



# 2T23

## RESULTADOS



## Sumário

Mensagem da Administração.....	4
Desempenho Operacional e Financeiro.....	6
Segmento Brasil.....	7
Segmento Internacional.....	10
Outros Segmentos.....	13
Desempenho Consolidado.....	15
Destaques ESG.....	24
Anexos.....	25

**São Paulo, 14 de agosto de 2023** – A BRF S.A. (B3: BRFS3; NYSE:BRF) – “BRF” ou “Companhia” divulga seus resultados do 2º trimestre de 2023. Os comentários aqui incluídos referem-se aos resultados em reais, conforme a legislação societária brasileira e as práticas adotadas no Brasil e em conformidade com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS), cujas comparações têm como base os mesmos períodos de 2022 e/ou anos anteriores, conforme indicado.

## Indicadores Financeiros do Trimestre



Receita Líquida

R\$ **12.205**

R\$ Milhões  
12.939 milhões no 2T22



Lucro Bruto

R\$ **1.486**

R\$ Milhões  
1.983 milhões no 2T22



Margem Bruta

**12,2%**

15,3% no 2T22



Resultado Líquido Op.  
Continuadas

R\$ **(1.337)**

R\$ Milhões  
(451) milhões no 2T22



EBITDA Ajustado

R\$ **1.006**

R\$ Milhões  
1.496 milhões no 2T22



Margem EBITDA  
Ajustada

**8,2%**

11,6% no 2T22



Fluxo de Caixa  
Operacional

R\$ **1.166**

R\$ Milhões  
961 milhões no 2T22



Alavancagem Líquida

**3,75x**

2,98x no 2T22



Prazo médio de  
endividamento

**7,2**

anos  
9,0 anos no 2T22



Valor de  
Mercado

R\$ **16,74**  
US\$ **3,45**

Bilhões  
Base: 11/08/2023



Cotações

BRFS3 R\$ **9,95**  
BRFS US\$ **2,05**

Base: 11/08/2023



Ações Emitidas

**1.682.473.246**  
**3.817.179**

Ações ON/ Ações em tesouraria  
Base: 11/08/2023

### Teleconferência

15/08/2023 - Terça-feira  
10h00 BRT | 9h00 US ET

Acesso em:

[Clique aqui](#)

### Contatos RI:

Fábio Mariano

Diretor Vice-Presidente Financeiro  
e de Relações com Investidores

+55 11 2322 5377 | [acoes@brf.com](mailto:acoes@brf.com)

Saiba mais em [www.ri.brf-global.com](http://www.ri.brf-global.com)

## Mensagem da administração

Prezados(as) Senhores(as),

No segundo trimestre de 2023, reportamos uma **receita líquida consolidada** de **R\$ 12,2 bilhões**, com **EBITDA** ajustado de **R\$ 1,006 bilhão** atingindo uma margem de **8,2%, 3,6 pontos percentuais** superior ao trimestre anterior. A melhora dos indicadores operacionais, o bom desempenho da categoria de processados no Brasil e o aumento gradativo dos preços em dólar contribuíram para a **recuperação das margens**.

Permanecemos focados na execução do nosso **plano de eficiência**, o **BRF+**, que, em setembro, completará um ano e **avançou de maneira consistente** em todas as frentes de trabalho com a captura de **R\$ 540 milhões** neste trimestre, totalizando R\$ 1,2 bilhão desde a sua implementação. Nossos ganhos estão se materializando mais rápido do que esperávamos, **superando a meta definida para o primeiro semestre do BRF+**. Em muitos dos indicadores superamos as metas estabelecidas. O índice de conversão alimentar, por exemplo, já está entre os **melhores da história da BRF**.

Reduzimos os **índices de mortalidade de animais** em 1,8 ponto percentual em relação ao 2T22 e também avançamos em **produtividade da indústria** como **rendimento in natura**, que cresceu 2,5 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2022. Diminuímos **nossas perdas operacionais** em 36,8% e avançamos 8 pontos percentuais em **nível de serviço logístico** nos mesmos períodos de comparação.

