\$mn)



Source: Company

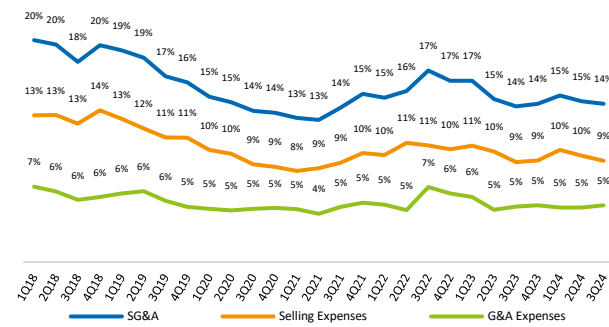
Annual Evolution of Net Revenue vs. Costs (R\$mn)



Source: Company

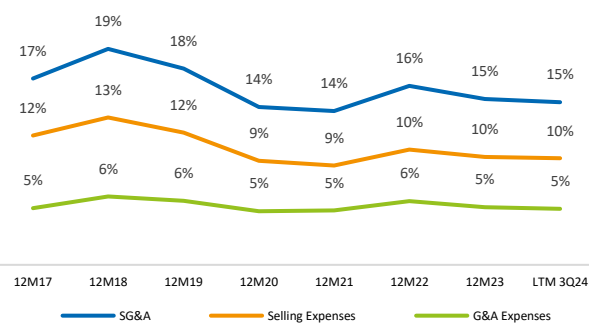
## Selling, General and Administrative Expenses

Quarterly Evolution SG&A/Net Revenue (%)



Source: Company

Annual Evolution of SG&A/Net Revenue (%)



Source: Company

**SG&A in the quarter reached R\$447.3 million (+5.2% YoY), equivalent to 14.4% of net revenue (+0.2pp YoY).** The increase was due to **SG&A in Brazil**, which reached **R\$321.2 million (+9.4% YoY)**, due to higher expenses with freight, personnel, IT, and non-recurring G&A items specified below. In **International**, **SG&A reached R\$126.0 million (-4.2% YoY)** due to the decrease in SG&A in Uruguay and Peru.

It is worth noting that the Company continues to implement plans to optimize and review expenses, increasingly aiming for greater efficiency and synergies between new categories. We were able to leverage these synergies from acquisitions made in recent years, exceeding our goals and reinforcing confidence in the growth of new businesses.

### Sales Expenses

**Sales expenses in the quarter reached R\$286.7 million (+4.7% YoY), or 9.2% of net revenue for the quarter**, mainly due to the increase in sales expenses in **Brazil (+12.0% YoY)**.

- ⊗ Sales expenses in **Brazil increased by +12.0% YoY, representing 9.1% of Brazil net revenue** for the quarter. The variation was driven by the increase in freight and advertising expenses, due to higher volumes of sugar exports and new marketing campaigns.
- ⊗ Sales expenses in the **International segment decreased by -8.8% YoY, representing 9.7% of international net revenue** for the quarter. This result was due to the decrease in sales expenses in Uruguay, Chile and Peru.

### General and Administrative Expenses

**General and administrative expenses in the quarter reached R\$160.6 million (+6.0% YoY), or 5.2% of the quarter's net revenue.**

- ⊗ General and administrative expenses in **Brazil increased by +5.3% YoY, representing 5.6% of Brazil net revenue** for the quarter, mainly due to the increase in personnel, IT and non-recurring expenses. Non-recurring charges for the year totaled R\$34.9 million, and included fines for supplier contract terminations, contingencies and lawsuits.
- ⊗ General and administrative expenses in **International increased by +8.2% YoY, or 4.2% of international net revenue** for the quarter, mainly due to the increase in G&A in Uruguay, Peru and Ecuador.

### Other Operating Income (Expenses) and Equity Income

**Other operating income and expenses and equity income reached a positive R\$16.1 million in the quarter (vs. a positive R\$28.5 million in 3Q23)**, mainly due to revenues from monetary corrections on taxes paid as a result of the Company's lawsuit, which discussed Camil's right to recover R\$10.4 million related to monetary corrections on taxes paid after discussing its right to the repetition of the amounts of IRPJ, CSLL, PIS and COFINS that were levied on the amounts corresponding to the Selic rate applied to its undue tax debts and judicial deposits, as well as the recognition of the right to refund/compensation of amounts unduly collected in recent years.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> On September 24, 2021, the plenary session of the Supreme Federal Court ruled on Extraordinary Appeal No. 1.063,187/SC (Theme 962), declaring unconstitutional the levy of IRPJ and CSLL on interest on arrears and monetary correction related to the Selic rate received due to the repetition of undue tax payments.

