

Divulgação de Resultados

1T25

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

Q&A

Horário:
9h00 (BRT)
8h00 (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

Flavio Rios

Marco Correia

Contato:

ri@camil.com.br



NOVO CAFÉ ESPRESSO união

CAMIL ANUNCIA OS RESULTADOS DO 1T25

Camil registra Receita Líquida de R\$2,7 bilhões,
com EBITDA de R\$233 milhões e margem de 8,7% no 1T25

São Paulo, 15 de julho de 2025 – A Camil Alimentos S.A. (“Camil” ou “Companhia”) (B3: CAML3) anuncia os resultados do primeiro trimestre de 2025 (1T25 – mar/2025 a mai/2025). Neste *release* as informações são apresentadas em IFRS e representam o resultado consolidado da Companhia em milhões de Reais (R\$) com comparações YoY referentes ao primeiro trimestre de 2024 (1T24 – mar/2024 a mai/2024) e comparações QoQ (4T24 – dez/2024 a fev/2025), exceto quando especificado de outra forma.

Destaques

Volumes	O volume no 1T25 apresentou queda de -2,9% YoY , pela redução do alto giro (-13,6% YoY) e pelo alto valor (-3,7% YoY) , parcialmente compensado pelo crescimento no internacional (+24,4% YoY). Sequencialmente, o volume apresentou crescimento de +10,8% QoQ , impulsionado pelo alto giro (+9,6% QoQ) e Internacional (+19,4% QoQ), parcialmente compensado pelo alto valor (-6,9% QoQ).
Receita	Receita Bruta de R\$3,1 bilhões (-7,2% YoY e -9,8% QoQ) no 1T25 e Receita Líquida de R\$2,7 bilhões (-7,3% YoY e -10,3% QoQ) no 1T25.
Lucro Bruto	Lucro Bruto de R\$606,1 milhões (-3,2% YoY e +14,0% QoQ) com margem de 22,6% (+1,0pp YoY e +4,8pp QoQ) no 1T25.
EBITDA	EBITDA de R\$233,1 milhões (-8,4% YoY e +20,2% QoQ) com margem de 8,7% (-0,1p.p YoY e +2,2p.p. QoQ) .
Lucro/Prejuízo Líquido	Lucro Líquido de R\$66,0 milhões (-15,9% YoY) , revertendo prejuízo de R\$24,6 milhões no 4T24 , com margem de 2,5% (-0,3p.p YoY e +3,3p.p QoQ) .
Capex	Capex de R\$119,9 milhões (+90,6% YoY) no trimestre, continuando os investimentos na nova planta de grãos, localizada em Cambaí (RS) e na nova termoeletrônica.
Endividamento	Dívida Líquida/EBITDA UDM de 4,1x (+0,8pp YoY) no 1T25.

Destaques Financeiros	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Receita Bruta	3.366,3	3.463,3	3.123,5	-7,2%	-9,8%
Receita Líquida	2.899,6	2.997,1	2.687,3	-7,3%	-10,3%
Lucro Bruto	626,0	531,5	606,1	-3,2%	14,0%
Margem Bruta (%)	21,6%	17,7%	22,6%	1,0pp	4,8pp
EBITDA	254,5	193,9	233,1	-8,4%	20,2%
Margem EBITDA (%)	8,8%	6,5%	8,7%	-0,1pp	2,2pp
Lucro/Prejuízo Líquido	78,5	(24,6)	66,0	-15,9%	n.a.
Margem Líquida (%)	2,7%	(0,8%)	2,5%	-0,3pp	3,3pp
Capex ex M&A	62,9	121,9	119,9	90,6%	-1,6%
Dív. Liq./EBITDA UDM (x)	3,3x	3,0x	4,1x	0,8x	1,1x
Destaques operacionais	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Volumes (em mil tons)	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Volume Consolidado	522,7	458,1	507,7	-2,9%	10,8%
Brasil	387,7	317,4	339,7	-12,4%	7,0%
Alto Giro	338,8	266,8	292,6	-13,6%	9,6%
Alto Valor	48,9	50,6	47,1	-3,7%	-6,9%
Internacional	135,1	140,7	168,0	24,4%	19,4%
Preços Líquidos(R\$/Kg)					
Brasil					
Alto Giro	4,53	4,48	3,96	-12,5%	-11,6%
Alto Valor	11,81	18,40	13,96	18,2%	-24,1%
Internacional	5,57	6,50	4,49	-19,4%	-30,9%

Sumário

Destaques	1
Mensagem da Administração	3
Principais Eventos	4
ESG	4
Prêmios e Reconhecimentos	5
Desempenho Operacional	7
Demonstrações de Resultado Consolidado	9
Demonstrações de Resultado por Segmento	9
Desempenho Financeiro	10
Estrutura e Performance Acionária	14
Agenda com o Mercado	14
Isenção de Responsabilidade	15
Apêndice – Informações Financeiras do Trimestre	16

Mensagem da Administração

No 1T25, a Camil registrou receita líquida de R\$ 2,7 bilhões, com EBITDA de R\$ 233 milhões e margem de 8,7% - uma margem estável em bases anuais. Mesmo diante de um ambiente desafiador, com pressão nos preços na categoria de alto giro no Brasil, a Companhia manteve sua rentabilidade, apoiada por uma sólida performance nas operações internacionais.

Na categoria de alto giro no Brasil (grãos e açúcar), o trimestre foi marcado pela redução dos preços de mercado do arroz. Diante desse movimento, é comum os varejistas atuarem de forma mais cautelosa em suas reposições de estoque, o que trouxe uma redução de volumes na comparação do mesmo período do ano anterior. Ainda assim, observamos um crescimento sequencial de volumes, reflexo da sazonalidade do período. Em açúcar, seguimos enfrentando um cenário competitivo no mercado interno, em volume e rentabilidade.

Nas categorias de alto valor, registramos recuo de volumes principalmente em massas e café. Mesmo assim, o aumento de custos e consequente repasse de preços, principalmente em café, compensou essa queda, elevando a receita líquida da categoria no período. Destacamos como evento subsequente o lançamento dos cafés em cápsulas União, ampliando nosso portfólio e reforçando o posicionamento premium da marca. Em massas, a linha Camil continua ganhando tração na região metropolitana de São Paulo e avança para se fortalecer em outras regiões com a marca Santa Amália. Em biscoitos, permanecemos focados na revitalização da marca Mabel, conciliando campanhas de marketing, ajustes de sortimento e aumento de utilização fabril, pilar essencial para expansão de margem. Massa, café e biscoitos são categorias de alto valor que operam ainda a cerca de metade da capacidade instalada, trazendo oportunidades importantes de expansão de volumes e, consequentemente, de eficiência com diluição de custos e de melhoria de rentabilidade.

No mercado internacional, mantivemos uma performance positiva, com crescimento de receita e manutenção de rentabilidade na comparação anual. Continuamos no processo de entrada no Paraguai, após as aquisições da Rice Paraguay S.A. e da Villa Oliva Rice S.A., alinhadas à estratégia da Companhia e pendente da conclusão da operação.

Com relação à agenda ESG, publicamos nosso Relatório de Sustentabilidade 2024, detalhando as diversas iniciativas e indicadores de progresso da Companhia. Essas iniciativas reafirmam nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável dos negócios e do planeta, ao mesmo tempo em que promovem a geração de valor compartilhado e potencializa nosso crescimento. Como destaque em inovação e transformação digital, ressaltamos a Camila, nossa plataforma de inteligência artificial já adotada pela equipe comercial que disponibiliza, em tempo real, dados de sortimento e precificação, potencializando a qualidade das negociações e conferindo maior agilidade com foco no cliente e em vendas.

Com uma trajetória sólida e um portfólio de marcas fortes e reconhecidas, seguimos fortalecendo nossa presença nos mercados onde atuamos e ampliando nossa eficiência operacional. Nossos mais de 60 anos de história refletem o compromisso da Camil em oferecer alimentos de qualidade e em gerar valor de forma consistente e sustentável. Estamos confiantes de que, com nossas marcas e iniciativas estratégicas, vamos continuar a impulsionar nosso crescimento e a consolidar nossa liderança no setor.

Luciano Quartiero
Diretor Presidente

Flavio Vargas
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Principais Eventos

- ⌚ **Junho 2025: Assembleia Geral Ordinária:** Em junho de 2025 a Companhia realizou a Assembleia Geral Ordinária Anual. Os materiais da Assembleia estão disponíveis no website de Relações com Investidores da Companhia.
- ⌚ **Junho 2025: Aprovação do pagamento de JCP e Dividendos:** Em junho de 2025, o Conselho de Administração da Companhia aprovou o pagamento de Juros sobre Capital Próprio no valor de R\$25 milhões, correspondente ao valor bruto unitário de aproximadamente R\$0,05 por ação, com pagamento realizado em 26 de junho de 2025.
- ⌚ **Abril 2025: Camil integra o ISE 2025:** Pelo terceiro ano consecutivo a Camil passou a integrar a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 - Brasil, Bolsa, Balcão. A inclusão da Camil na nova composição do ISE reforça o compromisso da Companhia em atuar no desenvolvimento sustentável dos negócios, do planeta e na criação de valor compartilhado.

ESG

Em 2025, a Camil consolidou avanços relevantes em sua estratégia ESG, que se baseia na geração de valor sustentável e no impacto de ESG para o desenvolvimento da estratégia de negócios e crescimento empresarial. A publicação do novo Relatório de Sustentabilidade, divulgado em julho de 2025, marca um novo capítulo em nossa trajetória, com aprofundamento nas metodologias de reporte no Brasil, Uruguai, Chile, Peru e Equador.



Realizamos uma atualização robusta da matriz de materialidade, com engajamento direto de stakeholders estratégicos, incorporando os riscos ESG e os impactos financeiros associados de todos os países de atuação. A análise resultou em 11 temas prioritários que agora direcionam nossas ações.

No pilar ambiental, demos continuidade ao foco em energia renovável, com o projeto da nova termelétrica em Cambaí (RS), que utilizará 100% da casca de arroz gerada em nossas plantas na região para geração de energia. Esta iniciativa não apenas valoriza resíduos industriais como fonte de energia renovável, mas também aprofunda nossa estratégia de economia circular. O projeto entra em operação em 2026.

No aspecto social, nossos programas proprietários de impacto comunitário avançaram significativamente. O projeto Grãos da Base, com a marca Camil, certificou 50 pequenos negócios locais em práticas sustentáveis e gestão empreendedora. Já o Doce Futuro, com a marca União, formou mais de mil alunos em comunidades no entorno das nossas operações. Ambos os programas reforçam nossa visão de inclusão produtiva e apoiam a estratégia de reforço das nossas marcas.

No campo da governança, a estrutura de riscos da Companhia foi revisada com a inclusão de novos riscos ESG, agora totalizando 22 indicadores monitorados. A expansão da atuação dos Comitês de Riscos e de Integridade para nossas operações fora do Brasil reforça nossa governança regional integrada.

A jornada de transformação digital também foi acelerada com a implementação da "Camila", nossa assistente virtual para o time de vendas, que promoveu melhorias significativas em conectividade, agilidade comercial e experiência do cliente. Essa inovação é parte de um programa mais amplo de digitalização e eficiência operacional que também impacta a logística e a sustentabilidade das operações.

Esses avanços refletem nosso compromisso contínuo com os princípios do Pacto Global da ONU e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). Em reconhecimento à nossa atuação, fomos mantidos, pelo terceiro ano consecutivo, na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, vigente a partir de maio de 2025.

Seguimos fortalecendo nossa estratégia ESG com consistência, inovação e engajamento de todos os públicos que fazem parte da nossa jornada. Agradecemos a todos os colaboradores, parceiros, clientes e comunidades pelo compromisso compartilhado em construir um futuro mais sustentável.

Prêmios e Reconhecimentos

- ③ **Prêmio 30º Top of Mind – Mercado Comum (MG) 2025:** Marcas vencedoras na categoria “Expressão”: Santa Amália (em Massas), União (em Açúcar) e Camil (em Arroz).
- ③ **Líderes de Vendas 2025 – Revista Super Hiper/ ABRAS:** Arroz Camil (1º - Brasil), União Açúcar Refinado (1º - Brasil), Sardinha Coqueiro (1º - Brasil) e Massas Santa Amália (1º - área II).
- ③ **19º Ranking 5+ Revista Super Varejo Edição de Abril:** União – Açúcar (1º MET SP), Camil – Arroz (1º - Brasil), Camil – Feijão (1º MET – SP), Coqueiro – Sardinha (1º - Brasil), Coqueiro - Atum (2º - Brasil), Santa Amália (1º - área II).
- ③ **Top Marcas – Especial Solução Sortimentos – Revista AS + Varejo:** Merceria de Alto Giro: Açúcar União (1º Brasil), (Arroz Camil (1º Brasil), Atum Coqueiro (2º Brasil), Feijão Camil (1º Brasil), Macarrão Santa Amália (1º ES, MG E INT RJ).
- ③ **Top Fornecedores – Especial Solução Sortimentos – Revista SA+Varejo:** Merceria de Alto Giro (Arroz Integral e Feijão) - 2º Lugar: Camil Alimentos.

Marcas e Lançamentos

Camil, a base do Brasil: seguimos durante com a execução do conceito “Camil, a base do Brasil”, focada nas praças de São Paulo, com mídias externas e digitais, e Minas Gerais, reforçando a presença do arroz e feijão como a base da vida e do prato dos brasileiros. Além das mídias, as ações da marca valorizaram a brasilidade através de receitas e pratos típicos. Destaque para a Rota do PF, que através das visitas de influenciadores a estabelecimentos em São Paulo e Belo Horizonte, deu visibilidade para esse prato típico, nacionalmente reconhecido e que valoriza Arroz e Feijão como protagonistas.



E para conferir mais iniciativas da marca Camil? [Acesse o site da marca de grãos Camil.](#)

União, sabor que transforma: No primeiro trimestre, a marca União focou seus investimentos na categoria de Cafés, dando sequência a comunicação “Sabor que transforma Café em União”, com a execução das peças “Essa Mensagem/Áudio Poderia Ser um Café”, convidando as pessoas a saírem das conversas e encontros virtuais para os encontros físicos e presenciais. Foram promovidos conteúdos com influenciadores que retratam a transformação através do Café União e outros voltados a drinks e bebidas geladas também.

Além disso, foi realizado o lançamento das Cápsulas de Café União compatíveis com o sistema Nespresso® Original. Com foco inicial de vendas em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, chegam 5 versões de propostas sensoriais proprietárias e diferentes intensidades para fortalecer a presença da marca no varejo alimentar:

- Amaro (Intensidade 12) – com notas tostadas e de chocolate amargo.
- Ristretto (Intensidade 11) – intenso e marcado por nuances de castanha.
- Clássico (Intensidade 9) – um clássico com toques de amêndoas e caramelo.
- Velluto (Intensidade 8) – equilibrado e frutado.
- Ristretto Decaffeinato (Intensidade 9) – opção descafeinada para qualquer hora.



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

Coqueiro, o peixe da Hora de Verdade: No 1T25, a Marca Coqueiro finalizou a sua promoção do período de Quaresma: “Promo Coqueiro O Peixe da Hora Premiada”. Foram 2 meses de promoção nacional, com prêmios instantâneos e sorteados em dinheiro, assim como prêmios instantâneos de potes personalizados, em parceria com a Oxford. A promoção foi um sucesso no PDV, com aumento no número de usuários e produtos cadastrados vs 2024 (mesmo com 1 mês a menos de duração da promoção) e ganho de share no período, em Sardinha e em Atum.

Esse resultado foi o melhor resultado de promoção, em quantidade de usuários, dos últimos 8 anos de promoção da marca, em um período em que o contato do consumidor está aquecido em função da quaresma. Para atingir esse resultado, além de levar a promoção aos MPDVs, com mais de 2.000 lojas ativadas, a marca contou com 3 filmes sobre a promoção, divulgados no digital, que tiveram, somados, mais de 36 milhões de visualizações. A marca agora se preparara para o lançamento da campanha do ano de 2025 no 2T25.



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

Santa Amália, por uma Vida + Massa: Iniciando o primeiro trimestre da safra 25/26 com consistência e propósito, Santa Amália segue com sua campanha “Por uma vida + massa”, reforçando o posicionamento da marca e fortalecendo a conexão emocional com o consumidor.