No Brasil, seguimos aprimorando nossa **execução comercial**. Adicionamos no trimestre **4,5 mil clientes movimentados**. Além disso, ampliamos a presença de nossos promotores nas principais lojas de varejo, o que contribuiu para a **expansão do espaço em gôndola** e para a **maior aderência de preços sugeridos**. Também evoluímos em 1,6 ponto percentual nossa margem EBITDA do Brasil impulsionada pela trajetória crescente da rentabilidade do portfólio de produtos processados.

No mercado Internacional, recuperamos parcialmente nossas margens e mantivemos a **liderança nas exportações** de frango no mercado **Halal** para os **países do GCC**, com 50% de *market share*. Nesta região, registramos 26% de participação de produtos de valor agregado no nosso volume de vendas. No período, conquistamos **15 habilitações** para exportações para Ásia (China, Japão e Singapura), África do Sul e Argentina.

**Nossas marcas** são as **preferidas** do consumidor. A Sadia segue como a **marca mais valiosa** no setor de alimentos, a Perdigão é a **mais escolhida e vendida** e Qualy e Deline, as **margarinas mais vendidas do País**. A BRF foi novamente reconhecida pelo ranking Valor Inovação entre as cinco **empresas mais inovadoras** do setor de alimentos.

Continuamos avançando em nossa **agenda de sustentabilidade**, que foi reconhecida no **ranking Merco Responsabilidade ESG**, onde figuramos entre as TOP 5 empresas de alimentos e a 1ª do seguimento de proteínas. Em linha com nossa estratégia **Net Zero**, o portfólio de Sadia passou a contar com três novos **produtos carbono zero**. A partir de 2023, nos comprometemos a adotar o modelo **livre de gaiolas** para o alojamento de matrizes suínas em todos os novos projetos, reforçando nosso compromisso com o **bem-estar animal**.

Nossa **gente** também continua sendo prioridade. Ao longo deste ano, mais de **mil líderes**, essenciais na construção dos resultados, já passaram por programas de **desenvolvimento**. Nossos **indicadores de segurança** estão nos melhores níveis históricos. Reduzimos em 71,3% a taxa de gravidade e em 6,4% a taxa de frequência no acumulado do semestre em comparação ao mesmo período de 2022, com foco em promover um **ambiente interno cada vez mais seguro** e **engajar** nossos colaboradores com os objetivos da Companhia.

### Plano de Eficiência

Permanecemos focados na execução do nosso **plano de eficiência**, o **BRF+**, que, em setembro, completará um ano e **avançou de maneira consistente** em todas as frentes de trabalho com a captura de **R\$ 540 milhões** neste trimestre, totalizando R\$ 1,2 bilhão desde a sua implementação.

**Miguel Gularte**  
CEO

Para finalizar, não podemos deixar de destacar a oferta de ações, concluída em julho, que contribuiu com a injeção de **R\$ 5,4 bilhões em liquidez** reforçando a estrutura de capital e potencializando a redução das despesas financeiras da Companhia. Este foi o **maior follow-on realizado na América Latina** neste ano.

Focados na Cultura de desempenho voltada à **simplicidade, agilidade e eficiência**, agradecemos o comprometimento dos nossos mais de 100 mil colaboradores e a confiança do nosso chairman Marcos Molina e do Conselho de Administração, acionistas, produtores integrados, clientes, fornecedores e comunidades onde a BRF está presente.