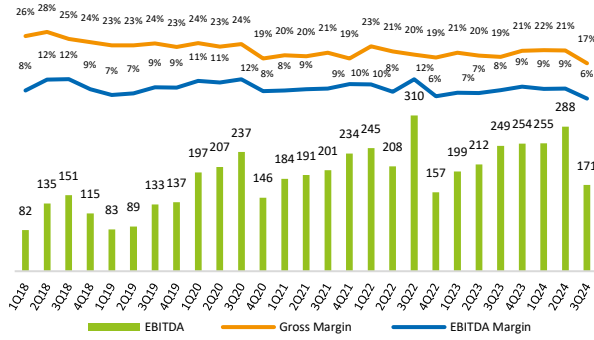


## EBITDA

EBITDA for the quarter reached R\$171.3 million (-31.3% YoY and -40.4% QoQ) with a margin of 5.5% (-2.8pp YoY and -3.3pp QoQ) in 3Q24.

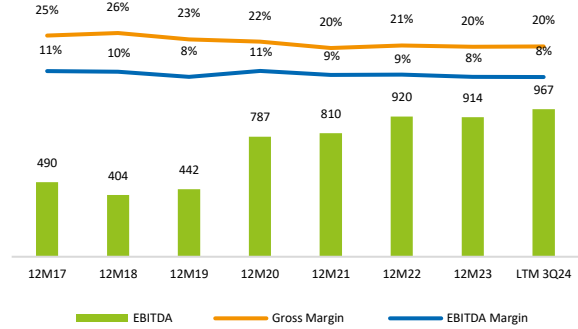
Excluding non-recurring effects of R\$24.5 million related to fines for supplier contract terminations, contingencies, lawsuits and other monetary corrections revenues, Adjusted EBITDA<sup>1</sup> reached R\$195.8 (-21.4% YoY and -31.9% QoQ) with a margin of 6.3% (-2.0pp YoY and -2.5pp QoQ).

EBITDA – Historical Quarterly Evolution (R\$mnn)



Source: Company

EBITDA – Historical Annual Evolution (R\$mnn)



Source: Company

## Net Financial Result

Net Financial Result reached an expense of R\$115.2 million in the quarter (+4.7% YoY), due to higher interest rates between the periods, which resulted in increased financial expenses.

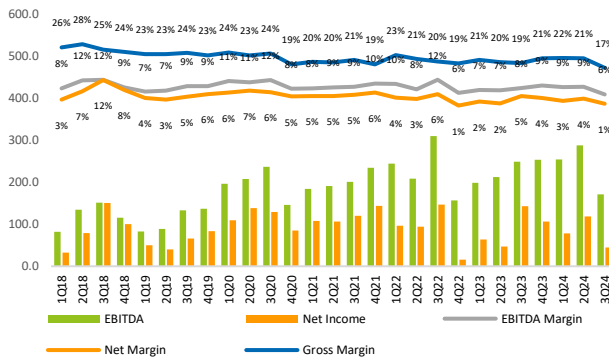
## Income Tax and CSLL

Income Tax and CSLL showed a positive result of R\$56.5 million in the quarter (vs. R\$70.1 million positive in 3Q23). The company's tax calculation basis was reduced due to the exclusion of ICMS government subsidies granted by the States. Additionally, deductions were recorded related to the distribution of Interest on Equity (JCP), the effects of equity accounting and the exclusion of the effects of Undue SELIC on credit resulting from a final court decision.

## Net Income and Earnings per Share

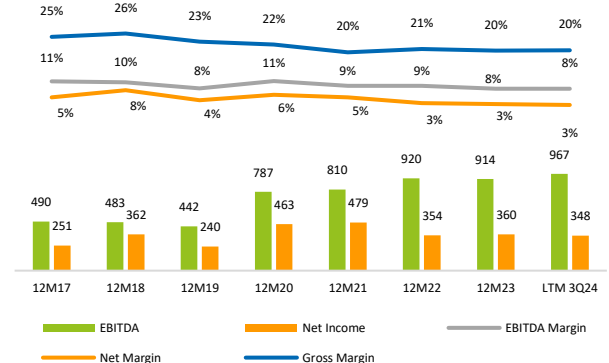
Net Income reached R\$44.4 million (-69.0% YoY and -62.7% QoQ) with a margin of 1.4% (-3.3pp YoY and -2.2pp QoQ) in 3Q24. Earnings per share reached R\$0.13 in the quarter.

Quarterly Profitability Evolution (R\$mnn)



Source: Company

Annual Profitability Evolution (R\$mnn)



Source: Company

<sup>1</sup> Adjusted EBITDA excludes non-recurring effects of R\$24.5 million related to fines from supplier contract terminations, contingencies, lawsuits, and other monetary correction revenues.