A marca investiu em mídia digital como ponte de diálogo com seu público. Nas redes sociais, editoriais de dicas e com receitas práticas e inspiradoras ajudaram a transformar os momentos à mesa em ocasiões ainda mais especiais.

Entre os destaques do período, as influenciadoras Jow (@tocomfomebr_) e Carolina Diniz (@cebolanamanteiga) trouxeram receitas deliciosas reforçando os atributos funcionais das linhas Integral e Zero Glúten da Santa Amália Speciale. Já a chef Ju Lima (@chefjulima) trouxe receitas perfeitas para celebrar com sabor e afeto. E para reforçar a mineiridade da Santa Amália a Pri Venturim (@ahorizontina) entrevistou mineiros na rua para descobrir o quanto Minas é Massa.

Nesse período, a Santa Amália lança nova embalagem para sua linha de massas, mais moderna, com destaque em appetite apeal, despertando ainda mais desejo no ponto de venda e valorizando a clareza das informações. Em pesquisa com consumidores, a novidade aponta ganho de preferência e intenção de compra.



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

Mabel, pra se Sentir em Casa: No 1T25, a marca Mabel continuou com a evolução do seu posicionamento apresentado em 2024: Pra se Sentir em Casa. Após fechar o ano passado falando, via influenciadores, de receitas de pavê para o Natal, feitas com diferentes tipos de biscoitos da Mabel, a marca evolui no 1T25 a sua plataforma de comunicação através de receitas, com uma série de vídeos curtos expostas nas redes sociais da marca mostrando o preparo. A plataforma de receitas explorou todos os tipos de biscoito que a marca tem, desde uma torre de cracker com diferentes patês, até a uma receita mais elaborada como um sorvete, feito em forminha de gelo, cujo palito é feito de maisena.

Com essa estratégia, a marca buscou reforçar o posicionamento como uma marca de portfólio completo de biscoitos, além de promover um aumento da frequência de consumo, levando os biscoitos Mabel para novas ocasiões de uso com os consumidores. A marca agora se prepara para o lançamento da campanha do ano de 2025 no 2T25.

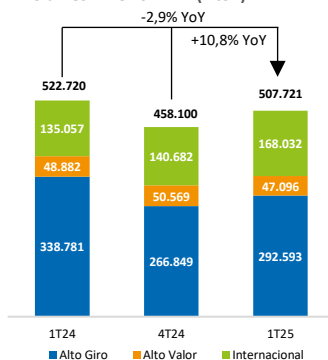


Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Mabel? [Acesse o Instagram da marca Mabel.](#)

Desempenho Operacional

Evolução Volume (k ton)

Volumes 1T25 vs. 1T24 (k ton)



Breakdown (%)

Receita Líquida (%)



Volume (%)



O **volume consolidado** apresentou **queda** anual de **-2,9%** devido a menores volumes registrados no **alto giro (-13,6% YoY)** e **alto valor (-3,7% YoY)**, parcialmente compensado pelo aumento de volumes no internacional **(+24,4% YoY)**.

Sequencialmente, o volume **cresceu +10,8%** em razão do crescimento no **alto giro (+9,6% QoQ)**, sustentado pela sazonalidade de compras dos varejistas frente ao 4T, pelo crescimento do **internacional (+19,4% QoQ)** e parcialmente compensado pela queda de volumes no **alto valor (-6,9% QoQ)**.

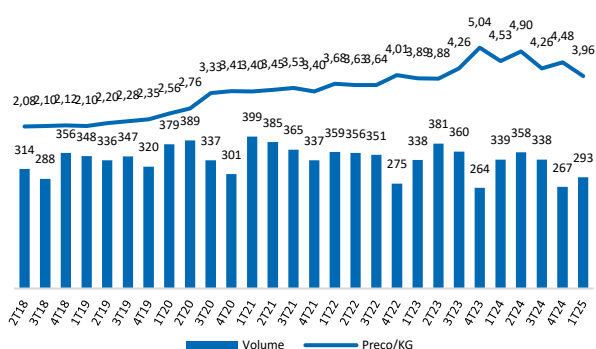
Classificação por categoria: **Alto Giro:** categorias no Brasil de grãos (arroz, feijão e outros grãos) e açúcar; **Alto Valor:** categorias no Brasil de pescados enlatados, massas, biscoitos e café; **Internacional:** Uruguai, Chile, Peru e Equador.

Alto Giro



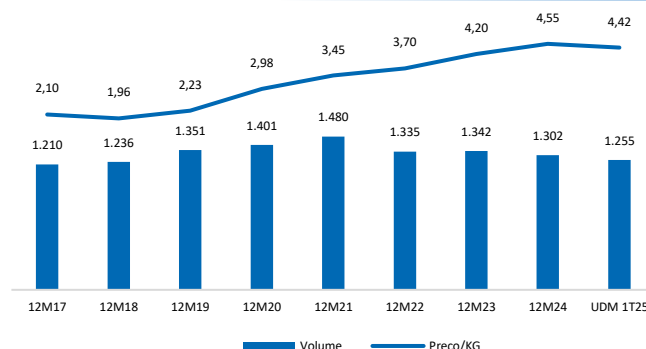
- Ⓢ **Volume:** 292,6 mil tons, -13,6% YoY e +9,6% QoQ no 1T25.
- Ⓢ **Preço líquido:** R\$3,96/kg, -12,5% YoY e -11,6% QoQ no 1T25.
- Ⓢ **Mix de vendas:** Na comparação anual, os volumes recuaram principalmente em função da categoria de açúcar, com a continuidade de um ambiente desafiador no varejo da categoria. Sequencialmente, registramos crescimento nos volumes, sustentado pela retomada das compras pelos varejistas.
- Ⓢ **Mercado²:** **Arroz:** R\$77,25/saca (-26,9% YoY e -21,0% QoQ) no 1T25, **Feijão:** R\$199,25/saca (-23,2% YoY e -3,2% QoQ) no 1T25. **Açúcar:** R\$137,82/saca (-3,8% YoY e -10,2% QoQ) no 1T25.

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



Fonte: Companhia

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



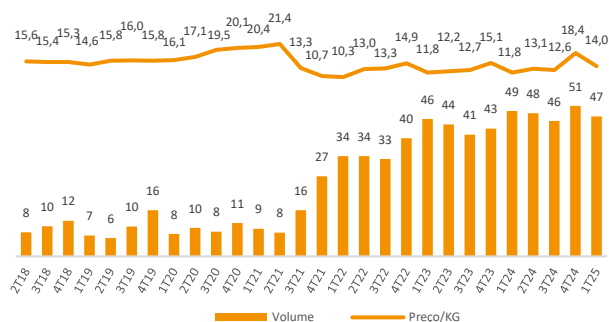
Fonte: Companhia

Alto Valor



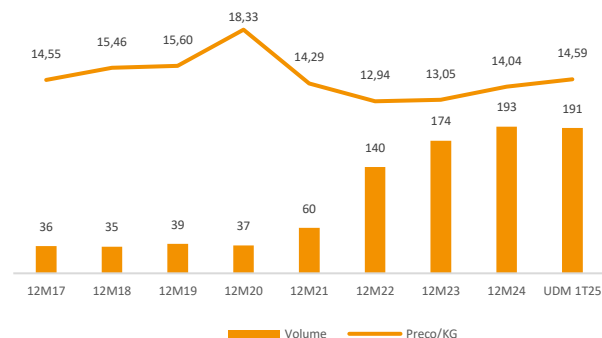
- **Volume:** 47,1 mil tons, -3,7% YoY e -6,9% QoQ no 1T25
- **Preço líquido:** R\$13,96/kg, +18,2% YoY e -24,1% QoQ no 1T25
- **Mix de vendas:** Queda nos volumes de alto valor na comparação anual e sequencial, devido, principalmente, a sazonalidade negativa habitual no primeiro trimestre em pescados e menores volumes em café.
- **Mercado³:** Trigo: R\$1.521,61/ton (+17,0% YoY e +7,3% QoQ) no 1T25 e Café: R\$2.516,64/ton (+122,8% YoY e 5,8% QoQ) no 1T25.

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)

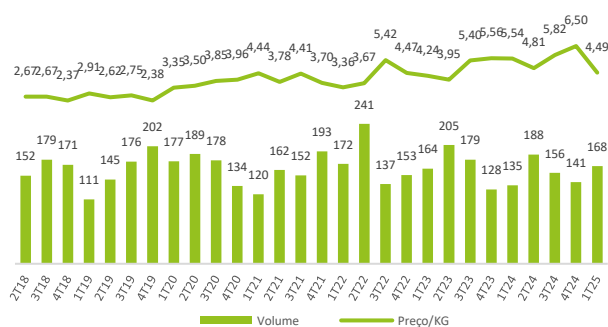


Fonte: Companhia

Internacional

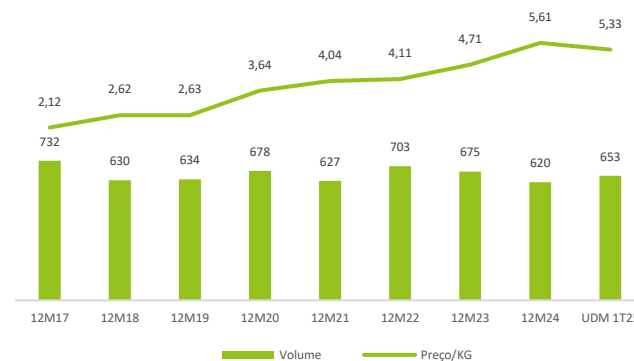
No segmento internacional, o volume de vendas atingiu 168,0 mil tons no 1T25 (+24,4% YoY e +19,4% QoQ). O crescimento anual se deve a maiores níveis de exportações no Uruguai e aumento do volume do Equador, parcialmente compensado por menores volumes no Peru e Chile.

Internacional - Evolução Volume Trimestral Histórico (mil tons)



Fonte: Companhia

Internacional - Evolução Volume Anual (mil tons)



Fonte: Companhia

Demonstrações de Resultado Consolidado

Demonstrativos (em R\$ milhões)	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Receita Bruta	3.366,3	3.463,3	3.123,5	-7,2%	-9,8%
(-) Deduções de Vendas	(466,6)	(466,1)	(436,2)	-6,5%	-6,4%
Receita Líquida	2.899,6	2.997,1	2.687,3	-7,3%	-10,3%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(2.273,6)	(2.465,7)	(2.081,2)	-8,5%	-15,6%
Lucro Bruto	626,0	531,5	606,1	-3,2%	14,0%
(-) Despesas com Vendas, Gerais (+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	(439,6)	(438,4)	(443,1)	0,8%	1,1%
Lucro Operacional (EBIT)	189,7	126,8	166,2	-12,3%	31,1%
(+/-) Resultado Financeiro	(98,6)	(161,0)	(118,4)	20,0%	-26,5%
Resultado antes Impostos	91,0	(34,2)	47,9	-47,4%	n.a.
Total Imposto de Renda / CSLL	(12,5)	9,6	18,1	n.a.	88,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	78,5	-24,6	66,0	-15,9%	n.a.
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	78,5	(24,6)	66,0	-15,9%	n.a.
(-) Resultado Financeiro Líquido	98,6	161,0	118,4	20,0%	-26,5%
(-) Imposto de Renda / CSLL	12,5	(9,6)	(18,1)	n.a.	88,9%
(-) Depreciação e Amortização	64,9	67,0	66,9	3,1%	-0,2%
(=) EBITDA	254,5	193,9	233,1	-8,4%	20,2%
Margens					
Margem Bruta	21,6%	17,7%	22,6%	1,0pp	4,8pp
Margem EBITDA	8,8%	6,5%	8,7%	-0,1pp	2,2pp
Margem Líquida	2,7%	(0,8%)	2,5%	-0,3pp	3,3pp

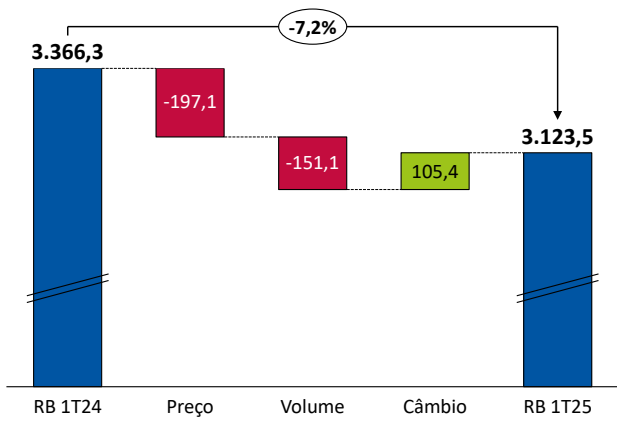
Demonstrações de Resultado por Segmento

Brasil	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Receita Líquida	2.188,1	2.174,9	1.932,7	-11,7%	-11,1%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(1.731,8)	(1.827,5)	(1.511,8)	-12,7%	-17,3%
Lucro Bruto	456,2	347,3	420,9	-7,8%	21,2%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(318,6)	(297,7)	(305,1)	-4,2%	2,5%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	0,8	36,7	2,3	172,7%	-93,8%
Lucro Operacional (EBIT)	138,5	86,3	118,1	-14,7%	36,7%
(+/-) Resultado Financeiro	(89,4)	(142,2)	(110,1)	23,2%	-22,6%
Resultado antes Impostos	49,1	(55,8)	8,0	-83,7%	n.a.
Total Imposto de Renda / CSLL	(9,2)	11,6	16,2	n.a.	39,8%
Lucro/Prejuízo Líquido	39,9	(44,2)	24,2	-39,5%	n.a.
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	39,9	(44,2)	24,2	-39,5%	n.a.
Líquido	89,4	142,2	110,1	23,2%	-22,6%
(+) Imposto de Renda / CSLL	9,2	(11,6)	(16,2)	n.a.	39,8%
(+) Depreciação e Amortização	45,8	44,4	44,8	-2,2%	1,0%
(=) EBITDA	184,3	130,7	162,9	-11,6%	24,6%
Margens					
Margem Bruta	20,9%	16,0%	21,8%	5,8pp	0,9pp
Margem EBITDA	8,4%	6,0%	8,4%	2,4pp	0,0pp
Margem Líquida	1,8%	(2,0%)	1,3%	3,3pp	-0,6pp
Internacional	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Receita Líquida	711,6	822,3	754,7	6,1%	-8,2%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(541,8)	(638,1)	(569,4)	5,1%	-10,8%
Lucro Bruto	169,7	184,1	185,2	9,1%	0,6%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(121,0)	(140,6)	(138,0)	14,1%	-1,9%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	2,4	(3,0)	1,0	-59,1%	n.a.
Lucro Operacional (EBIT)	51,2	40,5	48,2	-5,9%	19,0%
(+/-) Resultado Financeiro	(9,3)	(18,9)	(8,3)	-10,6%	-56,2%
Resultado antes Impostos	41,9	21,6	39,9	-4,8%	84,6%
(+/-) Total Imposto de Renda / CSLL	(3,4)	(2,0)	1,9	n.a.	n.a.
Lucro/Prejuízo Líquido	38,5	19,6	41,8	8,5%	113,3%
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	38,5	19,6	41,8	8,5%	113,3%
(+) Resultado Financeiro	9,3	18,9	8,3	-10,6%	-56,2%
(+) Imposto de Renda / CSLL	3,4	2,0	(1,9)	n.a.	n.a.
(+) Depreciação e Amortização	19,0	22,7	22,1	15,9%	-2,7%
(=) EBITDA	70,2	63,2	70,2	0,0%	11,2%
Margens					
Margem Bruta	23,9%	22,4%	24,5%	2,2pp	0,7pp
Margem EBITDA	9,9%	7,7%	9,3%	1,6pp	-0,6pp
Margem Líquida	5,4%	2,4%	5,5%	3,2pp	0,1pp

Desempenho Financeiro

Receita

Consolidado 1T25: Abertura Receita Bruta (R\$mn)



Fonte: Companhia

A **Receita Bruta** atingiu **R\$3,1 bilhões no trimestre (-7,2% YoY)**, principalmente em função da redução de volumes e de preços na categoria de alto giro e pela queda de volumes da categoria de alto valor. A redução foi parcialmente compensada por: i) aumento do preço líquido da categoria de alto valor; ii) aumento do volume do segmento internacional, que foi positivamente impactado pelo crescimento das exportações do Uruguai e pelo aumento dos volumes do Equador; e iii) efeito cambial positivo. Os detalhes operacionais por categoria estão descritos acima em **desempenho operacional**.