**Miguel Gularte**  
*CEO*

## Desempenho operacional e financeiro

Destaques (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.180	1.157	1,9%	1.176	0,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>12.205</b>	<b>12.939</b>	<b>(5,7%)</b>	<b>13.178</b>	<b>(7,4%)</b>
Preço Médio (R\$/kg)	10,34	11,18	(7,5%)	11,20	(7,7%)
CPV	(10.719)	(10.956)	(2,2%)	(11.505)	(6,8%)
CPV/Kg	(9,09)	(9,47)	(4,0%)	(9,78)	(7,1%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.486</b>	<b>1.983</b>	<b>(25,1%)</b>	<b>1.673</b>	<b>(11,2%)</b>
Margem Bruta (%)	12,2%	15,3%	(3,2) p.p.	12,7%	(0,5) p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido - Op. Continuadas</b>	<b>(1.337)</b>	<b>(451)</b>	<b>196,4%</b>	<b>(1.024)</b>	<b>30,6%</b>
Margem Líquida (%)	(11,0%)	(3,5%)	(7,5) p.p.	(7,8%)	(3,2) p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido - Total Societário</b>	<b>(1.337)</b>	<b>(468)</b>	<b>186,0%</b>	<b>(1.024)</b>	<b>30,6%</b>
Margem Líquida - Total (%)	(11,0%)	(3,6%)	(7,3) p.p.	(7,8%)	(3,2) p.p.
<b>EBITDA Ajustado - Op. Continuadas</b>	<b>1.006</b>	<b>1.496</b>	<b>(32,7%)</b>	<b>607</b>	<b>65,8%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	8,2%	11,6%	(3,3) p.p.	4,6%	3,6 p.p.
<b>EBITDA Societário</b>	<b>419</b>	<b>897</b>	<b>(53,3%)</b>	<b>604</b>	<b>(30,6%)</b>
Margem EBITDA Societário (%)	3,4%	6,9%	(3,5) p.p.	4,6%	(1,2) p.p.
<b>Geração (Consumo) de Caixa</b>	<b>(695)</b>	<b>(12)</b>	<b>5645,2%</b>	<b>(1.002)</b>	<b>(30,7%)</b>
Dívida Líquida	15.268	14.266	7,0%	15.295	(0,2%)
<b>Alavancagem (Div.Líquida/EBITDA Aj. 12M)</b>	<b>3,75x</b>	<b>2,98x</b>	<b>25,5%</b>	<b>3,35x</b>	<b>11,8%</b>

Os resultados consolidados do 2T23 foram impactados por dois eventos, sem impacto na demonstração do fluxo de caixa livre, que merecem destaque conforme abaixo:

i) **Dívida designada como *hedge accounting***: impacto negativo de R\$ 549 milhões na Receita Líquida dos mercados internacionais. Este efeito é oriundo da designação contábil em 2013 da *Senior Unsecured Note* com vencimento em maio de 2023 como instrumento de proteção cambial de receita futura de exportação (*hedge accounting*). Tal designação foi descontinuada em dezembro de 2021, decorrente da alteração na Política de Gestão de Riscos Financeiros. Com o vencimento da dívida, o resultado da variação cambial do *Senior Unsecured Note* entre a data de designação até a descontinuação desta foi reclassificado do Patrimônio Líquido (Outros Resultados Abrangentes) para a Receita Líquida, conforme nota 23.2.1 ii às Informações Financeiras Intermediárias.

ii) **Hiperinflação da Turquia**: impacto de correção monetária das informações financeiras de sua subsidiária na Turquia, cuja economia passou a ser considerada hiperinflacionária. Em adição a correção monetária, conforme regra contábil aplicável, é necessário converter cada linha da demonstração do resultado acumulado em liras turcas para reais pela taxa do fim do período de reporte.