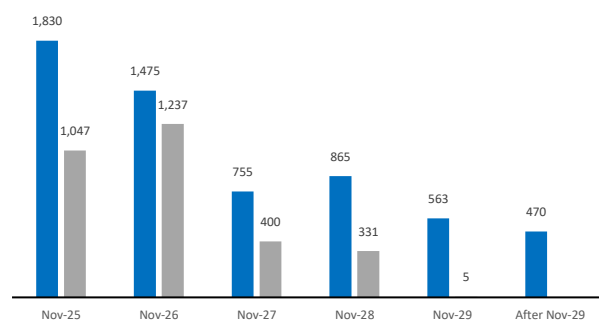
## Indebtedness and Cash

Debt (in R\$m)	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Total Debt</b>	<b>5,051.8</b>	<b>6,269.3</b>	<b>5,930.1</b>	<b>17.4%</b>	<b>-5.4%</b>
Loans and Financing	2,454.0	2,912.7	2,794.7	13.9%	-4.1%
Debentures	2,597.8	3,356.6	3,135.4	20.7%	-6.6%
Short Term	2,041.0	2,047.9	1,829.8	-10.3%	-10.6%
Long Term	3,010.8	4,221.4	4,100.3	36.2%	-2.9%
<b>Leverage</b>					
Gross Debt	5,051.8	6,269.3	5,930.1	17.4%	-5.4%
Cash and Equivalents	1,501.1	2,648.4	1,845.8	23.0%	-30.3%
<b>Net Debt</b>	<b>3,550.7</b>	<b>3,620.9</b>	<b>4,084.3</b>	<b>15.0%</b>	<b>12.8%</b>
<b>Net Debt/EBITDA LTM</b>	<b>4.3x</b>	<b>3.5x</b>	<b>4.2x</b>	<b>-0.1x</b>	<b>0.8x</b>

**Total debt** reached R\$5.9 billion (+17.4% YoY), due to new funding in Brazil. **Total liquidity** (cash and cash equivalents and short- and long-term financial investments) reached R\$1.8 billion (+23.0% YoY).

Taking the above factors into consideration, **net debt** (gross debt excluding total liquidity) totaled R\$4.1 billion (+15.0% YoY) and **net debt/LTM EBITDA** of 4.2x (-0.1x YoY).

### Amortization Schedule (R\$m)

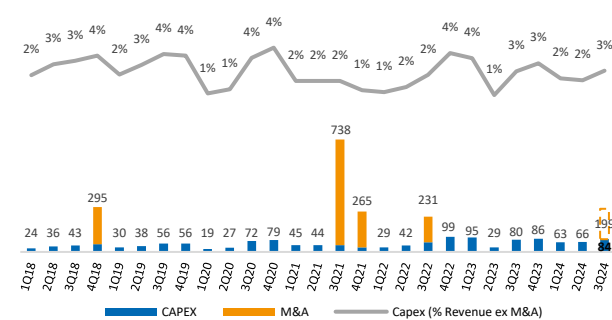


Source: Company

The Company concluded, in June 2024, the 14th Debenture Issuance (CRA). The issuance consists of simple, non-convertible, unsecured debentures, divided into 3 series, in the total amount of R\$650 million, with remuneration as follows: 1st series with remuneration of CDI 104% per year, 2nd series IPCA +6.82% per year and 3rd series IPCA +6.99% per year.

## Capex

### Capex (R\$m)



Source: Company

**Capex** reached **R\$83.7 million (+5.0% YoY)** in the quarter, mainly due to maintenance Capex and the new Cambaí plant, in Rio Grande do Sul.

It is worth noting that, according to the statement of transactions with related parties released in November 2024, the Company made an **advance payment for the acquisition in Paraguay, in the amount of R\$199.8 million**. The Company will keep the market informed about the next steps towards the conclusion of this transaction.

## Working Capital

Working Capital	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Inventory</b>	<b>1,928.9</b>	<b>2,450.5</b>	<b>2,234.5</b>	<b>15.8%</b>	<b>-8.8%</b>
Days Inventory	79.1	95.5	85.7	7 d	-10 d
<b>Advance to Suppliers</b>	<b>582.9</b>	<b>562.0</b>	<b>727.6</b>	<b>24.8%</b>	<b>29.5%</b>
Days Advance to suppliers	23.9	21.9	27.9	4 d	6 d
<b>Receivable</b>	<b>1,885.9</b>	<b>1,746.8</b>	<b>1,977.5</b>	<b>4.9%</b>	<b>13.2%</b>
Days Receivable	62.1	53.8	60.4	-2 d	7 d
<b>Suppliers</b>	<b>1,124.5</b>	<b>1,151.8</b>	<b>1,202.7</b>	<b>7.0%</b>	<b>4.4%</b>
Days Suppliers	46.1	44.9	46.1	0 d	1 d
<b>Other Current Assets</b>	<b>315.1</b>	<b>296.0</b>	<b>418.4</b>	<b>32.8%</b>	<b>41.4%</b>
<b>Other Current Liabilities</b>	<b>376.2</b>	<b>430.6</b>	<b>458.5</b>	<b>21.9%</b>	<b>6.5%</b>
<b>Working Capital</b>	<b>3,212.2</b>	<b>3,473.0</b>	<b>3,696.8</b>	<b>15.1%</b>	<b>6.4%</b>
Days Working Capital	106 d	107 d	113 d	7 d	6 d