A **Receita Líquida** atingiu **R\$2,7 bilhões no trimestre (-7,3% YoY)**.

Custos e Despesas

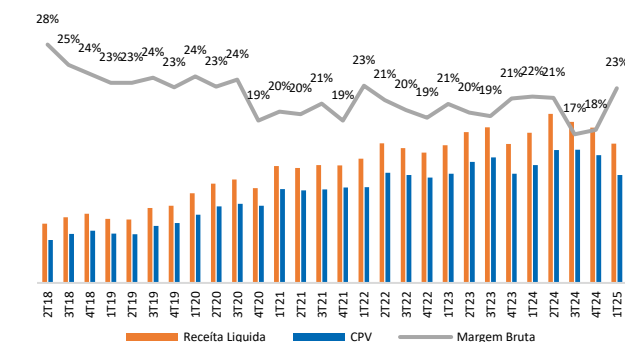
Despesas por função	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Despesas por Função	(2.713,2)	(2.904,0)	(2.524,4)	-7,0%	-13,1%
Custo dos Produtos Vendidos	(2.273,6)	(2.465,7)	(2.081,2)	-8,5%	-15,6%
Despesas com Vendas	(295,8)	(295,2)	(292,5)	-1,1%	-0,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(143,7)	(143,1)	(150,6)	4,8%	5,2%
Despesas por Natureza	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Despesas por Natureza	(2.713,2)	(2.904,0)	(2.524,4)	-7,0%	-13,1%
Depreciação e Amortização	(64,9)	(67,0)	(66,9)	3,1%	-0,2%
Despesas com Pessoal	(226,4)	(219,3)	(260,7)	15,2%	18,9%
Matéria Prima e Materiais	(1.954,4)	(2.130,7)	(1.735,3)	-11,2%	-18,6%
Frete	(224,3)	(204,5)	(227,3)	1,3%	11,2%
Comissões sobre Vendas	(14,9)	(16,1)	(15,8)	6,1%	-1,9%
Despesas com Manutenção	(58,9)	(64,9)	(63,9)	8,6%	-1,6%
Despesas com Energia Elétrica	(24,2)	(28,2)	(33,0)	36,0%	16,8%
Despesas com Serviços de Terceiros	(51,0)	(56,7)	(56,5)	10,8%	-0,4%
Outras Despesas	(94,2)	(116,5)	(64,9)	-31,1%	-44,3%

Custo das Vendas e Serviços

Os **Custos das Vendas e Serviços do trimestre** atingiram **R\$2,1 bilhões (-8,5% YoY)**, ou **77% da receita líquida**. A redução reflete, sobretudo, a diminuição de 12,7% no CPV do Brasil, impactado principalmente pelo menor volume na categoria de alto giro, tanto em grãos quanto açúcar. Esse impacto foi parcialmente compensado pela alta do CPV na categoria de alto valor, impulsionada principalmente pela elevação dos preços de mercado do café. No internacional, o CPV apresentou um crescimento de +5,1% YoY, impulsionado principalmente pelo crescimento do CPV no Chile.

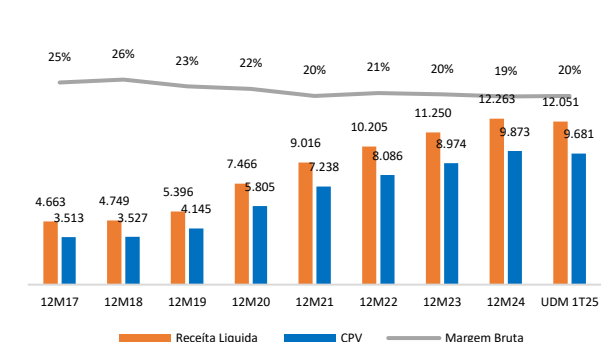
Levando em consideração esses fatores, o **Lucro Bruto** atingiu **R\$606,1 milhões (-3,2% YoY)** com **margem de 22,6% (+1,0pp YoY)** no 1T25.

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



Fonte: Companhia

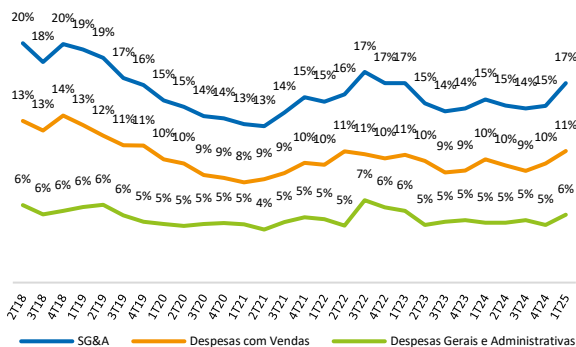
Evolução Anual Receita Líquida vs. Custos



Fonte: Companhia

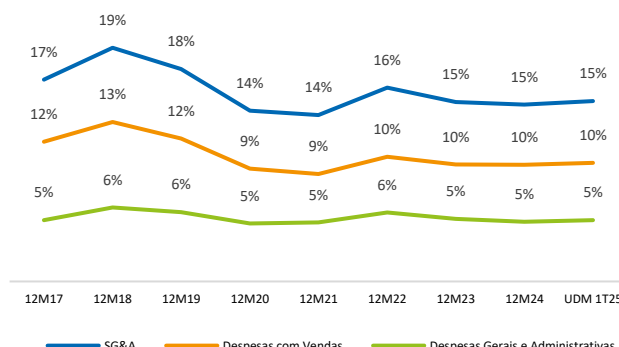
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

Evolução Trimestral SG&A/Receita Líquida (%)



Fonte: Companhia

Evolução Anual SG&A/Receita Líquida (%)



Fonte: Companhia

O SG&A (despesas com vendas, gerais e administrativas) no trimestre atingiu R\$443,1 milhões (+0,8% YoY), equivalente a 16,5% da receita líquida (+1,3pp YoY). O aumento ocorreu em função do crescimento do SG&A internacional, que atingiu R\$138,0 milhões (+14,1% YoY), sendo os principais aumentos do Uruguai e Chile. Este crescimento foi parcialmente compensado por uma redução de 4,2% no SG&A Brasil, que atingiu R\$305,5 milhões no trimestre, impactado principalmente pela redução das despesas com vendas e parcialmente compensado pelo aumento das despesas gerais e administrativas. Vale destacar que a Companhia tem realizado planos de otimização e revisão de despesas, visando maior eficiência e a identificação de novas sinergias entre nossas operações.

Despesas com Vendas

As despesas com vendas no trimestre atingiram R\$292,5 milhões (-1,1% YoY), ou 10,9% da receita líquida do trimestre devido, principalmente, a:

- As despesas com vendas do **Brasil** apresentaram **redução de -7,3% YoY, representando 10,0% da receita líquida do Brasil**. A variação foi impulsionada pela redução de despesas com fretes e propagandas no período, acompanhando a redução de volumes do segmento.
- As despesas com vendas do **Internacional** apresentaram **aumento de +13,6% YoY, representando 13,2% da receita líquida Internacional**. Esse resultado se deu em função de maiores volumes de vendas no Uruguai e Equador.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas no trimestre atingiram R\$150,6 milhões (+4,8% YoY), ou 5,6% da receita líquida do trimestre.

- As despesas gerais e administrativas do **Brasil** apresentaram aumento de **+2,0% YoY, representando 5,8% da receita líquida do Brasil**, devido, principalmente, ao aumento das despesas de pessoal, parcialmente compensado pelas reversões de provisões judiciais e pela redução das despesas de tecnologia.
- As despesas gerais e administrativas do **Internacional** apresentaram **aumento de +15,6% YoY, ou 5,1% da receita líquida do trimestre**, principalmente decorrente do incremento de G&A no Uruguai e Chile.

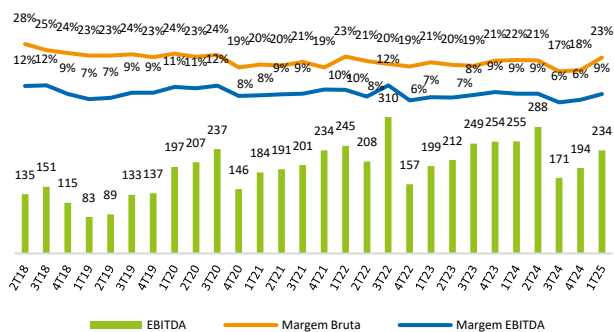
Outras receitas (despesas) operacionais

As outras receitas/despesas operacionais (excluindo equivalência patrimonial) atingiram R\$3,3 milhões positivos no trimestre (vs. R\$36,5 milhões positivos no 4T24), principalmente relacionados a receitas com aluguéis.

EBITDA

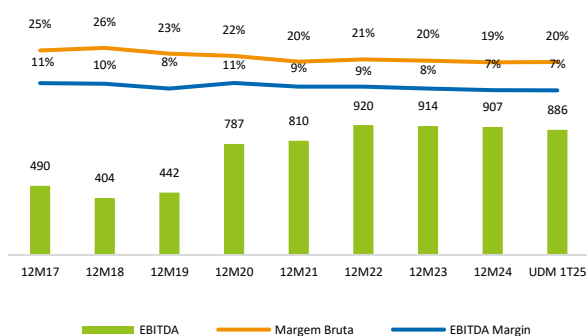
O EBITDA do trimestre atingiu **R\$233,1 milhões** (-8,4% YoY e +20,2% QoQ) com **margem de 8,7%** (-0,1p.p. YoY e +2,2p.p. QoQ).

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\$118,4 milhões** (+20,0% YoY e -26,5% QoQ) no trimestre. A variação na comparação anual se justifica, principalmente, pelos juros sobre financiamentos com aumento da taxa de juros no período.

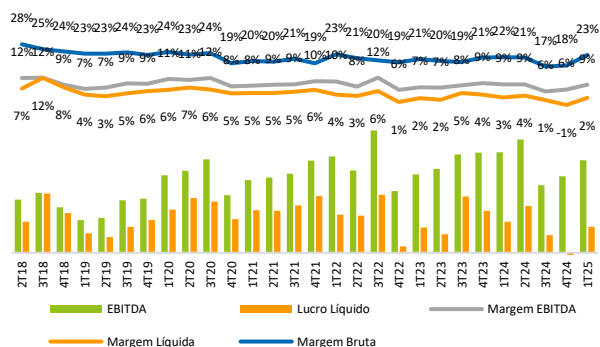
Imposto de Renda e CSLL

Imposto de Renda e CSLL apresentou resultado de **R\$18,1 milhões positivos** no 1T25 (vs. R\$12,5 milhões negativos no 1T24). As principais exclusões e adições para gerar a alteração na alíquota de tributos são referentes a subvenções de ICMS e de benefícios fiscais de IR/CSLL corrente advindos do Uruguai.

Lucro/Prejuízo Líquido e Lucro por Ação

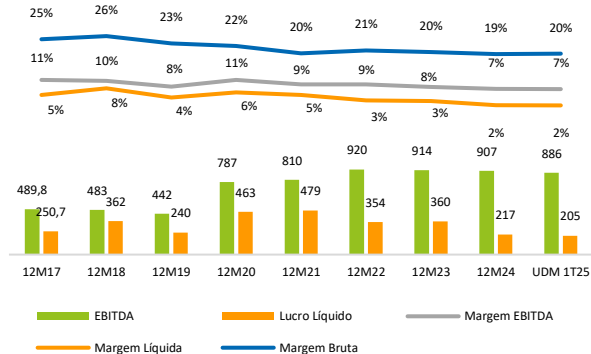
Lucro Líquido atingiu **R\$66,0 milhões** (-15,9% YoY), com **margem líquida de 2,5%** (-0,2pp YoY) ou R\$0,19 por ação no trimestre.

Evolução Rentabilidade Trimestral (R\$mn)



Fonte: Companhia

Evolução Rentabilidade Ano (R\$mn)



Fonte: Companhia

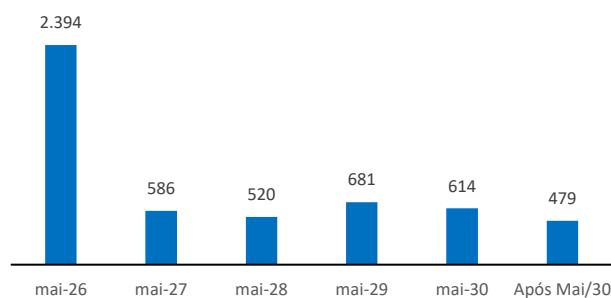
Endividamento e Caixa

Endividamento (em R\$mn)	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data de Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Endividamento Total	5.205,6	5.237,7	5.240,9	0,7%	0,1%
Empréstimos e Financiamentos	2.570,8	2.066,2	2.397,0	-6,8%	16,0%
Debêntures	2.634,8	3.171,5	2.843,9	7,9%	-10,3%
Curto Prazo	1.566,0	2.110,6	2.393,8	52,9%	13,4%
Longo Prazo	3.639,6	3.127,0	2.847,1	-21,8%	-9,0%
Alavancagem					
Dívida Bruta	5.205,6	5.237,7	5.240,9	0,7%	0,1%
Caixa + aplicações fin.	2.041,4	2.547,0	1.625,6	-20,4%	-36,2%
Dívida Líquida	3.164,2	2.690,7	3.615,4	14,3%	34,4%
Dív.Líq./EBITDA UDM (x)	3,3x	3,0x	4,1x	0,8x	1,1x

O **endividamento total** atingiu **R\$5,2 bilhões** (+0,7% YoY). A liquidez total (caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras de curto e longo prazo) atingiu R\$1,6 bilhão (-20,4% YoY).

O **endividamento líquido** totalizou **R\$3,6 bilhões** (+14,3% YoY) e **endividamento líquido/EBITDA UDM** de **4,1x** (+0,8x YoY).

Cronograma de Amortização (R\$mn)



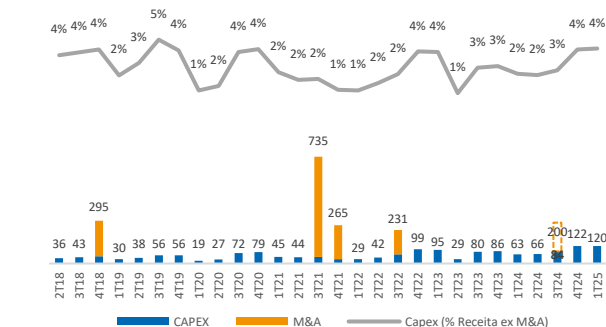
Fonte: Companhia

Capex

O **Capex** atingiu **R\$119,9 milhões** (+90,6% YoY) no trimestre. Os principais investimentos de Capex foram direcionados à continuação da obra das obras em andamento em Cambaí (RS), onde será a nova planta de grãos, e à nova termoeletrica, além de contínuos investimentos nas unidades produtivas de massas e cafés.

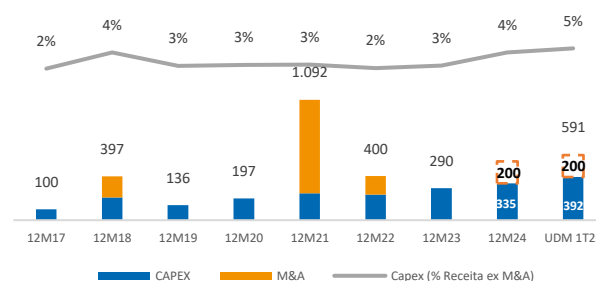
A Companhia permanece em processo de finalização das discussões para conclusão de sua entrada no Paraguai, após anúncio das aquisições da Rice Paraguay S.A. e da Villa Oliva Rice S.A., com adiantamento para aquisição no montante de R\$199,8 milhões divulgado no 3T24.