Destaques (R\$ Milhões)	Resultado Consolidado Societário	Dívida Designada como Hedge Accounting	Hiperinflação Turquia	Resultado Consolidado Gerencial
Volumes (Mil, Toneladas)	1.180	-	-	1.180
<b>Receita Líquida</b>	<b>12.205</b>	<b>549</b>	<b>408</b>	<b>13.161</b>
Preço Médio (R\$/kg)	10,34	-	-	11,16
CPV	(10.719)	-	(350)	(11.070)
CPV/Kg	(9,09)	-	-	(9,38)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.486</b>	<b>549</b>	<b>57</b>	<b>2.092</b>
Margem Bruta (%)	12,2%	-	-	15,9%
<b>EBITDA</b>	<b>419</b>	<b>549</b>	<b>37</b>	<b>1.005</b>
Margem EBITDA (%)	3,4%	-	-	7,6%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.006</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.006</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	8,2%	-	-	7,6%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>(1.337)</b>	<b>362</b>	<b>(24)</b>	<b>(1.000)</b>
Margem Líquida - Total (%)	(11,0%)	-	-	(7,6%)

A seguir, apresentaremos os resultados por segmento, na visão gerencial, ou seja, eliminando os efeitos contábeis da dívida designada como *hedge accounting* e da hiperinflação na Turquia.



**SEGMENTO  
BRASIL**



Segmento Brasil (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>6.495</b>	<b>6.536</b>	<b>(0,6%)</b>	<b>6.418</b>	<b>1,2%</b>
Preço médio (R\$/kg)	12,09	11,95	1,2%	12,25	(1,3%)
CPV	(5.222)	(5.499)	(5,0%)	(5.272)	(0,9%)
CPV/kg	(9,72)	(10,05)	(3,3%)	(10,06)	(3,4%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.273</b>	<b>1.037</b>	<b>22,7%</b>	<b>1.146</b>	<b>11,0%</b>
Margem Bruta (%)	19,6%	15,9%	3,7 p.p.	17,9%	1,7 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>627</b>	<b>427</b>	<b>46,8%</b>	<b>513</b>	<b>22,1%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	9,6%	6,5%	3,1 p.p.	8,0%	1,6 p.p.

Neste trimestre, aumentamos nosso volume de vendas no mercado doméstico, o que se traduziu em uma expansão de 1,2% t/t na receita líquida. Atingimos uma margem EBITDA de 9,6%, 1,6 p.p. acima do trimestre anterior. Nosso portfólio de produtos processados segue evoluindo em volume e rentabilidade, se aproximando de suas margens históricas gradualmente a cada trimestre. Outro destaque positivo é a queda de 3,4% t/t do nosso custo por quilo, que entre outros fatores, reflete os impactos do nosso programa de eficiência, o BRF+, que segue entregando excelentes resultados como a melhora no rendimento fabril e nos indicadores agropecuários de eclosão, mortalidade e conversão alimentar. Também evidenciamos avanços significativos na capilaridade do nosso atendimento comercial, com o crescimento de 4,5 mil clientes movimentados no 2T23 em comparação com o trimestre anterior. Progredimos também em produtividade da nossa força de vendas através da maior presença de nossos promotores nas principais lojas de varejo, o que resultou na expansão do espaço em gôndola e maior aderência aos preços sugeridos.

O preço médio de venda apresentou queda de 1,3% t/t, explicada pelo preço da proteína *in natura* no Brasil que segue abaixo da média histórica ainda como reflexo da sobreoferta de frango global e liquidação dos estoques do setor, mitigando os efeitos dos reajustes de preço que aplicamos em algumas categorias de processados.

Durante este trimestre, o cenário de consumo no Brasil continuou mostrando sinais de recuperação com o índice de confiança do consumidor atingindo 92,3<sup>1</sup> pontos em junho, superando a barreira dos 90 pontos pela primeira vez desde o início da pandemia. O Brasil também apresentou uma taxa de desemprego de 8,0%<sup>2</sup> no trimestre móvel terminado junho com a melhor taxa para o período desde 2014. Esses fatores aliados à redução da taxa de inflação<sup>3</sup>, possibilitaram uma melhora na renda média do consumidor brasileiro em relação ao ano passado<sup>4</sup>, o que estimula o consumo do nosso portfólio de processados.