Working capital reached R\$3.6 billion (+15.1% YoY), mainly impacted by:

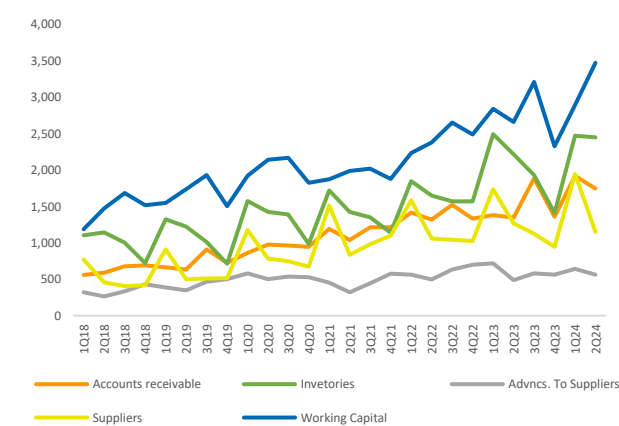
⊗ **Stocks (+15.8% YoY)**, with an increase mainly in coffee, aiming to ensure more competitive prices. On the other hand, there was a reduction in fish stocks due to the higher sales volume.

⊗ **Advances to suppliers (+24.8% YoY)**, the increase was due to the development program implemented by the Company in Brazil and Uruguay

⊗ **Accounts Receivable (+4.9% YoY)**, the Company faced a considerable reduction in the sugar segment, partially offset by increases in accounts receivable in coffee and fish. In the International segment, Uruguay was the country with the highest level of accounts receivable.

⊗ **Suppliers (+7.0% YoY)**, the supplier line grew due to the biscuits and coffee categories, partially offset by sugar.

Quarterly Seasonality of Working Capital (R\$mn)



Source: Company

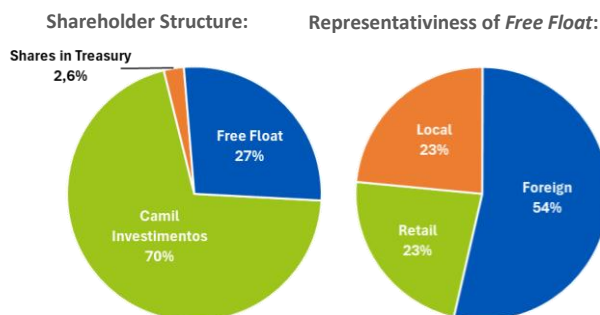
It is worth noting that the seasonality of working capital is relevant throughout the quarters, as observed in the graph above, more specifically in inventories and receivables. Therefore, the first quarters of the year typically present a greater need for working capital and cash consumption, while the fourth quarter presents the usual release of the rice business model in working capital and, consequently, an improvement in operating cash flow.

## Shareholding Structure and Performance

In 3Q24, the Company had total share capital of 350 million shares, of which 95.1 million shares were in free float, representing approximately 27% of the total capital.

On November 30, 2024, Camil's shares (B3: CAML3) closed at R\$7.16/share with a market cap of R\$2.5 billion. The average daily trading volume for the quarter was approximately R\$4.3 million/day. At the end of the fiscal year in November 2024, approximately 46% of our shares were held by local investors and 54% by foreign investors.

### Shareholder Structure November/2024



Source: Company

## Agenda with the market

Requests can be made through our investor relations channel on the website (<http://ri.camilalimentos.com.br/>) or via email ([ri@camil.com.br](mailto:ri@camil.com.br)). Below, we present the corporate calendar with upcoming events.

Event	Date
3Q24 Earnings Release	Jan/9/2025
3Q24 Earnings Conference Call	Jan/10/2025
BTG NDR (São Paulo)	Jan/14/2025
UBS Latin America Conference (São Paulo)	Jan/28/2025
XP Agro Conference (São Paulo)	Feb/04/2025
CEO BTG Conference (São Paulo)	Feb/28/2025

## About Camil Alimentos S.A.

Camil (B3: CAML3) is one of the largest food brand platforms in Brazil and Latin America, with a diversified portfolio of brands in the categories of grains, sugar, fish, pasta, coffee and cookies, and leading positions in the countries where it operates. Listed in 2017 on the Novo Mercado, the highest level of corporate governance of B3, Camil has operations in Brazil, Uruguay, Chile, Peru and Ecuador. For more information, visit [www.camil.com.br/ri](http://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**

## Disclaimer

Certain percentages and other figures included in this document have been rounded to facilitate presentation. Accordingly, the figures presented as totals in some tables may not represent the arithmetic sum of the figures that precede them and may differ from those presented in the financial statements. The non-financial and accounting data in this document are unaudited. This release contains projections and future expectations of the Company that are based exclusively on the expectations of Camil's management about the current and known reality of its operations and, therefore, are subject to risks and uncertainties.