Evolução do Capex Trimestral (R\$mn)



Fonte: Companhia

Evolução do Capex Anual (R\$mn)



Fonte: Companhia

Capital de Giro

Capital de Giro	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data de Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Estoques	2.470,0	1.551,7	2.772,4	12,2%	78,7%
<i>Dias Estoques</i>	98,6	57,4	104,5	6 d	47 d
Adiantamento a Fornecedores	641,1	726,7	650,3	1,4%	-10,5%
<i>Dias Adiantamento a fornecedores</i>	20,4	26,9	24,5	4 d	-2 d
Contas a Receber	1.920,1	1.154,0	1.850,2	-3,6%	60,3%
<i>Dias Contas a Receber</i>	61,0	34,3	56,0	-5 d	22 d
Fornecedores	1.946,4	1.284,8	2.291,1	17,7%	78,3%
<i>Dias Fornecedores</i>	77,7	47,5	86,4	9 d	39 d
Outros Ativos Correntes	299,4	311,7	360,5	20,4%	15,7%
Outros Passivos Correntes	489,7	386,5	379,6	-22,5%	-1,8%
Capital de Giro	2.894,5	2.072,6	2.962,7	2,4%	42,9%
<i>Dias Capital de Giro</i>	92 d	62 d	90 d	-2 d	28 d

O capital de giro atingiu R\$3,0 bilhões (+2,4% YoY), principalmente impactado por:

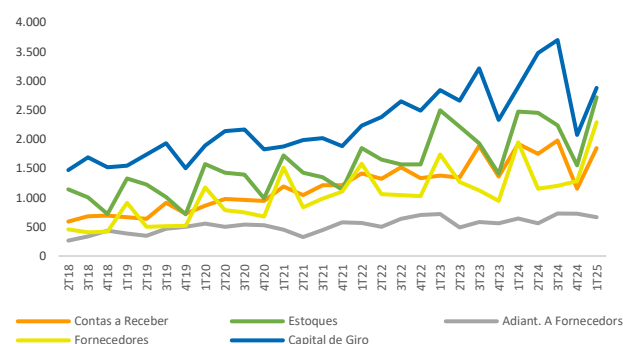
⊗ **Estoques (+12,2% YoY):** aumento na estocagem de grãos, garantindo melhores preços devido ao movimento de preços de mercado no período.

⊗ **Adiantamento a fornecedores (+1,4% YoY):** incremento do programa de fomento para a safra de arroz, principalmente no segmento internacional.

⊗ **Contas a Receber (-3,6% YoY):** Redução impulsionada pela queda no volume e preço da categoria de alto giro no período.

⊗ **Fornecedores (+17,7% YoY):** Aumento impulsionado por grãos e cafés no Brasil, e pelo Uruguai no Internacional.

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



Fonte: Companhia

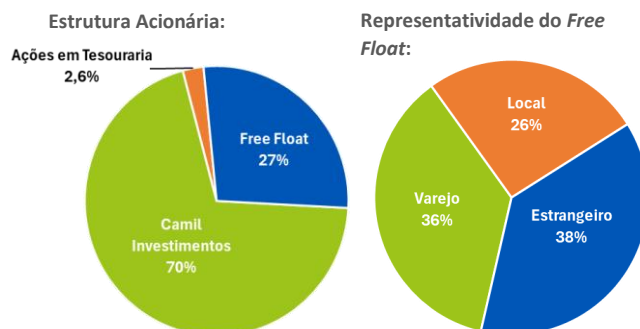
Vale destacar que a sazonalidade de capital de giro é relevante ao longo dos trimestres, conforme observado no gráfico acima, mais especificamente em estoques e recebíveis. Sendo assim, os primeiros trimestres do ano apresentam, normalmente, maior necessidade de capital de giro e consumo de caixa, enquanto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

Estrutura e Performance Acionária

No 1T25, a Companhia possuía capital social total composto por 350 milhões de ações, sendo 95,8 milhões de ações em circulação no mercado (*free float*)^[1], representando aproximadamente 27% do capital total.

Em 31 de maio de 2025, as ações da Camil (B3: CAML3) fecharam cotadas em R\$4,75/ação com *market cap* de R\$1,66 bilhões. O volume médio diário de negociação do trimestre foi de 1,8 milhões ações, ou aproximadamente R\$7,5 milhões/dia.

Estrutura Acionária Maio/2025



Fonte: Companhia

Agenda com o Mercado

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

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

Sobre a Camil Alimentos S.A.

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

CAML
B3 LISTED NM

ISE B3
IGCT B3

ICON B3
ITAG B3

IBRA B3
INDX B3

IGC B3
SMLL B3

IGC-NM B3
IAGRO-FFS B3

Isenção de Responsabilidade

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

Apêndice – Informações Financeiras do Trimestre

Balanco Patrimonial Consolidado

Balanco Patrimonial Em R\$ Milhões	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Ativo Circulante	7.304,4	6.210,4	7.187,8	-1,6%	15,7%
Caixa e Equivalentes de Caixa	2.027,4	2.530,2	1.624,3	-19,9%	-35,8%
Aplicações Financeiras	-	1,7	-	n.a.	n.a.
Contas a Receber	1.920,1	1.154,0	1.850,2	-3,6%	60,3%
Instrumentos Financeiros - Derivativos	1,7	1,3	0,8	-54,4%	-40,3%
Estoques	2.433,2	1.541,6	2.758,0	13,3%	78,9%
Adiantamentos a Produtores	624,3	671,2	594,7	-4,7%	-11,4%
Impostos a Recuperar	204,1	208,2	218,1	6,8%	4,8%
Partes Relacionadas	20,6	50,5	74,6	262,3%	47,8%
Outros Ativos Circulantes	73,0	51,7	67,1	-8,1%	29,8%
Ativo Não Circulante	4.351,1	4.896,2	4.954,6	13,9%	1,2%
Ativo Realizável a Longo Prazo	667,0	853,4	895,2	34,2%	4,9%
Aplicações Financeiras	14,0	15,0	1,2	-91,3%	-91,9%
Tributos a Recuperar	108,4	105,4	107,0	-1,3%	1,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	96,2	141,8	166,3	72,8%	17,2%
Adiantamentos a Produtores	16,8	55,4	55,6	229,9%	0,3%
Partes Relacionadas	34,0	198,3	193,5	468,8%	-2,4%
Estoques	36,7	10,1	14,4	-60,8%	42,7%
Depósitos Judiciais	39,7	43,1	42,9	8,1%	-0,6%
Ativo de Indenização	308,3	271,5	301,7	-2,1%	11,2%
Outros Ativos Longo Prazo	12,8	12,8	12,6	-1,0%	-0,9%
Ativo Permanente	3.684,1	4.042,8	4.059,4	10,2%	0,4%
Investimentos	52,2	91,7	89,4	71,3%	-2,5%
Imobilizado Líquido	2.230,6	2.512,8	2.549,5	14,3%	1,5%
Ativo Intangível	1.119,8	1.156,0	1.147,7	2,5%	-0,7%
Ativos de Direito de Uso	253,6	254,4	244,8	-3,5%	-3,8%
Propriedades de Investimento	27,9	27,9	27,9	0,0%	0,0%
Ativo Total	11.655,5	11.106,6	12.142,4	4,2%	9,3%
Passivo Circulante	4.002,1	3.782,0	5.064,5	26,5%	33,9%
Fornecedores	1.946,4	1.284,8	2.291,1	17,7%	78,3%
Empréstimos e Financiamentos	1.020,9	884,4	1.509,1	47,8%	70,6%
Debêntures	545,1	1.226,3	884,8	62,3%	-27,8%
Passivo de Arrendamento	49,1	49,0	54,4	10,9%	11,1%
Adiantamento a Clientes	71,6	51,4	33,0	-53,9%	-35,7%
Partes Relacionadas	22,9	21,6	9,3	-59,2%	-56,9%
Salários, Provisões e Contribuições Sociais	69,5	71,6	75,7	8,9%	5,8%
Dividendos e JCP a Pagar	7,0	7,1	-	n.a.	n.a.
Impostos a Pagar	57,8	73,8	41,0	-29,0%	-44,4%
Provisão para férias e Encargos	58,7	54,9	67,5	15,0%	22,8%
Parcelamento de Impostos	5,4	-	-	n.a.	n.a.
Contas a pagar aquisição de Investimentos	15,0	9,3	9,4	-37,2%	1,9%
Outros Passivos Circulantes	132,8	47,9	88,7	-33,2%	85,3%
Passivo Longo Prazo	4.425,9	3.867,0	3.588,7	-18,9%	-7,2%
Empréstimos e Financiamentos	1.549,9	1.181,8	887,9	-42,7%	-24,9%
Passivo de Arrendamento	221,5	226,1	211,3	-4,6%	-6,5%
Debêntures	2.089,7	1.945,2	1.959,2	-6,2%	0,7%
Parcelamento de Impostos	12,6	-	-	n.a.	n.a.
Imposto de Renda Diferido	77,8	43,1	45,7	-41,2%	6,2%
Provisão para Demandas Judiciais	363,7	345,4	373,9	2,8%	8,2%
Contas a pagar aquisição de Investimentos	88,5	88,6	74,8	-15,5%	-15,6%
Outros Passivos Longo Prazo	22,3	36,9	35,9	61,0%	-2,8%
Passivo Total	8.428,0	7.649,0	8.653,2	2,7%	13,1%
Capital Social Realizado	950,4	950,4	950,4	0,0%	0,0%
(-) Gastos com emissão de ações	(12,4)	(12,4)	(12,4)	0,0%	0,0%
(-) Ações em Tesouraria	(68,5)	(68,5)	(68,5)	0,0%	0,0%
Reservas de Lucros	1.729,9	1.871,8	1.871,8	8,2%	0,0%
Reserva de Capital	21,3	25,7	3,2	-84,9%	-87,5%
Lucros acumulados do período	78,5	-	66,0	-15,9%	n.a.
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(21,1)	(21,1)	-	n.a.	n.a.
Outros Resultados Abrangentes	549,1	711,4	678,4	23,5%	-4,6%
Participação de acionistas não controladores	0,2	0,3	0,3	10,1%	1,9%
Patrimônio Líquido	3.227,5	3.457,6	3.489,2	8,1%	0,9%
Passivo Total & Patrimônio Líquido	11.655,5	11.106,6	12.142,4	4,2%	9,3%

Demonstrações de Resultado Consolidado

Demonstrativos (em R\$ milhões)	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Receita Bruta	3.366,3	3.463,3	3.123,5	-7,2%	-9,8%
(-) Deduções de Vendas	(466,6)	(466,1)	(436,2)	-6,5%	-6,4%
Receita Líquida	2.899,6	2.997,1	2.687,3	-7,3%	-10,3%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(2.273,6)	(2.465,7)	(2.081,2)	-8,5%	-15,6%
Lucro Bruto	626,0	531,5	606,1	-3,2%	14,0%
(-) Despesas com Vendas, Gerais	(439,6)	(438,4)	(443,1)	0,8%	1,1%
(+/-) Outras receitas (despesas)					
operacionais e Equivalência Patrimonial	3,2	33,7	3,3	1,0%	-90,3%
Lucro Operacional (EBIT)	189,7	126,8	166,2	-12,3%	31,1%
(+/-) Resultado Financeiro	(98,6)	(161,0)	(118,4)	20,0%	-26,5%
Resultado antes Impostos	91,0	(34,2)	47,9	-47,4%	n.a.
Total Imposto de Renda / CSLL	(12,5)	9,6	18,1	n.a.	88,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	78,5	-24,6	66,0	-15,9%	n.a.
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	78,5	(24,6)	66,0	-15,9%	n.a.
(-) Resultado Financeiro Líquido	98,6	161,0	118,4	20,0%	-26,5%
(-) Imposto de Renda / CSLL	12,5	(9,6)	(18,1)	n.a.	88,9%
(-) Depreciação e Amortização	64,9	67,0	66,9	3,1%	-0,2%
(=) EBITDA	254,5	193,9	233,1	-8,4%	20,2%
Margens					
Margem Bruta	21,6%	17,7%	22,6%	1,0pp	4,8pp
Margem EBITDA	8,8%	6,5%	8,7%	-0,1pp	2,2pp
Margem Líquida	2,7%	(0,8%)	2,5%	-0,3pp	3,3pp

Demonstrações de Resultado por Segmento

Brasil	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Receita Líquida	2.188,1	2.174,9	1.932,7	-11,7%	-11,1%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(1.731,8)	(1.827,5)	(1.511,8)	-12,7%	-17,3%
Lucro Bruto	456,2	347,3	420,9	-7,8%	21,2%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(318,6)	(297,7)	(305,1)	-4,2%	2,5%
(+/-) Outras receitas (despesas)					
operacionais e Equivalência Patrimonial	0,8	36,7	2,3	172,7%	-93,8%
Lucro Operacional (EBIT)	138,5	86,3	118,1	-14,7%	36,7%
(+/-) Resultado Financeiro	(89,4)	(142,2)	(110,1)	23,2%	-22,6%
Resultado antes Impostos	49,1	(55,8)	8,0	-83,7%	n.a.
Total Imposto de Renda / CSLL	(9,2)	11,6	16,2	n.a.	39,8%
Lucro/Prejuízo Líquido	39,9	(44,2)	24,2	-39,5%	n.a.
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	39,9	(44,2)	24,2	-39,5%	n.a.
Líquido	89,4	142,2	110,1	23,2%	-22,6%
(+) Imposto de Renda / CSLL	9,2	(11,6)	(16,2)	n.a.	39,8%
(+) Depreciação e Amortização	45,8	44,4	44,8	-2,2%	1,0%
(=) EBITDA	184,3	130,7	162,9	-11,6%	24,6%
Margens					
Margem Bruta	20,9%	16,0%	21,8%	5,8pp	0,9pp
Margem EBITDA	8,4%	6,0%	8,4%	2,4pp	0,0pp
Margem Líquida	1,8%	(2,0%)	1,3%	3,3pp	-0,6pp
Internacional	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Receita Líquida	711,6	822,3	754,7	6,1%	-8,2%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(541,8)	(638,1)	(569,4)	5,1%	-10,8%
Lucro Bruto	169,7	184,1	185,2	9,1%	0,6%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(121,0)	(140,6)	(138,0)	14,1%	-1,9%
(+/-) Outras receitas (despesas)					
operacionais e Equivalência Patrimonial	2,4	(3,0)	1,0	-59,1%	n.a.
Lucro Operacional (EBIT)	51,2	40,5	48,2	-5,9%	19,0%
(+/-) Resultado Financeiro	(9,3)	(18,9)	(8,3)	-10,6%	-56,2%
Resultado antes Impostos	41,9	21,6	39,9	-4,8%	84,6%
(+/-) Total Imposto de Renda / CSLL	(3,4)	(2,0)	1,9	n.a.	n.a.
Lucro/Prejuízo Líquido	38,5	19,6	41,8	8,5%	113,3%
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	38,5	19,6	41,8	8,5%	113,3%
(+) Resultado Financeiro	9,3	18,9	8,3	-10,6%	-56,2%
(+) Imposto de Renda / CSLL	3,4	2,0	(1,9)	n.a.	n.a.
(+) Depreciação e Amortização	19,0	22,7	22,1	15,9%	-2,7%
(=) EBITDA	70,2	63,2	70,2	0,0%	11,2%
Margens					
Margem Bruta	23,9%	22,4%	24,5%	2,2pp	0,7pp
Margem EBITDA	9,9%	7,7%	9,3%	1,6pp	-0,6pp
Margem Líquida	5,4%	2,4%	5,5%	3,2pp	0,1pp

Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa					
Em R\$ Milhões	1T24	4T24	1T25	1T25	1T25
Data Fechamento	mai-24	fev-25	mai-25	VS 1T24	VS 4T24
Lucro Líquido antes de Impostos e Contribuição Social	91,0	(34,2)	47,9	-47,4%	n.a.
Resultado de Equiv. Patrimonial	(0,4)	2,8	-	n.a.	n.a.
Encargos Financeiros provisionados	197,6	134,6	160,2	-18,9%	19,0%
Juros provisionados - Passivo Arrendamento	4,1	4,3	4,2	2,4%	-1,5%
Provisão Devedores Duvidosos	4,4	0,1	1,7	-60,1%	1942,4%
Provisão para Descontos	18,5	(9,4)	18,7	1,1%	n.a.
Provisão Demandas Judiciais	14,3	1,3	5,3	-62,5%	304,9%
Provisão (Reversão) outras contas	(0,7)	(1,2)	(0,7)	-3,1%	-42,6%
Depreciação	64,9	67,0	66,9	3,2%	-0,1%
Baixa bens do Imobilizado e Intangível	0,3	(10,3)	21,3	6209,8%	n.a.
Ações Outorgadas	(1,9)	2,1	(2,1)	13,5%	n.a.
Recursos de Operações	392,0	157,2	323,5	-17,5%	105,8%
(Aum.) / Dim. Em:	-	-	-	n.a.	n.a.
Ativo Circulante	(1.669,4)	1.509,0	(1.937,8)	16,1%	n.a.
Contas a Receber	(555,4)	820,3	(725,9)	30,7%	n.a.
Estoques	(1.094,0)	638,1	(1.162,5)	6,3%	n.a.
Impostos a Recuperar	(0,7)	(61,2)	(13,0)	1651,3%	-78,7%
Partes Relacionadas	2,0	94,4	(20,9)	n.a.	n.a.
Outros Ativos Circulantes	(21,2)	17,5	(15,5)	-26,7%	n.a.
Passivo Circulante	933,5	(96,4)	857,5	-8,1%	n.a.
Fornecedores	981,7	33,2	1.014,2	3,3%	2956,0%
Sal., Prov. e Contr. Sociais	1,9	(40,9)	17,5	803,5%	n.a.
Obrigações Tributárias	5,8	52,6	(20,6)	n.a.	n.a.
Partes Relacionadas	(2,2)	(8,0)	5,9	n.a.	n.a.
Adiantamento a Clientes	44,4	(19,9)	(18,3)	n.a.	-8,0%
Outros Passivos Circulantes e não circulantes	82,0	23,1	13,1	-84,0%	-43,0%
Juros pagos sobre Empréstimos	(177,5)	(134,8)	(139,1)	-21,7%	3,2%
Pagamento de IRPJ e CSLL	(2,6)	(1,6)	(15,3)	493,7%	828,1%
Fluxo de Caixa de Operações	(343,9)	1.569,7	(756,9)	120,1%	n.a.
Aplicações Financeiras	0,9	(2,0)	15,5	1633,4%	n.a.
Dividendos Recebidos	-	2,3	-	n.a.	n.a.
Venda Imobilizado	-	(0,0)	0,3	n.a.	n.a.
Adições a Investimentos	-	(5,1)	-	n.a.	n.a.
Adições Imobilizado e Intangível	(62,9)	(121,9)	(119,9)	90,5%	-1,7%
Fluxo de Caixa de Investimentos	(62,0)	(126,7)	(104,0)	67,7%	-17,9%
Captação de Empréstimos	553,3	155,8	630,6	14,0%	304,6%
Liquidação de Empréstimos	(855,6)	(847,8)	(627,5)	-26,7%	-26,0%
Pagamentos de passivo de arrendamento	(15,8)	(17,3)	(17,8)	13,1%	3,3%
Dividendos e JSCP	(25,0)	(25,0)	(25,0)	0,0%	0,0%
Fluxo de Caixa Financiamento	(343,0)	(734,2)	(39,7)	-88,4%	-94,6%
Variação cambial sobre Caixa e Equivalentes	(23,9)	(9,8)	(5,2)	-78,4%	-47,2%
Variação em Disponibilidades	(772,8)	699,0	(905,8)	17,2%	n.a.
Disponibilidades Início Período	2.800,3	1.831,1	2.530,2	-9,6%	38,2%
Disponibilidades Final Período	2.027,5	2.530,1	1.624,4	-19,9%	-35,8%



Earnings Release

1Q25

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

Q&A

Time:
9h00 (BRT)
8h00 (EST)
In Portuguese with simultaneous translation into English.

To connect:

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

Participants

Luciano Quartiero

CEO

Flavio Vargas

CFO/IRO

Investor Relations

Jenifer Nicolini

Flavio Rios

Marco Correia

Contact:

ri@camil.com.br



NOVO CAFÉ
ESPRESSO
união

CAMIL ANNOUNCES 1Q25 RESULTS

Camil posts Net Revenue of R\$2.7 billion,
EBITDA of R\$233 million and an 8.7% margin in 1Q25

São Paulo, July 15, 2025 – Camil Alimentos S.A. (“Camil” or the “Company”) (B3: CAML3) announces its results for the first quarter of 2025 (1Q25 – Mar 2025 to May 2025). Unless otherwise stated, the information in this release is presented under IFRS and reflects the Company’s consolidated results in millions of Brazilian reais (R\$), with year-over-year (YoY) comparisons against the first quarter of 2024 (1Q24 – Mar 2024 to May 2024) and quarter-over-quarter (QoQ) comparisons against the fourth quarter of 2024 (4Q24 – Dec 2024 to Feb 2025).

Highlights

Volumes	Volume in 1Q25 fell 2.9% YoY, driven by declines in the High Turnover segment (-13.6% YoY) and the High Growth segment (-3.7% YoY), partially offset by growth in the International segment (+24.4% YoY). Sequentially, volume rose 10.8% QoQ, supported by High Turnover (+9.6 % QoQ) and International (+19.4 % QoQ) performance, partly offset by High Growth (-6.9 % QoQ).
Revenue	Gross Revenue reached R\$ 3.1 billion (-7.2 % YoY; -9.8 % QoQ) in 1Q25, while Net Revenue totaled R\$ 2.7 billion (-7.3 % YoY; -10.3 % QoQ).
Gross Profit	Gross Profit amounted to R\$ 606.1 million (-3.2 % YoY; +14.0 % QoQ) with a 22.6 % margin (+1.0 p.p. YoY; +4.8 p.p. QoQ).
EBITDA	EBITDA was R\$ 233.1 million (-8.4 % YoY; +20.2 % QoQ) with an 8.7 % margin (-0.1 p.p. YoY; +2.2 p.p. QoQ).
Net Income/Loss	Net Income totaled R\$ 66.0 million (-15.9 % YoY), reversing the R\$ 24.6 million loss recorded in 4Q24, and represented a 2.5 % margin (-0.3 p.p. YoY; +3.3 p.p. QoQ).
Capex	Capex reached R\$ 119.9 million (+90.6 % YoY) in the quarter, continuing investments in the new grain plant in Cambaí (RS) and the new thermoelectric facility.
Debt	Net Debt / LTM EBITDA stood at 4.1× in 1Q25, an increase of 0.8 p.p. YoY .

Highlights	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Gross Revenues	3,366.3	3,463.3	3,123.5	-7.2%	-9.8%
Net Revenues	2,899.6	2,997.1	2,687.3	-7.3%	-10.3%
Gross Profit	626.0	531.5	606.1	-3.2%	14.0%
Gross Margin (%)	21.6%	17.7%	22.6%	1.0pp	4.8pp
EBITDA	254.5	193.9	233.1	-8.4%	20.2%
EBITDA Margin (%)	8.8%	6.5%	8.7%	-0.1pp	2.2pp
Net Income/Loss	78.5	(24.6)	66.0	-15.9%	n.a.
Net Margin (%)	2.7%	(0.8%)	2.5%	-0.3pp	3.3pp
Capex ex M&A	62.9	121.9	119.9	90.6%	-1.6%
Net Debt/LTM EBITDA (x)	3.3x	3.0x	4.1x	0.8x	1.1x
Highlights	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Volumes ('000 ton)	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Volume - Consolidated	522.7	458.1	507.7	-2.9%	10.8%
Brazil	387.7	317.4	339.7	-12.4%	7.0%
High Turnover	338.8	266.8	292.6	-13.6%	9.6%
High Growth	48.9	50.6	47.1	-3.7%	-6.9%
International	135.1	140.7	168.0	24.4%	19.4%
Net Prices (R\$/kg)					
Brazil					
High Turnover	4.53	4.48	3.96	-12.5%	-11.6%
High Growth	11.81	18.40	13.96	18.2%	-24.1%
International	5.57	6.50	4.49	-19.4%	-30.9%

Summary

Highlights	1
Message from the management	3
Main Events	4
ESG	4
Awards and Recognitions	5
Operational Performance	7
Consolidated Results	9
Results per Segment	9
Financial Performance	10
Stock Performance and Shareholder Structure	14
Agenda with the market	14
Disclaimer	14
Appendix – Financial Informations of the quarter	15

Message from Management

In 1Q25, Camil recorded net revenue of R\$ 2.7 billion, EBITDA of R\$ 233 million and an 8.7 % margin—a stable margin on an annual basis. Even in a challenging environment marked by price pressure in the High Turnover segment in Brazil, the Company preserved its profitability, supported by the strong performance of its international operations.

In Brazil's High-Turnover segment (grains and sugar), the quarter was characterized by a decline in market prices for rice. When prices fall, retailers typically replenish inventories more cautiously, which led to lower volumes versus the prior-year period. Nevertheless, we saw sequential volume growth, reflecting seasonality. In sugar, the domestic market remained very competitive in both volume and profitability.

In the High-Value categories, volumes fell mainly in pasta and coffee. Even so, higher costs—particularly in coffee—and the resulting price pass-through offset the decline, raising the segment's net revenue for the period. As a subsequent event, we launched União coffee capsules, expanding our portfolio and reinforcing the brand's premium positioning. In pasta, the Camil line continues to gain traction in Greater São Paulo and is moving to strengthen its position in other regions under the Santa Amália brand. In biscuits, we remain focused on revitalizing the Mabel brand, combining marketing campaigns, assortment adjustments and higher plant utilization—an essential pillar for margin expansion. Pasta, coffee and biscuits are High-Value categories operating at roughly half of installed capacity, offering significant opportunities to grow volumes, dilute costs and improve profitability.

On the international front, we maintained positive momentum, with revenue growth and stable profitability year over year. We are progressing with our entry into Paraguay following the acquisitions of Rice Paraguay S.A. and Villa Oliva Rice S.A., which are aligned with the Company's strategy and pending completion.

Regarding our ESG agenda, we published our 2024 Sustainability Report, detailing a wide range of initiatives and progress indicators. These actions reaffirm our commitment to sustainable business development and to the planet, while fostering shared value creation and enhancing our growth potential.

In innovation and digital transformation, we highlight Camila, our artificial-intelligence platform already adopted by the commercial team, which provides real-time assortment and pricing data, improving negotiation quality and speed with a clear focus on customers and sales.

With a solid track record and a portfolio of strong, recognized brands, we continue to reinforce our presence in the markets where we operate and to increase operational efficiency. Our more than 60-year history reflects Camil's commitment to delivering quality food and creating value consistently and sustainably. We are confident that, backed by our brands and strategic initiatives, we will keep driving growth and consolidating our leadership in the sector.

Luciano Quartiero
CEO

Flavio Vargas
CFO and IRO

Main Events

- ⌚ **June 2025 – Annual General Meeting (AGM):** In June 2025 the Company held its Annual General Meeting. All supporting materials are available on the Company's Investor Relations website.
- ⌚ **June 2025 – Approval of IOE and Dividends:** In June 2025 the Board of Directors approved the distribution of Dividends and Interest on Equity (IOE) totaling R\$ 25 million, equivalent to a gross amount of about R\$ 0.05 per share, which was paid on 26 June 2025.
- ⌚ **April 2025 – Inclusion in the 2025 ISE:** For the third consecutive year, Camil was added to the portfolio of B3's Corporate Sustainability Index (ISE). The Company's inclusion in the new ISE composition reinforces its commitment to sustainable business development, environmental stewardship and shared-value creation.

ESG

In 2025, Camil consolidated significant progress in its ESG strategy, which is based on generating sustainable value and leveraging ESG impact to drive business strategy and corporate growth. The publication of the new Sustainability Report, released in July 2025, marks a new chapter in our journey, deepening reporting methodologies in Brazil, Uruguay, Chile, Peru, and Ecuador.

We carried out a robust update of the materiality matrix, directly engaging strategic stakeholders and incorporating ESG risks and associated financial impacts from every country where we operate. The analysis resulted in eleven priority topics that now guide our actions.

Under the environmental pillar, we continued to focus on renewable energy with the project for the new thermoelectric plant in Cambaí (RS), which will use 100 % of the rice husks generated at our regional plants to produce energy. This initiative not only turns industrial waste into a renewable energy source but also deepens our circular-economy strategy. The project is scheduled to begin operations in 2026.

On the social front, our proprietary community-impact programs advanced significantly. The Grãos da Base project, under the Camil brand, certified fifty local small businesses in sustainable practices and entrepreneurial management. The Doce Futuro project, under the União brand, trained more than one thousand students in communities surrounding our operations. Both programs reinforce our vision of productive inclusion and support our brand-strengthening strategy.

In governance, the Company's risk framework was revised to include new ESG risks, now totaling twenty-two monitored indicators. Expanding the activities of the Risk and Integrity Committees to our operations outside Brazil reinforces our integrated regional governance.

Our digital-transformation journey also accelerated with the implementation of "Camila," our virtual assistant for the sales team, which has delivered significant improvements in connectivity, commercial agility, and customer experience. This innovation is part of a broader program of digitalization and operational efficiency that also affects logistics and operational sustainability.

These advances reflect our ongoing commitment to the principles of the UN Global Compact and the Sustainable Development Goals (SDGs). In recognition of our performance, we were included—for the third consecutive year—in B3's Corporate Sustainability Index (ISE) portfolio, effective May 2025.

We continue to strengthen our ESG strategy with consistency, innovation, and the engagement of all stakeholders on our journey. We thank all employees, partners, customers, and communities for their shared commitment to building a more sustainable future.



Awards and Recognitions

- ③ **30th Top of Mind Award – Mercado Comum (MG) 2025:** Winning brands in the “Expression” category: Santa Amália (Pasta), União (Sugar) and Camil (Rice).
- ③ **Sales Leaders 2025 – Super Hiper Magazine / ABRAS:** Camil Rice (1st – Brazil), União Refined Sugar (1st – Brazil), Coqueiro Sardines (1st – Brazil) and Santa Amália Pasta (1st – Area II).
- ③ **19th “5+” Ranking – Super Varejo Magazine, April Edition:** União – Sugar (1st – São Paulo Metro Area), Camil – Rice (1st – Brazil), Camil – Beans (1st – São Paulo Metro Area), Coqueiro – Sardines (1st – Brazil), Coqueiro – Tuna (2nd – Brazil), Santa Amália (1st – Area II).
- ③ **Top Brands – “Solução Sortimentos” Special – AS + Varejo Magazine:** High-Turnover Grocery: União Sugar (1st – Brazil), Camil Rice (1st – Brazil), Coqueiro Tuna (2nd – Brazil), Camil Beans (1st – Brazil), Santa Amália Pasta (1st – ES, MG and interior RJ).
- ③ **Top Suppliers – “Solução Sortimentos” Special – SA + Varejo Magazine:** High-Turnover Grocery (Brown Rice and Beans) – 2nd Place: Camil Alimentos.

Brands and New Releases

Camil, Brazil’s Staple: Throughout the period we continued executing the “Camil, a Base do Brasil” concept, concentrated in São Paulo (out-of-home and digital media) and Minas Gerais, reinforcing rice and beans as the foundation of Brazilians’ diet. Beyond media placements, brand actions celebrated Brazilian culture through traditional dishes. A highlight was the “PF Route,” in which influencers visited eateries in São Paulo and Belo Horizonte, bringing visibility to this nationally recognized combo and showcasing Rice and Beans as protagonists.



[Want to know more about the Camil brand's initiatives? Visit the Camil Brand Website.](#)

União, Sabor que Transforma: In the first quarter União focused its investments on the Coffee category, extending the communication “Sabor que Transforma Café em União” with the creatives “Essa Mensagem/Áudio Poderia Ser um Café”, inviting people to move from virtual chats to in-person meetings. Content was produced with influencers showing transformation through União Coffee and featuring drinks and iced beverages.

In addition, União launched coffee capsules compatible with the **Nespresso® Original** system. Initially sold in São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina and Rio Grande do Sul, five proprietary sensory profiles at different intensities strengthen the brand’s presence in food retail:

- Amaro (Intensity 12) – toasted notes and dark chocolate.
- Ristretto (Intensity 11) – intense, with nutty nuances.
- Classico (Intensity 9) – a classic with hints of almond and caramel.
- Velluto (Intensity 8) – balanced and fruity.
- Ristretto Decaffeinato (Intensity 9) – a decaf option for any time.

[Want to know more about the União brand initiatives? Visit the União Brand Website.](#)

Coqueiro, the “Hora de Verdade” Fish: In 1Q25 Coqueiro concluded its Lent-season promotion “Promo Coqueiro – O Peixe da Hora Premiada.” The two-month nationwide campaign offered instant cash prizes, sweepstakes and branded jars in partnership with Oxford. The promotion was a success at point-of-sale, increasing the number of users and registered products versus 2024 (despite running one month less) and gaining share in both Sardines and Tuna.



This result was the brand's best promotional performance in terms of user numbers in the past eight years, during a period when consumer engagement is heightened by Lent. To achieve it, the promotion reached MPDVs, with more than 2,000 stores activated, and the brand released three digital promo films that together exceeded 36 million views. The brand is now preparing to launch its 2025 campaign in 2Q25.