## Destaques Marcas

O segundo trimestre foi um período de forte presença de Sadia na mídia, começando com ações voltadas ao público jovem. A campanha HOT BOWLS Sadia – a grande inovação da marca no ano – atingiu mais de 127 milhões de pessoas e, junto aos esforços comerciais, fez o produto alcançar 8 p.p. de *market share* valor em pratos prontos. A campanha da NBA entrou com força nacional no período dos jogos finais, reforçando atributos de superioridade de produtos de valor agregado como Nuggets e Pizzas. A Sadia também trouxe conexão com as consumidoras em uma campanha de Dia das mães, assistida por mais de 36 milhões de pessoas. Para fechar o trimestre, celebramos junto ao parceiro McDonald's, o aniversário de 40 anos dos Chicken McNuggets, produto fornecido exclusivamente pela marca Sadia. As marcas se juntaram em ações que ocorreram ao longo do último mês para comemorar com quem mais importa: o nosso consumidor!

Em junho, as novas embalagens Sadia começaram a chegar na gôndola, atraindo a atenção do consumidor. Elas são mais modernas, didáticas e únicas em relação aos competidores. Com faixas de variantes que ajudam na escolha de sabores na gôndola. As novas embalagens também oferecem conexão digital através do QR Code.

Para Perdigão, começamos o trimestre com uma campanha no Dia do Churrasco e no mês seguinte, marcamos presença no “Festival Churrasqueadas” em Indaiatuba - SP, focado no público especializado em churrasco. Fechamos

1 Fonte: Índice de Confiança do Consumidor (ICC): FGV IBRE

2 Fonte: Taxa de desemprego: IBGE

3 Fonte: Variação acumulada 12 meses. Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IPCA 3,2% em junho de 2023 versus 11,9% em junho de 2022

4 Fonte: Rendimento médio real habitual, IBGE, que atingiu R\$2.921 em junho de 2023 x R\$R\$2.750 em junho de 2022

o trimestre com um filme documental que atingiu mais de 20 milhões de visualizações, abrindo as portas da nossa fábrica de Ponta Grossa para mostrar como são produzidas as lasanhas, pizzas e massas Perdigão.

Em margarinas, mantivemos o investimento na categoria com a campanha "Cafés da Manhã Inesperados", reforçando que Qualy é a margarina preferida do Brasil e está presente em 7 de cada 10 casas brasileiras, através de ações contextualizadas na TV e no digital. Nos meses de maio e junho, Deline, marca líder no Nordeste e 2ª marca mais vendida no Brasil, veiculou a campanha "São João Deline".

Durante a APAS (Associação Paulista de Supermercados), promovemos o relançamento do nosso portfólio da linha Sadia Veg&Tal, de produtos à base de vegetais. O movimento estratégico, que tem por objetivo oferecer o maior e mais completo portfólio do mercado a consumidores que buscam sabor, praticidade e indulgência, envolve uma parceria inédita com a PlantPlus Foods, *foodtech* de alimentos *plant-based* criada pela Marfrig e a americana ADM.

Fechamos o trimestre alcançando reconhecimentos importantes para nossas marcas, Sadia conquistou o posto de 7ª marca mais escolhida na América Latina em 2022; e no ranking geral do Brasil, Qualy lidera entre as margarinas. Já no *ranking* de alimentos, Perdigão é a marca de alimentos mais escolhida do Brasil (*ranking* Kantar Brand Footprint LATAM 2023). Além dessa grande conquista, Sadia ainda alcança a posição de 10ª marca mais valiosa do Brasil, a primeira de alimentos no *ranking* Brand Finance Brasil 2023, fortificando o poder das nossas marcas.