### Consolidated Balance Sheet

Balance Sheet					
In R\$ Millions	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Total Current Assets</b>	<b>6,158.5</b>	<b>7,645.7</b>	<b>7,114.6</b>	<b>15.5%</b>	<b>-6.9%</b>
Cash & Equivalents	1,485.8	2,648.4	1,831.1	23.2%	-30.9%
Accounts Receivable	1,885.9	1,746.8	1,977.5	4.9%	13.2%
Financial Instruments - Derivatives	1.5	1.0	0.8	-46.8%	-16.2%
Inventories	1,904.0	2,429.3	2,223.5	16.8%	-8.5%
Payments in Advance (Producers)	548.0	525.2	664.1	21.2%	26.5%
Payments in Advance	19.6	-	-	n.a	n.a
Recoverable Taxes	233.1	195.6	193.7	-16.9%	-1.0%
Related Party	14.0	20.7	142.6	915.5%	590.5%
Expenses in advance	10.6	-	-	n.a	n.a
Other Current Assets	55.8	78.8	81.4	45.8%	3.3%
<b>Total non Current Assets</b>	<b>4,175.1</b>	<b>4,437.5</b>	<b>4,779.9</b>	<b>14.5%</b>	<b>7.7%</b>
<b>Total Long-Term Assets</b>	<b>645.1</b>	<b>625.3</b>	<b>660.1</b>	<b>2.3%</b>	<b>5.6%</b>
Long-Term Investments	15.3	14.4	14.8	-3.4%	2.5%
Recoverable Taxes	125.5	79.8	82.0	-34.7%	2.7%
Deferred Income Taxes	42.4	104.8	134.8	217.8%	28.7%
Payments in Advance (Producers)	15.2	36.8	63.5	316.8%	72.4%
Related Party	62.9	5.1	5.4	-91.4%	7.0%
Inventory	24.9	21.3	10.9	-56.1%	-48.5%
Court Deposits	38.0	36.4	36.2	-4.6%	-0.4%
Indemnity Assets	306.0	310.7	304.0	-0.6%	-2.1%
Other Long-Term Assets	14.8	16.1	8.4	-43.3%	-47.9%
<b>Total Permanent Assets</b>	<b>3,530.0</b>	<b>3,812.2</b>	<b>4,119.8</b>	<b>16.7%</b>	<b>8.1%</b>
Investments	47.7	88.7	290.6	508.7%	227.7%
Plant, Property & Equipment	2,114.4	2,304.8	2,387.4	12.9%	3.6%
Intangible Assets	1,112.9	1,145.5	1,165.6	4.7%	1.8%
Right of Use Assets	225.5	245.4	248.3	10.1%	1.2%
Properties for Investment	29.5	27.9	27.9	-5.5%	0.0%
<b>Total Assets</b>	<b>10,333.6</b>	<b>12,083.2</b>	<b>11,894.5</b>	<b>15.1%</b>	<b>-1.6%</b>
<b>Total Current Liabilities</b>	<b>3,541.7</b>	<b>3,630.3</b>	<b>3,491.0</b>	<b>-1.4%</b>	<b>-3.8%</b>
Accounts Payable	1,124.5	1,151.8	1,202.7	7.0%	4.4%
Short-Term Debt	1,213.2	1,449.9	1,258.2	3.7%	-13.2%
Debentures	827.8	597.9	571.6	-31.0%	-4.4%
Leasing liability	39.3	46.3	48.8	24.3%	5.4%
Client Advances	31.9	45.6	47.2	47.7%	3.4%
Related Party	22.5	26.4	30.5	35.8%	15.4%
Salaries and Social Contributions	85.5	72.6	92.3	7.9%	27.0%
Dividends and Interest on Equity Payable	7.0	7.0	7.0	-0.4%	0.0%
Taxes Payables	44.4	47.9	44.0	-0.9%	-8.3%
Vacation accrual and related charges	74.9	67.0	76.4	1.9%	14.0%
Outstanding Taxes	5.2	4.9	4.9	-5.9%	0.0%
Accounts Payable from Investments Acquired	5.5	14.5	8.8	57.9%	-39.4%
Other Current Liabilities	60.0	98.5	98.8	64.7%	0.4%
<b>Total Long Term Liabilities</b>	<b>3,753.2</b>	<b>5,012.4</b>	<b>4,850.2</b>	<b>29.2%</b>	<b>-3.2%</b>
Long-Term Debt	1,240.8	1,462.8	1,536.5	23.8%	5.0%
Leasing liability	201.2	217.2	219.0	8.9%	0.9%
Debentures	1,770.0	2,758.7	2,563.7	44.8%	-7.1%
Outstanding Taxes	14.2	10.2	9.0	-36.5%	-11.9%
Deferred Income Taxes	39.2	82.6	45.2	15.3%	-45.2%
Provision for contingencies	372.6	371.4	373.2	0.2%	0.5%
Accounts Payable from Investments Acquired	101.2	86.7	80.0	-20.9%	-7.7%
Other Long-Term Liabilities	14.1	22.9	23.4	66.7%	2.4%
<b>Total Liabilities</b>	<b>7,294.9</b>	<b>8,642.7</b>	<b>8,341.3</b>	<b>14.3%</b>	<b>-3.5%</b>
Paid-in Capital	950.4	950.4	950.4	0.0%	0.0%
(-) Expenses with Issuance of Shares	(12.4)	(12.4)	(12.4)	0.0%	0.0%
(-) Treasury Shares	(55.9)	(68.5)	(68.5)	22.5%	0.0%
Income Reserves	1,419.5	1,704.9	1,679.9	18.3%	-1.5%
Capital Reserve	21.1	22.9	24.3	14.9%	6.2%
Accumulated Net Income	253.8	197.2	241.6	-4.8%	22.5%
Equity adjustments	(21.1)	(21.1)	(21.1)	0.0%	0.0%
Other comprehensive Income	483.0	666.9	758.9	57.1%	13.8%
Participation of non-controlling shareholders	0.2	0.3	0.3	7.4%	1.6%
<b>Shareholders' Equity</b>	<b>3,038.6</b>	<b>3,440.6</b>	<b>3,553.3</b>	<b>16.9%</b>	<b>3.3%</b>
<b>Total Liabilities &amp; Equity</b>	<b>10,333.6</b>	<b>12,083.2</b>	<b>11,894.5</b>	<b>15.1%</b>	<b>-1.6%</b>