Want to know more about the Coqueiro brand initiatives? [Visit Coqueiro Brand Website.](#)



Santa Amália, for a + Pasta Life: Kicking off the first quarter of the 25/26 crop year with consistency and purpose, Santa Amália continues its campaign “Por uma vida + massa”, reinforcing the brand’s positioning and deepening its emotional connection with consumers.

The brand invested in digital media as a bridge for dialogue with its audience. On social networks, posts with tips and practical, inspiring recipes helped turn mealtimes into even more special occasions.

Highlights included influencers Jow (@tocomfomebr_) and Carolina Diniz (@cebolanamanteiga), who shared delicious recipes showcasing the functional attributes of the Santa Amália Speciale Whole-Wheat and Gluten-Free lines. Chef Ju Lima (@chefjulima) offered perfect recipes to celebrate with flavor and affection. To highlight Santa Amália’s Minas Gerais roots, Pri Venturim (@ahorizontina) interviewed locals on the street to find out how “Minas é Massa.”

During this period, Santa Amália introduced new packaging for its pasta line—more modern and appetite-appealing—further increasing shelf desire and improving information clarity. Consumer research shows gains in preference and purchase intent for the new look.



Want to know more about the Santa Amália brand initiatives? [Visit Santa Amália Brand Website.](#)

Mabel, “pra se Sentir em Casa”: In 1Q25, Mabel continued the evolution of the positioning unveiled in 2024: “pra se Sentir em Casa”. After closing last year with influencers presenting Christmas pavê recipes using various Mabel biscuits, the brand advanced its communication platform through recipes in 1Q25, posting a series of short videos on its social channels that showed the preparation step by step. The recipe platform featured all biscuit types in the portfolio, from a cracker tower with assorted spreads to an ice-cream made in an ice tray whose stick is a cornstarch biscuit.

With this strategy, the brand aimed to reinforce its image as a complete biscuit portfolio while driving higher consumption frequency, bringing Mabel biscuits into new consumption occasions. The brand is now preparing to launch its 2025 campaign in 2Q25.

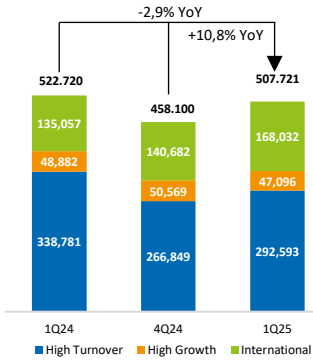
Want to know more about the Santa Amália brand initiatives? [Visit Mabel Brand Instagram.](#)



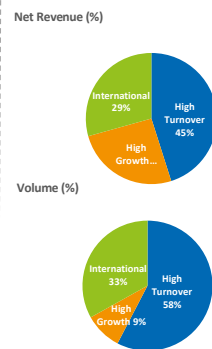
Operational Performance

Volume Evolution (k ton)

Volumes 1Q25 vs. 1Q24 (k ton)



Breakdown by category (%)



Consolidated volume fell **2.9% YoY** due to lower volumes in the High Turnover segment (**-13.6% YoY**) and the High Growth segment (**-3.7% YoY**), partially offset by higher volumes in International (**+24.4% YoY**).

Sequentially, volume grew **10.8% QoQ**, driven by growth in High Turnover (**+9.6% QoQ**)—supported by retailers' restocking—and by growth in International (**+19.4% QoQ**), partially offset by a decline in High Growth volumes (**-6.9% QoQ**).

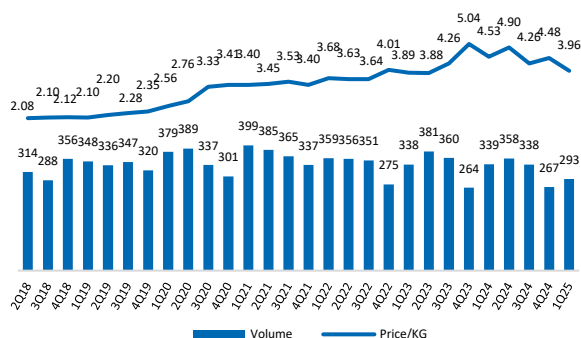
Classification by Category: **High turnover:** categories in Brazil of grains (rice, beans and other grains) and sugar; **High Growth:** categories in Brazil of canned fish, pasta, cookies and coffee; **International:** Uruguay, Chile, Peru e Ecuador.

High Turnover



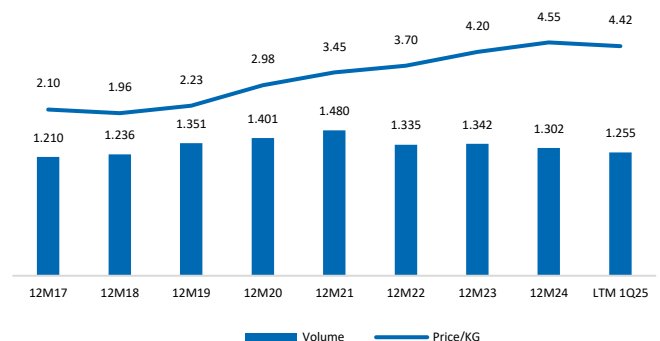
- Ⓒ **Volume:** 292.6 thousand tons, -13.6% YoY and +9.6% QoQ in 1Q25.
- Ⓒ **Net Price:** R\$3.96/kg, -12.5% YoY and -11.6% QoQ in 1Q25.
- Ⓒ **Sales Mix:** Year over year, volumes fell mainly because of the sugar category, as the retail environment for that category remained challenging. Sequentially, we recorded volume growth, supported by the resumption of purchases by retailers.
- Ⓒ **Market²:** **Rice:** R\$77.25/bag (-26.9% YoY and -21.0% QoQ) in 1Q25, **Beans:** R\$199.25/bag (-23.2% YoY and -3.2% QoQ) in 1Q25. **Sugar:** R\$137.82/bag (-3.8% YoY and -10.2% QoQ) in 1Q25.

High turnover – Quarterly Volume Evolution (k tons) and Net Price (R\$/kg)



Source: Company

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



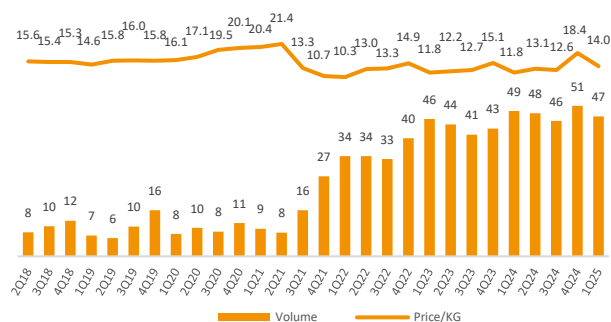
Source: Company

High Growth



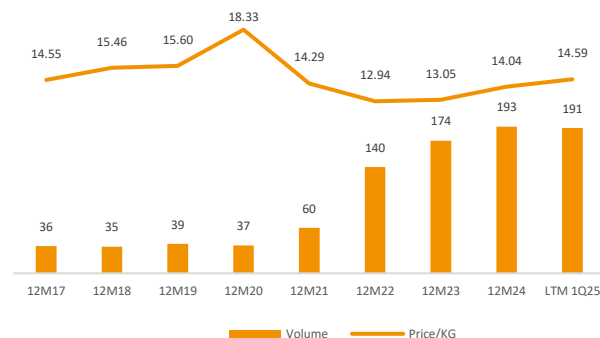
- **Volume:** 47.1 thousand tons, -3.7% YoY and -6.9% QoQ in 1Q25
- **Net Price:** R\$13.96/kg, +18.2% YoY and -24.1% QoQ in 1Q25
- **Sales Mix:** Decline in High Growth volumes year over year and quarter over quarter, mainly due to the usual negative seasonality in fish products during the first quarter and lower coffee volumes.
- **Market³:** **Wheat:** R\$1,521.61/ton (+17.0% YoY e +7.3% QoQ) in 1Q25 and **Coffee:** R\$2,516.64/ton (+122.8% YoY e 5.8% QoQ) in 1Q25.

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



Source: Company

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

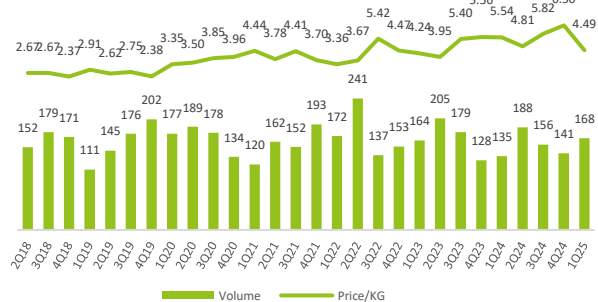


Source: Company

International

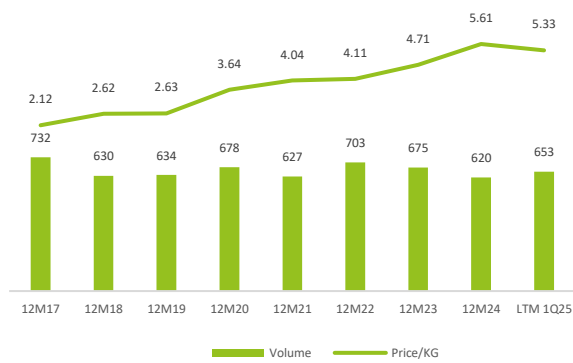
In the International segment, sales volume reached **168.0 thousand tons in 1Q25** (+24.4% YoY; +19.4% QoQ). The annual growth reflects higher export levels in Uruguay and increased volume in Ecuador, partially offset by lower volumes in Peru and Chile.

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



Source: Company

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



Source: Company

Consolidated Income Statements

Statements (in R\$ millions)	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Gross Revenues	3,366.3	3,463.3	3,123.5	-7.2%	-9.8%
(-) Sales Deductions	(466.6)	(466.1)	(436.2)	-6.5%	-6.4%
Net Revenues	2,899.6	2,997.1	2,687.3	-7.3%	-10.3%
(-) Cost of Sales and Services	(2,273.6)	(2,465.7)	(2,081.2)	-8.5%	-15.6%
Gross Profit	626.0	531.5	606.1	-3.2%	14.0%
(-) SG&A	(439.6)	(438.4)	(443.1)	0.8%	1.1%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	3.2	33.7	3.3	1.0%	-90.3%
EBIT	189.7	126.8	166.2	-12.3%	31.1%
(+/-) Financial Result	(98.6)	(161.0)	(118.4)	20.0%	-26.5%
Pre-Tax Income	91.0	(34.2)	47.9	-47.4%	n.a.
(-) Total Income Taxes	(12.5)	9.6	18.1	n.a.	88.9%
Net Income/Loss	78.5	-24.6	66.0	-15.9%	n.a.
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	78.5	(24.6)	66.0	-15.9%	n.a.
(-) Net Financial Result	98.6	161.0	118.4	20.0%	-26.5%
(-) Income Taxes	12.5	(9.6)	(18.1)	n.a.	88.9%
(-) Depreciation and Amortizator	64.9	67.0	66.9	3.1%	-0.2%
(=) EBITDA	254.5	193.9	233.1	-8.4%	20.2%
Margins					
Gross Margin	21.6%	17.7%	22.6%	1.0pp	4.8pp
EBITDA Margin	8.8%	6.5%	8.7%	-0.1pp	2.2pp
Net Margin	2.7%	(0.8%)	2.5%	-0.3pp	3.3pp

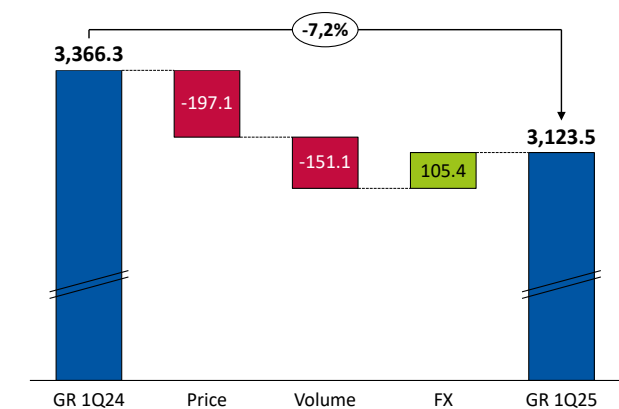
Income Statements by Segments

Brazil	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Net Revenues	2,188.1	2,174.9	1,932.7	-11.7%	-11.1%
(-) Cost of Sales and Services	(1,731.8)	(1,827.5)	(1,511.8)	-12.7%	-17.3%
Gross Profit	456.2	347.3	420.9	-7.8%	21.2%
(-) SG&A Expenses	(318.6)	(297.7)	(305.1)	-4.2%	2.5%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	0.8	36.7	2.3	172.7%	-93.8%
EBIT	138.5	86.3	118.1	-14.7%	36.7%
(+/-) Financial Result	(89.4)	(142.2)	(110.1)	23.2%	-22.6%
Pre-Tax Income	49.1	(55.8)	8.0	-83.7%	n.a.
Total Income Taxes	(9.2)	11.6	16.2	n.a.	39.8%
Net Income/Loss	39.9	(44.2)	24.2	-39.5%	n.a.
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	39.9	(44.2)	24.2	-39.5%	n.a.
(+) Net Financial Result	89.4	142.2	110.1	23.2%	-22.6%
(+) Income Taxes	9.2	(11.6)	(16.2)	n.a.	39.8%
(+) Depreciation and Amortization	45.8	44.4	44.8	-2.2%	1.0%
(=) EBITDA	184.3	130.7	162.9	-11.6%	24.6%
Margins					
Gross Margin	20.9%	16.0%	21.8%	5.8pp	0.9pp
EBITDA Margin	8.4%	6.0%	8.4%	2.4pp	0.0pp
Net Margin	1.8%	(2.0%)	1.3%	3.3pp	-0.6pp
International	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Net Revenues	711.6	822.3	754.7	6.1%	-8.2%
(-) Cost of Sales and Services	(541.8)	(638.1)	(569.4)	5.1%	-10.8%
Gross Profit	169.7	184.1	185.2	9.1%	0.6%
(-) SG&A Expenses	(121.0)	(140.6)	(138.0)	14.1%	-1.9%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	2.4	(3.0)	1.0	-59.1%	n.a.
EBIT	51.2	40.5	48.2	-5.9%	19.0%
(+/-) Financial Result	(9.3)	(18.9)	(8.3)	-10.6%	-56.2%
Pre-Tax Income	41.9	21.6	39.9	-4.8%	84.6%
(+/-) Total Income Taxes	(3.4)	(2.0)	1.9	n.a.	n.a.
Net Income/Loss	38.5	19.6	41.8	8.5%	113.3%
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	38.5	19.6	41.8	8.5%	113.3%
(+) Net Financial Result	9.3	18.9	8.3	-10.6%	-56.2%
(+) Income Taxes	3.4	2.0	(1.9)	n.a.	n.a.
(+) Depreciation and Amortization	19.0	22.7	22.1	15.9%	-2.7%
(=) EBITDA	70.2	63.2	70.2	0.0%	11.2%
Margins					
Gross Margin	23.9%	22.4%	24.5%	2.2pp	0.7pp
EBITDA Margin	9.9%	7.7%	9.3%	1.6pp	-0.6pp
Net Margin	5.4%	2.4%	5.5%	3.2pp	0.1pp

Financial Performance

Revenue

Consolidated 1Q25: Gross Revenue Breakdown (R\$m)



Source: Company

Gross Revenue totaled R\$ 3.1 billion in the quarter (-7.2 % YoY), mainly because of lower volumes and prices in the High Turnover segment and lower volumes in the High Growth segment. The decrease was partially offset by: i) a higher net price in the High Growth segment; ii) higher volume in the International segment, positively impacted by stronger exports from Uruguay and higher volumes from Ecuador; and iii) a favorable currency effect. Operational details by category are presented above under **Operational Performance**.

Net Revenue was R\$ 2.7 billion in the quarter (-7.3 % YoY).