**SEGMENTO  
INTERNACIONAL**



Segmento Internacional (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>6.058</b>	<b>6.116</b>	<b>(0,9%)</b>	<b>6.143</b>	<b>(1,4%)</b>
Preço médio (R\$/kg)	11,51	12,80	(10,1%)	11,48	0,3%
CPV	(5.391)	(4.802)	12,3%	(5.782)	(6,8%)
CPV/kg	(10,24)	(10,05)	1,9%	(10,80)	(5,2%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>667</b>	<b>1.314</b>	<b>(49,2%)</b>	<b>361</b>	<b>84,9%</b>
Margem Bruta (%)	11,0%	21,5%	(10,5) p.p.	5,9%	5,1 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>241</b>	<b>963</b>	<b>(75,0%)</b>	<b>(106)</b>	<b>n.m.</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	4,0%	15,7%	(11,8) p.p.	(1,7%)	5,7 p.p.

No segundo trimestre de 2023, pudemos observar uma melhora dos preços em dólares na maioria dos mercados internacionais nos quais atuamos, mostrando recuperação em relação ao trimestre passado. De acordo com a Secretária de Comércio Exterior (SECEX), o preço em dólares da carne frango apresentou aumento de 1,0%<sup>5</sup> t/t enquanto a proteína suína recuperou 3,6%<sup>6</sup> t/t. Contudo, apesar dessa recuperação no 2T23 nossa receita líquida retraiu 1,4% t/t, principalmente em função: i) da depreciação do dólar frente ao real, onde observamos a Ptax média do 1T23 em R\$5,20 versus R\$4,95 no 2T23<sup>7</sup>, uma queda de 4,8%, e ii) da redução de volumes no segmento Halal por conta do efeito sazonal do Ramadã que impactou positivamente o 1º trimestre de 2023. Já na comparação anual, os volumes cresceram significativamente, no entanto a queda de preços das proteínas influenciada pelas alterações de oferta, sobretudo de frango, no período justificou a retração da receita líquida em 0,9%.

No mercado Halal, observamos um aumento do preço em dólares do *griller*, o principal produto que comercializamos na região no qual temos 60% de *share* da exportação do Brasil para Oriente Médio. Apesar dessa melhora, durante o 2T23, os preços ainda se mantiveram bastante pressionados pelo ainda existente desequilíbrio entre oferta e demanda de frango nesta geografia. Na Turquia, a nossa estratégia de redimensionar a produção e priorizar o portfólio de valor agregado se traduziu em incremento de preços e recomposição de margens.

O mercado asiático foi o que apresentou a maior recuperação de preços. Segundo a SECEX, a carne de frango apresentou aumento de 2,4%<sup>8</sup> t/t para o Japão, 3,5%<sup>9</sup> t/t para a Coreia do Sul e se manteve estável na China, com um aumento marginal de 0,1%<sup>10</sup> t/t. Lembrando apenas, que durante o primeiro trimestre de 2023 a China foi o melhor mercado na Ásia com relação a preço e volumes. Enfatizamos que as recém conquistadas autorizações de exportação para a China das unidades Lajeado Minuano (frango), Marau (frango) e Lucas do Rio Verde (frango e suíno), nos proporcionam relevante capacidade de produção e comercialização de proteínas, além de promover flexibilidade e maior agilidade para capturar as melhores oportunidades de mercado.

Nas Exportações Diretas, obtivemos uma recuperação gradual em relação ao 1T23, em função da reversão de tendência do preço das proteínas nos mercados internacionais. Contudo, fomos impactados pelo efeito do mix de produtos e pela depreciação do dólar frente ao real. Seguimos prospectando oportunidades de mercado como forma de ampliar as alternativas de negócios e maximizar as receitas de exportação. No 2T23, conquistamos 15 habilitações para exportações para Ásia (China, Japão e Singapura), África do Sul e Argentina.

Seguimos ampliando a participação da BRF nas exportações brasileiras, com destaque para o aumento de 3,2<sup>11</sup> p.p. nas exportações de carne de frango para os países das Américas e de 5,4<sup>12</sup> p.p. nas exportações de carne suína para a China.