## Consolidated Income Statements

Statements (in R\$ millions)	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Gross Revenues</b>	<b>3,433.6</b>	<b>3,738.9</b>	<b>3,555.0</b>	<b>3.5%</b>	<b>-4.9%</b>
(-) Sales Deductions	(430.1)	(477.3)	(450.4)	4.7%	-5.7%
<b>Net Revenues</b>	<b>3,003.6</b>	<b>3,261.6</b>	<b>3,104.6</b>	<b>3.4%</b>	<b>-4.8%</b>
(-) Cost of Sales and Services	(2,423.8)	(2,563.3)	(2,570.4)	6.0%	0.3%
<b>Gross Profit</b>	<b>579.7</b>	<b>698.3</b>	<b>534.2</b>	<b>-7.8%</b>	<b>-23.5%</b>
(-) SG&A	(425.4)	(477.9)	(447.3)	5.2%	-6.4%
Selling Expenses	(273.8)	(316.2)	(286.7)	4.7%	-9.3%
G&A Expenses	(151.5)	(161.7)	(160.6)	6.0%	-0.7%
(+/-) Equity (Earnings)/Losses in Uncc	0.0	(1.7)	-	n.a	n.a
(+) Other Operating Income	28.5	2.8	16.1	-43.5%	480.0%
<b>EBIT</b>	<b>182.9</b>	<b>221.4</b>	<b>103.1</b>	<b>-43.7%</b>	<b>-53.4%</b>
(+/-) Financial Result	(110.0)	(89.5)	(115.2)	4.7%	28.8%
<b>Pre-Tax Income</b>	<b>72.9</b>	<b>132.0</b>	<b>(12.2)</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>
(-) Total Income Taxes	70.1	(13.2)	56.5	-19.3%	n.a
<b>Net Income</b>	<b>143.0</b>	<b>118.8</b>	<b>44.4</b>	<b>-69.0%</b>	<b>-62.7%</b>
<b>EBITDA Reconciliation</b>					
Net Income	143.0	118.8	44.4	-69.0%	-62.7%
(-) Net Financial Result	110.0	89.5	115.2	4.7%	28.8%
(-) Income Taxes	(70.1)	13.2	(56.5)	-19.3%	n.a
(-) Depreciation and Amortization	66.4	66.1	68.3	2.9%	3.2%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>249.3</b>	<b>287.6</b>	<b>171.3</b>	<b>-31.3%</b>	<b>-40.4%</b>
(-) Non Recurring Revenues/Expenses	-	-	24.5	n.a	n.a
<b>(=) Adjusted EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>249.3</b>	<b>287.6</b>	<b>195.8</b>	<b>-21.4%</b>	<b>-31.9%</b>
<b>Margins</b>					
Gross Margin	19.3%	21.4%	17.2%	-2.1pp	-4.2pp
EBITDA Margin	8.3%	8.8%	5.5%	-2.8pp	-3.3pp
Adjusted EBITDA Margin <sup>1</sup>	8.3%	8.8%	6.3%	-2.0pp	-2.5pp
Net Margin	4.8%	3.6%	1.4%	-3.3pp	-2.2pp