Costs and Expenses

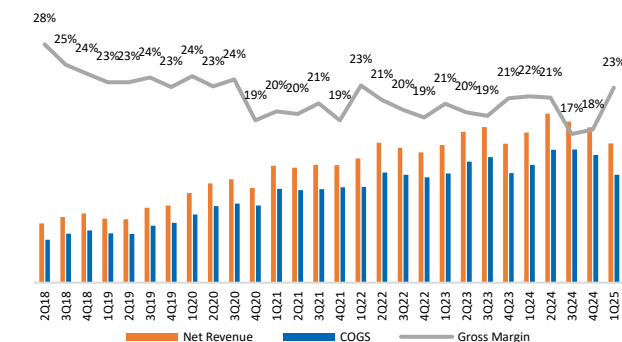
Expenses	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Expenses by Function	(2,713.2)	(2,904.0)	(2,524.4)	-7.0%	-13.1%
Cost of Products Sold	(2,273.6)	(2,465.7)	(2,081.2)	-8.5%	-15.6%
Sales Expenses	(295.8)	(295.2)	(292.5)	-1.1%	-0.9%
G&A Expenses	(143.7)	(143.1)	(150.6)	4.8%	5.2%
Expenses by Nature	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Expenses by Nature	(2,713.2)	(2,904.0)	(2,524.4)	-7.0%	-13.1%
Depreciation and Amortization	(64.9)	(67.0)	(66.9)	3.1%	-0.2%
Employee Expenses	(226.4)	(219.3)	(260.7)	15.2%	18.9%
Raw Materials	(1,954.4)	(2,130.7)	(1,735.3)	-11.2%	-18.6%
Shipping	(224.3)	(204.5)	(227.3)	1.3%	11.2%
Sales Commission	(14.9)	(16.1)	(15.8)	6.1%	-1.9%
Maintenance Expenses	(58.9)	(64.9)	(63.9)	8.6%	-1.6%
Energy Expenses	(24.2)	(28.2)	(33.0)	36.0%	16.8%
Third Party Services Expenses	(51.0)	(56.7)	(56.5)	10.8%	-0.4%
Other Expenses	(94.2)	(116.5)	(64.9)	-31.1%	-44.3%

Cost of Sales and Services

Cost of Sales and Services reached R\$ 2.1 billion (-8.5 % YoY), or 77 % of net revenue. The reduction mainly reflects a 12.7 % decrease in COGS in Brazil, driven chiefly by lower volume in the High Turnover segment (grains and sugar). This impact was partially offset by higher COGS in the High Growth segment, primarily because of rising market prices for coffee. In the International segment, COGS rose +5.1 % YoY, mainly due to higher COGS in Chile.

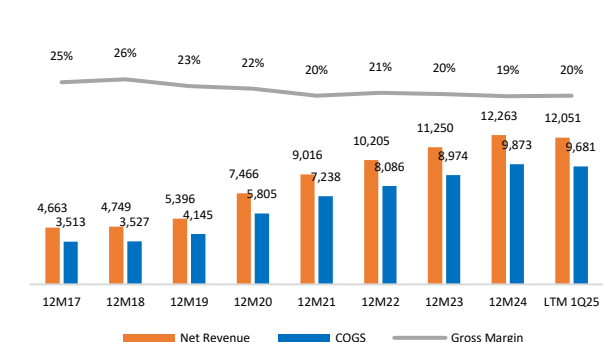
Taking these factors into consideration, **Gross Profit** reached R\$606.1 million (-3.2% YoY) with a 22,6% margin (+1.0pp YoY) in 1Q25.

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



Source: Company

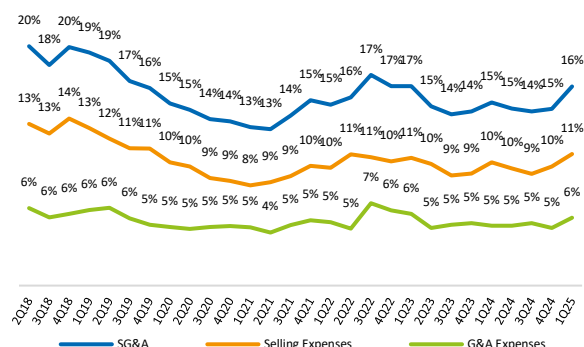
Annual Evolution of Net Revenue vs Costs



Source: Company

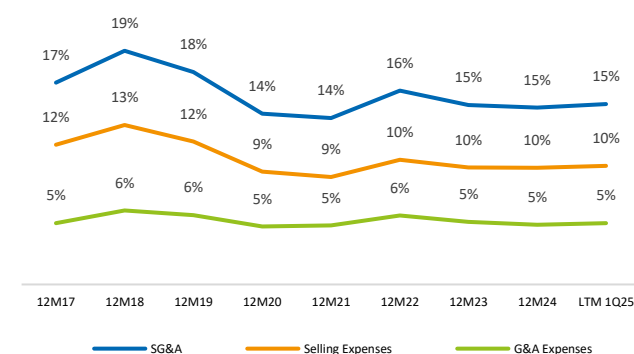
Selling, General and Administrative Expenses

Quarterly Evolution SG&A/Net Revenue (%)



Source: Company

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



Source: Company

SG&A (selling, general and administrative expenses) amounted to R\$ 443.1 million (+0.8 % YoY), equivalent to 16.5 % of net revenue (+1.3 p.p. YoY). The increase stemmed from higher **international SG&A**—which reached R\$ 138.0 million (+14.1% YoY), mainly in Uruguay and Chile—partially offset by a 4.2% reduction in Brazil's SG&A (R\$ 305.5 million), driven mainly by lower selling expenses and partly offset by higher general and administrative expenses. The Company continues to implement cost-optimization and expense-review plans to increase efficiency and identify new synergies across operations.

Selling Expenses

Selling expenses in the quarter totaled **R\$ 292.5 million (-1.1% YoY)**, or **10.9% of net revenue**, mainly due to:

- 🇧🇷 **Brazil:** A **-7.3% YoY** reduction, representing **10.0% of Brazil's net revenue**, driven by lower freight and advertising expenses, in line with lower volumes in the High-Turnover and High-Value segments.
- 🌐 **International:** A **+13.6% YoY** increase, representing **13.2% of International net revenue**, reflecting higher sales volumes in Uruguay and Ecuador.

General and Administrative Expenses

G&A expenses in the quarter reached **R\$ 150.6 million (+4.8% YoY)**, or **5.6% of net revenue**.

- 🇧🇷 **Brazil:** Increase of **+2.0% YoY**, representing **5.8% of Brazil's net revenue**, mainly due to higher personnel expenses, partially offset by reversals of legal provisions and lower technology expenses.
- 🌐 **International:** Increase of **+15.6% YoY**, representing **5.1% of net revenue**, mostly because of higher G&A in Uruguay and Chile.

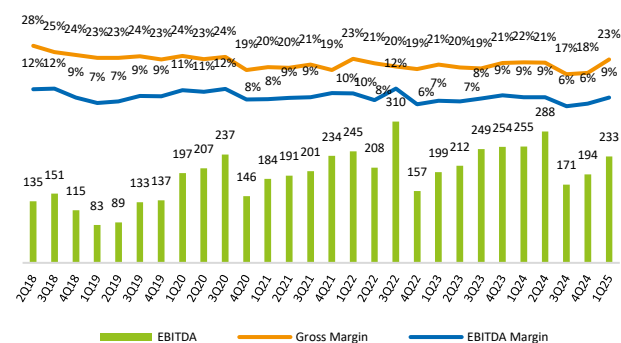
Other Operating Income (Expenses)

Other operating income/expenses (excluding equity-method results) were a positive R\$3.3 million in the quarter (vs. R\$ 36.5 million positive in 4Q24), mainly related to rental income.

EBITDA

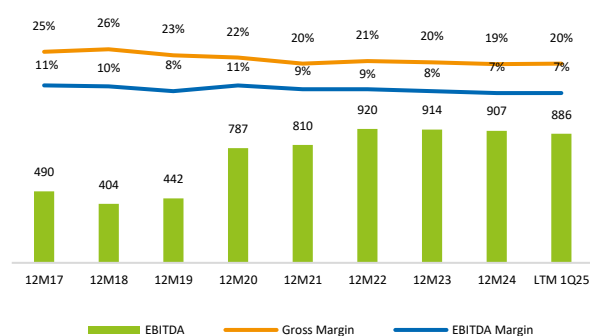
EBITDA for the quarter was R\$ 233.1 million (-8.4% YoY; +20.2% QoQ) with an 8.7% margin (-0.1 p.p. YoY; +2.2 p.p. QoQ).

EBITDA – Historical Quarterly Evolution (R\$mnn)



Source: Company

EBITDA – Historical Annual Evolution (R\$mnn)



Source: Company

Net Financial Result

Net Financial Result reached an **R\$118.4 million expense (+20.0% YoY e -26.5% QoQ)** in the quarter. In the annual comparison, the change is mainly explained by higher interest expense on borrowings due to the increase in interest rates during the period.

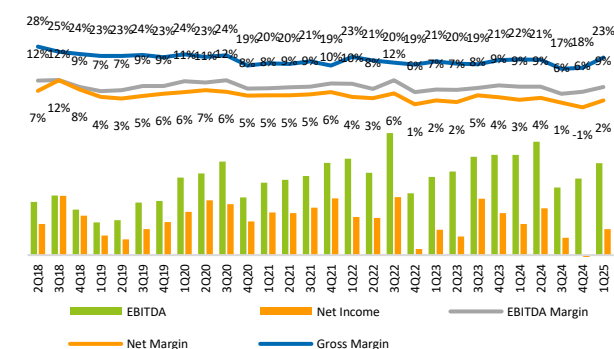
Income Tax and Social Contribution (IR/CSLL)

Income tax and social contribution generated a positive **R\$ 18.1 million** in 1Q25 (vs. a negative R\$ 12.5 million in 1Q24). The main additions and exclusions affecting the effective tax rate relate to ICMS subsidies and current IR/CSLL tax benefits arising from Uruguay.

Net Income (Loss) and Earnings per Share

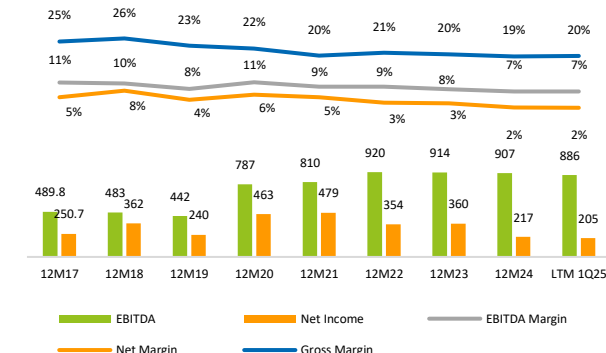
Net income totaled **R\$ 66.0 million (-15.9% YoY)**, with a **2.5% net margin (-0.2 p.p. YoY)**, or R\$ 0.19 per share for the quarter.

Quarterly Profitability Evolution (R\$mn)



Source: Company

Annual Profitability Evolution (R\$mn)



Source: Company

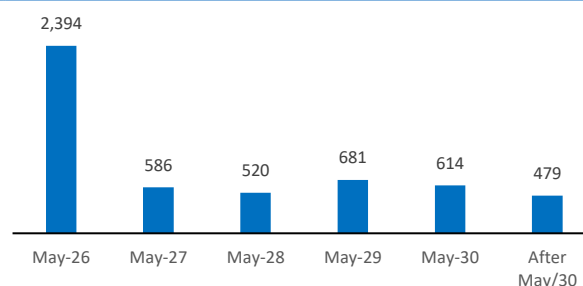
Indebtedness and Cash

Debt (in R\$mn)	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Total Debt	5,205.6	5,237.7	5,240.9	0.7%	0.1%
Loans and Financing	2,570.8	2,066.2	2,397.0	-6.8%	16.0%
Debêntures	2,634.8	3,171.5	2,843.9	7.9%	-10.3%
Short Term	1,566.0	2,110.6	2,393.8	52.9%	13.4%
Long Term	3,639.6	3,127.0	2,847.1	-21.8%	-9.0%
Leverage					
Gross Debt	5,205.6	5,237.7	5,240.9	0.7%	0.1%
Cash and Equivalents	2,041.4	2,547.0	1,625.6	-20.4%	-36.2%
Net Debt	3,164.2	2,690.7	3,615.4	14.3%	34.4%
Net Debt/EBITDA LTM	3.3x	3.0x	4.1x	0.8x	1.1x

Total debt reached **R\$5.2 billion (+0.7% YoY)**. Total liquidity (cash and cash equivalents plus short- and long-term financial investments) was **R\$1.6 billion (-20.4% YoY)**.

Net debt totaled **R\$3.6 billion (+14.3% YoY)** and net-debt / LTM EBITDA stood at **4.1x (+0.8x YoY)**.

Amortization Schedule (R\$mn)



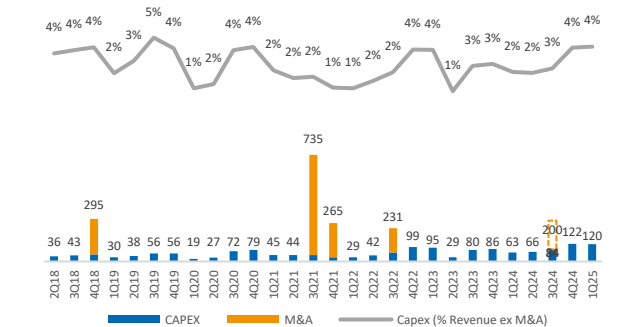
Source: Company

Capex

Capex amounted to **R\$119.9 million** (+90.6 % YoY) in the quarter. The main investments were directed to the ongoing construction works in **Cambaí (RS)**, where the new grain plant will be located, and to the new thermoelectric plant, in addition to continuing investments in the pasta and coffee production units.

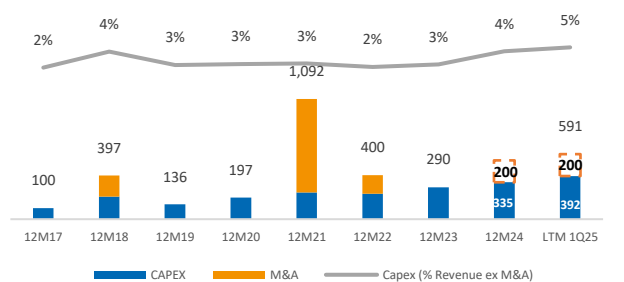
The Company is finalizing discussions to complete its entry into **Paraguay**, following the previously announced acquisitions of **Rice Paraguay S.A.** and **Villa Oliva Rice S.A.** An advance payment of **R\$199.8 million** was disclosed in 3Q24.

Quarterly Capex Evolution (R\$mnn)



Source: Company

Annual Capex Evolution (R\$mnn)



Source: Company

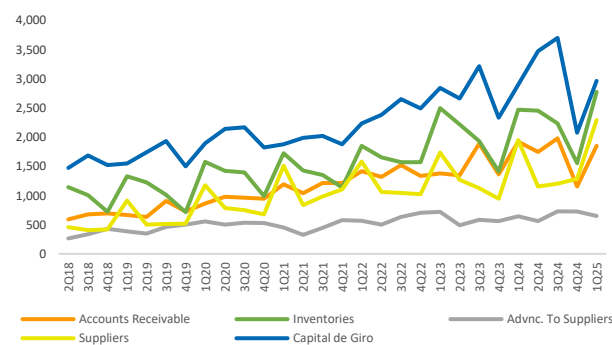
Working Capital

Working Capital Closing Date	1Q24 May-24	4Q24 Feb-25	1Q25 May-25	1Q25 VS 1Q24	1Q25 VS 4Q24
Inventory	2,470.0	1,551.7	2,772.4	12.2%	78.7%
Days Inventory	98.6	57.4	104.5	6 d	47 d
Advance to Suppliers	641.1	726.7	650.3	1.4%	-10.5%
Days Advance to suppliers	20.4	26.9	24.5	4 d	-2 d
Receivable	1,920.1	1,154.0	1,850.2	-3.6%	60.3%
Days Receivable	61.0	34.3	56.0	-5 d	22 d
Suppliers	1,946.4	1,284.8	2,291.1	17.7%	78.3%
Days Suppliers	77.7	47.5	86.4	9 d	39 d
Other Current Assets	299.4	311.7	360.5	20.4%	15.7%
Other Current Liabilities	489.7	386.5	379.6	-22.5%	-1.8%
Working Capital	2,894.5	2,072.6	2,962.7	2.4%	42.9%
Days Working Capital	92 d	62 d	90 d	-2 d	28 d

Working capital reached **R\$3.0 billion** (+2.4% YoY), mainly impacted by:

- Ⓢ **Inventories (+12.2% YoY):** higher grain stocks, securing better prices amid market movements.
- Ⓢ **Advances to suppliers (+1.4% YoY):** expansion of the rice-crop financing program, chiefly in the international segment.
- Ⓢ **Accounts receivable (-3.6% YoY):** reduction driven by lower volume and prices in the High-Turnover segment.
- Ⓢ **Suppliers (+17.7% YoY):** increase driven by grains and coffee in Brazil and by Uruguay in the International segment.