## Destaques Marcas

O segundo trimestre foi marcado por uma campanha bem-sucedida do Ramadã que comunicou com eficácia a conveniência e a versatilidade da linha Sadia Easy & Juicy. A campanha alcançou alto desempenho, garantindo uma forte presença da Sadia durante o Ramadã, empregando um mix de mídia diversificado e alcançando um público de 32 milhões de pessoas nos países do GCC. A campanha criativa transmitiu com eficácia os benefícios funcionais do produto e

5 Fonte: Secretária de Comércio Exterior – SECEX – Variação do preço em dólares das exportações brasileiras de carne de frango 2T23 vs 1T23

6 Fonte: Secretária de Comércio Exterior – SECEX – Variação do preço em dólares das exportações brasileiras de carne suína 2T23 vs 1T23

7 Fonte: Banco Central do Brasil – Fechamento Ptax do Dólar dos EUA no período informado

8 Fonte: Secretária de Comércio Exterior – SECEX – Variação do preço em dólares das exportações brasileiras de carne de frango para o Japão 2T23 vs 1T23

9 Fonte: Secretária de Comércio Exterior – SECEX – Variação do preço em dólares das exportações brasileiras de carne de frango para a Coreia do Sul 2T23 vs 1T23

10 Fonte: Secretária de Comércio Exterior – SECEX – Variação do preço em dólares das exportações brasileiras de carne de frango para a China 2T23 vs 1T23

11 Fonte: Secretária de Comércio Exterior – SECEX e dados internos BRF – junho/23 vs 1T23

12 Fonte: Secretária de Comércio Exterior – SECEX e dados internos BRF – junho/23 vs 1T23

estabeleceu uma conexão emocional, resultando em alta audiência e engajamento do consumidor. Conseqüentemente, a linha Easy & Juicy apresentou um crescimento substancial em termos de volume e valor líquido de vendas durante o Ramadã, alinhando-se com nossa estratégia de valor agregado na região. Neste trimestre, atingimos 18% de participação de produtos de valor agregado no nosso volume de vendas no GCC e o market share manteve-se estável em 36,7%<sup>13</sup>.

Lançamos 2 novos skus alinhados com a estratégia de aumento do valor agregado no portfólio, complementando a linha Easy & Juicy com sabores tradicionais locais muito consumidos na região – Tikka e Tawook.

A BRF mantém a liderança em todas as subcategorias no mercado turco no acumulado de 2023 em *market share* valor. Banvit atingiu 19,1% em Frango in natura e 24,6% em Refeição Pronta.

---

<sup>13</sup> Fonte: Nielsen

**OUTROS  
SEGMENTOS**



## Outros Segmentos

Outros Segmentos (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>609</b>	<b>678</b>	<b>(10,2%)</b>	<b>630</b>	<b>(3,4%)</b>
Preço médio (R\$/kg)	5,24	5,12	2,3%	5,39	(2,8%)
CPV	(457)	(503)	(9,2%)	(455)	0,5%
CPV/kg	(3,93)	(3,80)	3,5%	(3,89)	1,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>152</b>	<b>175</b>	<b>(13,1%)</b>	<b>175</b>	<b>(13,4%)</b>
Margem Bruta (%)	25,0%	25,8%	(0,8) p.p.	27,8%	(2,9) p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>101</b>	<b>130</b>	<b>(22,5%)</b>	<b>118</b>	<b>(14,6%)</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	16,6%	19,2%	(2,6) p.p.	18,8%	(2,2) p.p.

O resultado de Outros Segmentos apresentou uma retração de 3,4% t/t na receita líquida, e de 2,2 p.p. t/t na margem EBITDA ajustada, sendo as principais justificativas para a menor rentabilidade, os volumes e preços de Ingredientes. A evolução do indicador de rendimento do programa de eficiência BRF+ reduz automaticamente a oferta de produtos disponíveis para o segmento de Ingredientes, o que impacta positivamente o portfólio *core* da Companhia maximizando as receitas totais. A redução de preços segue influenciada pelo cenário vigente das proteínas e pelas variações de mix de produtos. Contudo, em Ingredientes seguimos ampliando a diversificação de destinos de exportação para farinhas e gorduras animais fortalecendo a presença no Sudeste Asiático, além de termos ampliado a capacidade de produção de hidrolisados, produto com alto valor agregado, em nossa unidade de Concórdia.