## Income Statements by Segment

Brazil	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Net Revenues</b>	<b>2,149.6</b>	<b>2,357.2</b>	<b>2,194.4</b>	<b>2.1%</b>	<b>-6.9%</b>
(-) Cost of Sales and Services	(1,763.3)	(1,874.5)	(1,853.2)	5.1%	-1.1%
<b>Gross Profit</b>	<b>386.3</b>	<b>482.7</b>	<b>341.2</b>	<b>-11.7%</b>	<b>-29.3%</b>
(-) SG&A Expenses	(293.7)	(331.5)	(321.2)	9.4%	-3.1%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	23.8	(0.3)	16.1	-32.4%	n.a
<b>EBIT</b>	<b>116.4</b>	<b>150.9</b>	<b>36.1</b>	<b>-69.0%</b>	<b>-76.1%</b>
(+/-) Financial Result	(97.2)	(76.0)	(92.7)	-4.6%	21.9%
<b>Pre-Tax Income</b>	<b>19.2</b>	<b>74.9</b>	<b>(56.6)</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>
Total Income Taxes	75.2	(2.3)	71.2	-5.4%	n.a
<b>Net Income</b>	<b>94.5</b>	<b>72.5</b>	<b>14.6</b>	<b>-84.6%</b>	<b>-79.9%</b>
<b>EBITDA Reconciliation</b>					
Net Income	94.5	72.5	14.6	-84.6%	-79.9%
(+) Net Financial Result	97.2	76.0	92.7	-4.6%	21.9%
(+) Income Taxes	(75.2)	2.3	(71.2)	-5.4%	n.a
(+) Depreciation and Amortization	49.7	45.0	45.9	-7.6%	2.1%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>166.1</b>	<b>195.8</b>	<b>82.0</b>	<b>-50.6%</b>	<b>-58.1%</b>
(-) Non Recurring Revenues/Expenses	-	-	24.5	n.a	n.a
<b>(=) Adjusted EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>166.1</b>	<b>195.8</b>	<b>106.5</b>	<b>-35.9%</b>	<b>-45.6%</b>
<b>Margins</b>					
Gross Margin	18.0%	20.5%	15.5%	-4.9pp	-2.4pp
EBITDA Margin	7.7%	8.3%	3.7%	-4.6pp	-4.0pp
Adjusted EBITDA Margin <sup>1</sup>	7.7%	8.3%	4.9%	-3.5pp	-2.9pp
Net Margin	4.4%	3.1%	0.7%	-2.4pp	-3.7pp
<b>International</b>					
	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
<b>Net Revenues</b>	<b>853.9</b>	<b>904.4</b>	<b>910.3</b>	<b>6.6%</b>	<b>0.7%</b>
(-) Cost of Sales and Services	(660.5)	(688.8)	(717.2)	8.6%	4.1%
<b>Gross Profit</b>	<b>193.4</b>	<b>215.6</b>	<b>193.0</b>	<b>-0.2%</b>	<b>-10.5%</b>
(-) SG&A Expenses	(131.7)	(146.3)	(126.1)	-4.2%	-13.9%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	4.7	1.3	0.0	-99.4%	-97.9%
<b>EBIT</b>	<b>66.5</b>	<b>70.6</b>	<b>67.0</b>	<b>0.8%</b>	<b>-5.1%</b>
(+/-) Financial Result	(12.8)	(13.4)	(22.6)	75.9%	67.9%
<b>Pre-Tax Income</b>	<b>53.7</b>	<b>57.1</b>	<b>44.4</b>	<b>-17.2%</b>	<b>-22.2%</b>
(+/-) Total Income Taxes	(5.2)	(10.9)	(14.6)	183.4%	34.1%
<b>Net Income</b>	<b>48.5</b>	<b>46.2</b>	<b>29.8</b>	<b>-38.6%</b>	<b>-35.5%</b>
<b>EBITDA Reconciliation</b>					
Net Income	48.5	46.2	29.8	-38.6%	-35.5%
(+) Net Financial Result	12.8	13.4	22.6	75.9%	67.9%
(+) Income Taxes	5.2	10.9	14.6	183.4%	34.1%
(+) Depreciation and Amortization	16.7	21.2	22.4	34.1%	5.7%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>83.2</b>	<b>91.7</b>	<b>89.4</b>	<b>7.4%</b>	<b>-2.6%</b>
<b>Margins</b>					
Gross Margin	22.6%	23.8%	21.2%	-2.6pp	-1.4pp
EBITDA Margin	9.7%	10.1%	9.8%	-0.3pp	0.1pp
Net Margin	5.7%	5.1%	3.3%	-1.8pp	-2.4pp

<sup>1</sup> Adjusted EBITDA excludes non-recurring effects of R\$24.5 million related to fines for termination of supplier contracts, contingencies, legal proceedings and other monetary correction revenues.