Working Capital Seasonality (R\$mnn)



Source: Company

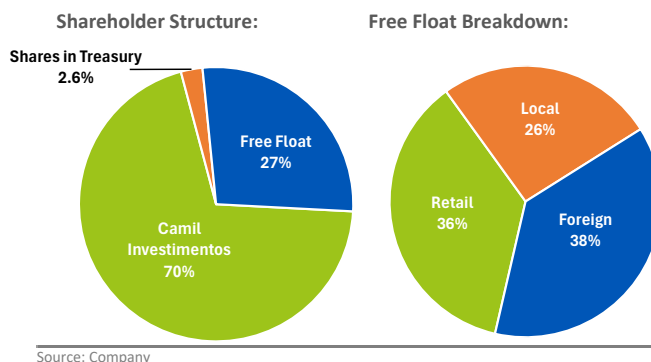
It is worth noting that the seasonality of working capital is relevant throughout the quarters, as observed in the graph above, more specifically in inventories and receivables. Therefore, the first quarters of the year usually present a greater need for working capital and cash consumption, while the fourth quarter presents a release.

Shareholding Structure and Performance

In 1Q25, the Company had total share capital consisting of 350 million shares, with 95.8 million shares in free float^[1], representing approximately 27% of the total capital.

On May 31, 2025, Camil's shares (B3: CAML3) closed at R\$4.75/ share with a market cap of R\$1.66 billion. Average daily traded volume in the quarter was 1.8 million shares, or approximately R\$7.5 million/day.

Shareholder Structure May/2025



Agenda with the Market

The calendar of upcoming IR events is available on the Company's Investor Relations website. Contact requests can be made through our investor relations channel on the website (<http://ri.camilalimentos.com.br/>) or via email (ri@camil.com.br).

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.

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.

^[1] Free float excludes the interest held by Camil Investimentos S.A., individual interests of controlling shareholders, other managers/related parties and treasury shares. The balance of Camil Investimentos includes individual interests of controlling shareholders.

Appendix – Annual & Quarterly Financial Information

Consolidated Balance Sheet

Balance Sheet In R\$ Millions Closing Date	1Q24 May-24	4Q24 Feb-25	1Q25 May-25	1Q25 VS 1Q24	1Q25 VS 4Q24
Total Current Assets	7,304.4	6,210.4	7,187.8	-1.6%	15.7%
Cash & Equivalents	2,027.4	2,530.2	1,624.3	-19.9%	-35.8%
Short Term Investments	-	1.7	-	n.a.	n.a.
Accounts Receivable	1,920.1	1,154.0	1,850.2	-3.6%	60.3%
Financial Instruments - Derivatives	1.7	1.3	0.8	-54.4%	-40.3%
Inventories	2,433.2	1,541.6	2,758.0	13.3%	78.9%
Payments in Advance (Producers)	624.3	671.2	594.7	-4.7%	-11.4%
Recoverable Taxes	204.1	208.2	218.1	6.8%	4.8%
Related Party	20.6	50.5	74.6	262.3%	47.8%
Other Current Assets	73.0	51.7	67.1	-8.1%	29.8%
Total non Current Assets	4,351.1	4,896.2	4,954.6	13.9%	1.2%
Total Long-Term Assets	667.0	853.4	895.2	34.2%	4.9%
Long-Term Investments	14.0	15.0	1.2	-91.3%	-91.9%
Recoverable Taxes	108.4	105.4	107.0	-1.3%	1.5%
Deferred Income Taxes	96.2	141.8	166.3	72.8%	17.2%
Payments in Advance (Producers)	16.8	55.4	55.6	229.9%	0.3%
Related Party	34.0	198.3	193.5	468.8%	-2.4%
Inventory	36.7	10.1	14.4	-60.8%	42.7%
Court Deposits	39.7	43.1	42.9	8.1%	-0.6%
Indemnity Assets	308.3	271.5	301.7	-2.1%	11.2%
Other Long-Term Assets	12.8	12.8	12.6	-1.0%	-0.9%
Total Permanent Assets	3,684.1	4,042.8	4,059.4	10.2%	0.4%
Investments	52.2	91.7	89.4	71.3%	-2.5%
Plant, Property & Equipment	2,230.6	2,512.8	2,549.5	14.3%	1.5%
Intangible Assets	1,119.8	1,156.0	1,147.7	2.5%	-0.7%
Right of Use Assets	253.6	254.4	244.8	-3.5%	-3.8%
Properties for Investment	27.9	27.9	27.9	0.0%	0.0%
Total Assets	11,655.5	11,106.6	12,142.4	4.2%	9.3%
Total Current Liabilities	4,002.1	3,782.0	5,064.5	26.5%	33.9%
Accounts Payable	1,946.4	1,284.8	2,291.1	17.7%	78.3%
Short-Term Debt	1,020.9	884.4	1,509.1	47.8%	70.6%
Debentures	545.1	1,226.3	884.8	62.3%	-27.8%
Leasing liability	49.1	49.0	54.4	10.9%	11.1%
Client Advances	71.6	51.4	33.0	-53.9%	-35.7%
Related Party	22.9	21.6	9.3	-59.2%	-56.9%
Salaries and Social Contributions	69.5	71.6	75.7	8.9%	5.8%
Dividends and Interest on Equity Payable	7.0	7.1	-	n.a.	n.a.
Taxes Payables	57.8	73.8	41.0	-29.0%	-44.4%
Vacation accrual and related charges	58.7	54.9	67.5	15.0%	22.8%
Outstanding Taxes	5.4	-	-	n.a.	n.a.
Accounts Payable from Investments Acquired	15.0	9.3	9.4	-37.2%	1.9%
Other Current Liabilities	132.8	47.9	88.7	-33.2%	85.3%
Total Long Term Liabilities	4,425.9	3,867.0	3,588.7	-18.9%	-7.2%
Long-Term Debt	1,549.9	1,181.8	887.9	-42.7%	-24.9%
Leasing liability	221.5	226.1	211.3	-4.6%	-6.5%
Debentures	2,089.7	1,945.2	1,959.2	-6.2%	0.7%
Outstanding Taxes	12.6	-	-	n.a.	n.a.
Deferred Income Taxes	77.8	43.1	45.7	-41.2%	6.2%
Provision for contingencies	363.7	345.4	373.9	2.8%	8.2%
Accounts Payable from Investments Acquired	88.5	88.6	74.8	-15.5%	-15.6%
Other Long-Term Liabilities	22.3	36.9	35.9	61.0%	-2.8%
Total Liabilities	8,428.0	7,649.0	8,653.2	2.7%	13.1%
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	(68.5)	(68.5)	(68.5)	0.0%	0.0%
Income Reserves	1,729.9	1,871.8	1,871.8	8.2%	0.0%
Capital Reserve	21.3	25.7	3.2	-84.9%	-87.5%
Accumulated Net Income	78.5	-	66.0	-15.9%	n.a.
Equity adjustments	(21.1)	(21.1)	-	n.a.	n.a.
Other comprehensive Income	549.1	711.4	678.4	23.5%	-4.6%
Participation of non-controlling shareholders	0.2	0.3	0.3	10.1%	1.9%
Shareholders' Equity	3,227.5	3,457.6	3,489.2	8.1%	0.9%
Total Liabilities & Equity	11,655.5	11,106.6	12,142.4	4.2%	9.3%

Consolidated Income Statements

Statements (in R\$ millions)	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Gross Revenues	3,366.3	3,463.3	3,123.5	-7.2%	-9.8%
(-) Sales Deductions	(466.6)	(466.1)	(436.2)	-6.5%	-6.4%
Net Revenues	2,899.6	2,997.1	2,687.3	-7.3%	-10.3%
(-) Cost of Sales and Services	(2,273.6)	(2,465.7)	(2,081.2)	-8.5%	-15.6%
Gross Profit	626.0	531.5	606.1	-3.2%	14.0%
(-) SG&A	(439.6)	(438.4)	(443.1)	0.8%	1.1%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	3.2	33.7	3.3	1.0%	-90.3%
EBIT	189.7	126.8	166.2	-12.3%	31.1%
(+/-) Financial Result	(98.6)	(161.0)	(118.4)	20.0%	-26.5%
Pre-Tax Income	91.0	(34.2)	47.9	-47.4%	n.a.
(-) Total Income Taxes	(12.5)	9.6	18.1	n.a.	88.9%
Net Income/Loss	78.5	-24.6	66.0	-15.9%	n.a.
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	78.5	(24.6)	66.0	-15.9%	n.a.
(-) Net Financial Result	98.6	161.0	118.4	20.0%	-26.5%
(-) Income Taxes	12.5	(9.6)	(18.1)	n.a.	88.9%
(-) Depreciation and Amortization	64.9	67.0	66.9	3.1%	-0.2%
(=) EBITDA	254.5	193.9	233.1	-8.4%	20.2%
Margins					
Gross Margin	21.6%	17.7%	22.6%	1.0pp	4.8pp
EBITDA Margin	8.8%	6.5%	8.7%	-0.1pp	2.2pp
Net Margin	2.7%	(0.8%)	2.5%	-0.3pp	3.3pp

Income Statements by Segment

Brazil	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Net Revenues	2,188.1	2,174.9	1,932.7	-11.7%	-11.1%
(-) Cost of Sales and Services	(1,731.8)	(1,827.5)	(1,511.8)	-12.7%	-17.3%
Gross Profit	456.2	347.3	420.9	-7.8%	21.2%
(-) SG&A Expenses	(318.6)	(297.7)	(305.1)	-4.2%	2.5%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	0.8	36.7	2.3	172.7%	-93.8%
EBIT	138.5	86.3	118.1	-14.7%	36.7%
(+/-) Financial Result	(89.4)	(142.2)	(110.1)	23.2%	-22.6%
Pre-Tax Income	49.1	(55.8)	8.0	-83.7%	n.a.
Total Income Taxes	(9.2)	11.6	16.2	n.a.	39.8%
Net Income/Loss	39.9	(44.2)	24.2	-39.5%	n.a.
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	39.9	(44.2)	24.2	-39.5%	n.a.
(+) Net Financial Result	89.4	142.2	110.1	23.2%	-22.6%
(+) Income Taxes	9.2	(11.6)	(16.2)	n.a.	39.8%
(+) Depreciation and Amortization	45.8	44.4	44.8	-2.2%	1.0%
(=) EBITDA	184.3	130.7	162.9	-11.6%	24.6%
Margins					
Gross Margin	20.9%	16.0%	21.8%	5.8pp	0.9pp
EBITDA Margin	8.4%	6.0%	8.4%	2.4pp	0.0pp
Net Margin	1.8%	(2.0%)	1.3%	3.3pp	-0.6pp
International	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Net Revenues	711.6	822.3	754.7	6.1%	-8.2%
(-) Cost of Sales and Services	(541.8)	(638.1)	(569.4)	5.1%	-10.8%
Gross Profit	169.7	184.1	185.2	9.1%	0.6%
(-) SG&A Expenses	(121.0)	(140.6)	(138.0)	14.1%	-1.9%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	2.4	(3.0)	1.0	-59.1%	n.a.
EBIT	51.2	40.5	48.2	-5.9%	19.0%
(+/-) Financial Result	(9.3)	(18.9)	(8.3)	-10.6%	-56.2%
Pre-Tax Income	41.9	21.6	39.9	-4.8%	84.6%
(+/-) Total Income Taxes	(3.4)	(2.0)	1.9	n.a.	n.a.
Net Income/Loss	38.5	19.6	41.8	8.5%	113.3%
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	38.5	19.6	41.8	8.5%	113.3%
(+) Net Financial Result	9.3	18.9	8.3	-10.6%	-56.2%
(+) Income Taxes	3.4	2.0	(1.9)	n.a.	n.a.
(+) Depreciation and Amortization	19.0	22.7	22.1	15.9%	-2.7%
(=) EBITDA	70.2	63.2	70.2	0.0%	11.2%
Margins					
Gross Margin	23.9%	22.4%	24.5%	2.2pp	0.7pp
EBITDA Margin	9.9%	7.7%	9.3%	1.6pp	-0.6pp
Net Margin	5.4%	2.4%	5.5%	3.2pp	0.1pp

Cash Flow

Cash Flow					
In R\$ Millions	1Q24	4Q24	1Q25	1Q25	1Q25
Closing Date	May-24	Feb-25	May-25	VS 1Q24	VS 4Q24
Pre-Tax Income	91.0	(34.2)	47.9	-47.4%	n.a.
Net Result in Uncons. Subs.	(0.4)	2.8	-	n.a.	n.a.
Accrued Financial Charges	197.6	134.6	160.2	-18.9%	19.0%
Interest Provision - Liability Lease	4.1	4.3	4.2	2.4%	-1.5%
Allowance for Doubtful Accounts	4.4	0.1	1.7	-60.1%	1942.4%
Provision for Discounts	18.5	(9.4)	18.7	1.1%	n.a.
Provision for Contingencies	14.3	1.3	5.3	-62.5%	304.9%
Provision for Advances	(0.7)	(1.2)	(0.7)	-3.1%	-42.6%
Depreciation	64.9	67.0	66.9	3.2%	-0.1%
Write-off Plant, Property & Equipment	0.3	(10.3)	21.3	6209.8%	n.a.
Stock Options	(1.9)	2.1	(2.1)	13.5%	n.a.
Funds From Operations	392.0	157.2	323.5	-17.5%	105.8%
(Inc.) / Dec. In:	-	-	-	n.a.	n.a.
Current Assets	(1,669.4)	1,509.0	(1,937.8)	16.1%	n.a.
Trade Accounts Receivable	(555.4)	820.3	(725.9)	30.7%	n.a.
Inventories	(1,094.0)	638.1	(1,162.5)	6.3%	n.a.
Recoverable Taxes	(0.7)	(61.2)	(13.0)	1651.3%	-78.7%
Related Party	2.0	94.4	(20.9)	n.a.	n.a.
Other Current Assets	(21.2)	17.5	(15.5)	-26.7%	n.a.
Current Liabilities	933.5	(96.4)	857.5	-8.1%	n.a.
Accounts Payable	981.7	33.2	1,014.2	3.3%	2956.0%
Other Current Liabilities	1.9	(40.9)	17.5	803.5%	n.a.
Taxes Payables	5.8	52.6	(20.6)	n.a.	n.a.
Related Party	(2.2)	(8.0)	5.9	n.a.	n.a.
Advances to Clients	44.4	(19.9)	(18.3)	n.a.	-8.0%
Other Current Liabilities	82.0	23.1	13.1	-84.0%	-43.0%
Interest Paid	(177.5)	(134.8)	(139.1)	-21.7%	3.2%
Net Income Taxes (Income Tax & Social Contribution)	(2.6)	(1.6)	(15.3)	493.7%	828.1%
Cash Flow from Operations	(343.9)	1,569.7	(756.9)	120.1%	n.a.
Short-Term Investments	0.9	(2.0)	15.5	1633.4%	n.a.
Received Dividends	-	2.3	-	n.a.	n.a.
Disposal of Property, Plant and Equipment	-	(0.0)	0.3	n.a.	n.a.
Additions to Investments	-	(5.1)	-	n.a.	n.a.
Capital Expenditures	(62.9)	(121.9)	(119.9)	90.5%	-1.7%
Investment Activities Cash Flow	(62.0)	(126.7)	(104.0)	67.7%	-17.9%
Debt Issuance	553.3	155.8	630.6	14.0%	304.6%
Debt Repayment	(855.6)	(847.8)	(627.5)	-26.7%	-26.0%
Lease Liability Payments	(15.8)	(17.3)	(17.8)	13.1%	3.3%
Dividends and Interest on Equity Paid	(25.0)	(25.0)	(25.0)	0.0%	0.0%
Financing Cash Flow	(343.0)	(734.2)	(39.7)	-88.4%	-94.6%
Foreign Exchange Variaton on Cash and Equivalents	(23.9)	(9.8)	(5.2)	-78.4%	-47.2%
Change in Cash and Equivalents	(772.8)	699.0	(905.8)	17.2%	n.a.
Beginning Cash and Equivalents	2,800.3	1,831.1	2,530.2	-9.6%	38.2%
Ending Cash and Equivalents	2,027.5	2,530.1	1,624.4	-19.9%	-35.8%