## Cash Flow

Cash Flow	3Q23	2Q24	3Q24	3Q24	3Q24
In R\$ Millions					
Closing Date	Nov-23	Aug-24	Nov-24	VS 3Q23	VS 2Q24
Pre-Tax Income	72.9	132.0	(12.2)	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Net Result in Uncons. Subs.	(0.0)	1.7	-	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Accrued Financial Charges	94.3	216.9	106.2	12.7%	-51.0%
Interest Provision - Liability Lease	3.7	4.0	4.0	9.9%	1.3%
Allowance for Doubtful Accounts	3.7	6.2	(5.8)	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Provision for Discounts	6.3	(2.4)	2.4	-62.1%	<i>n.a</i>
Provision for Contingencies	0.7	31.1	(26.7)	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Provision for Advances	(10.0)	6.3	(0.2)	-97.8%	<i>n.a</i>
Depreciation	66.3	66.1	68.3	2.9%	3.2%
Write-off Plant, Property & Equipment	2.2	5.1	6.8	203.9%	33.6%
Write-off Right of Use Assets	4.1	4.0	(4.1)	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Stock Options	2.2	2.4	2.1	-4.7%	-9.4%
<b>Funds From Operations</b>	<b>246.5</b>	<b>473.3</b>	<b>140.8</b>	<b>-42.9%</b>	<b>-70.2%</b>
(Inc.) / Dec. In:	-	-	-	-	-
<b>Current Assets</b>	<b>(369.5)</b>	<b>429.4</b>	<b>(184.1)</b>	<b>-50.2%</b>	<b><i>n.a</i></b>
Trade Accounts Receivable	(550.6)	203.2	(204.7)	-62.8%	<i>n.a</i>
Inventories	168.0	152.3	117.1	-30.3%	<i>n.a</i>
Recoverable Taxes	7.3	43.1	5.5	-24.8%	-87.2%
Related Party	(2.3)	38.4	(113.2)	4755.1%	<i>n.a</i>
Other Current Assets	8.1	(7.5)	11.2	37.5%	<i>n.a</i>
<b>Current Liabilities</b>	<b>(355.5)</b>	<b>(1,081.4)</b>	<b>(172.5)</b>	<b>-51.5%</b>	<b>-84.0%</b>
Accounts Payable	(125.8)	(848.9)	7.6	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Other Current Liabilities	18.0	11.4	21.1	17.2%	84.8%
Taxes Payables	(9.2)	(30.8)	(15.6)	69.7%	-49.4%
Related Party	(1.7)	3.5	(2.1)	27.6%	<i>n.a</i>
Advances to Clients	-	(33.0)	8.6	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Other Current Liabilities	(50.2)	(59.9)	(14.5)	-71.0%	-75.7%
Interest Paid	(180.1)	(120.1)	(174.2)	-3.3%	45.1%
Net Income Taxes (Income Tax & Social Contribution)	(6.7)	(3.7)	(3.4)	-49.1%	-7.1%
<b>Cash Flow from Operations</b>	<b>(478.6)</b>	<b>(178.7)</b>	<b>(215.8)</b>	<b>-54.9%</b>	<b>20.8%</b>
Short-Term Investments	0.8	(0.3)	(0.4)	<i>n.a</i>	4.9%
Disposal of Property, Plant and Equipment	0.3	0.5	0.0	-95.7%	-97.6%
Business combination consideration	-	-	(14.1)	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Acquisition advances	-	-	(199.8)	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Capital Increase in Subsidiaries	(15.0)	-	-	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Additions to Investments	-	(34.1)	0.0	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Capital Expenditures	(79.8)	(66.5)	(83.7)	4.9%	25.9%
<b>Investment Activities Cash Flow</b>	<b>(93.7)</b>	<b>(100.4)</b>	<b>(297.9)</b>	<b>217.8%</b>	<b>196.6%</b>
Debt Issuance	418.4	1,165.3	600.4	43.5%	-48.5%
Debt Repayment	(390.1)	(197.6)	(971.6)	149.1%	391.6%
Lease Liability Payments	(12.7)	(16.6)	(17.3)	36.2%	3.9%
Dividends and Interest on Equity Paid	(25.0)	(25.0)	(25.0)	0.0%	0.0%
Treasury shares	(25.8)	-	-	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
<b>Financing Cash Flow</b>	<b>(35.2)</b>	<b>926.1</b>	<b>(413.5)</b>	<b>1074.2%</b>	<b><i>n.a</i></b>
Foreign Exchange Variaton on Cash and Equivalents	30.3	(25.9)	109.9	263.0%	<i>n.a</i>
<b>Change in Cash and Equivalents</b>	<b>(577.2)</b>	<b>621.0</b>	<b>(817.3)</b>	<b>41.6%</b>	<b><i>n.a</i></b>
Beginning Cash and Equivalents	2,062.990	2,027.4	2,648.4	28.4%	30.6%
Ending Cash and Equivalents	1,485.8	2,648.4	1,831.1	23.2%	-30.9%



# Camil