Em Pet Food, aumentamos o volume de vendas em 5,3% e o preço médio em 0,6% com contribuição importante da expansão das vendas diretas com o novo modelo de *Go to Market* que já permitiu, nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, um crescimento de mais de 50% dos volumes do segmento Super Premium com o fortalecimento do nível de serviço. No segundo trimestre de 2023 implementamos também o modelo de distribuição direta na região Sul.

## Destaques Marcas

**Pet:** No 2T23, iniciamos campanha nacional de publicidade da marca GranPlus, estreando filme publicitário em TV aberta além de YouTube e redes sociais, com mais de 72 milhões de visualizações no primeiro mês de veiculação. A marca é a única do segmento especializado com esforço de comunicação nacional em TV e assinamos também parceria com o chefe de cozinha e jurado do MasterChef, Rodrigo Oliveira, dono do aclamado Restaurante Mocotó e embaixador da marca nos canais digitais, reforçando a qualidade nutricional e os atributos de sabor da marca. Já as marcas Super Premium Naturais, Biofresh e Guabi Natural, seguem líderes no segmento mais rentável do mercado e patrocinaram os principais eventos da medicina-veterinária do país, Anclivepa e Cat Congress, além de conquistarem para BRF Pet a segunda posição<sup>14</sup> no ranking de melhor valor percebido pelos profissionais de veterinária.

## Corporate

Corporate (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
Lucro Bruto	(0)	0	n.m	0	n.m
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>38</b>	<b>(24)</b>	<b>n.m.</b>	<b>82</b>	<b>(54,0%)</b>

Neste trimestre, o resultado do segmento Corporate é explicado majoritariamente pelo ganho de capital contabilizado na alienação de ativos *non core* e por outros efeitos líquidos. Maiores detalhamentos disponíveis na nota explicativa 24 às demonstrações financeiras.

<sup>14</sup> Fonte: Pesquisa CVA Veterinários 2023

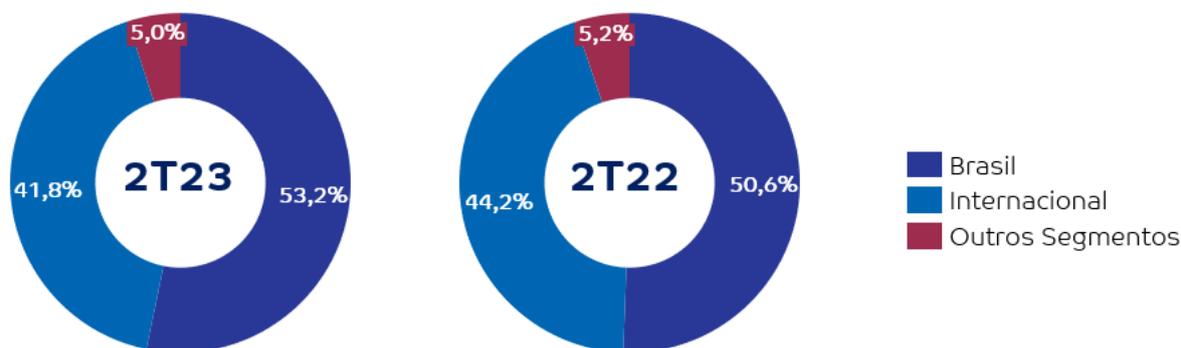


**DESEMPENHO  
CONSOLIDADO**



## 1 - Receita Operacional Líquida

ROL (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.180	1.157	1,9%	1.176	0,3%
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>12.205</b>	<b>12.939</b>	<b>(5,7%)</b>	<b>13.178</b>	<b>(7,4%)</b>
Preço Médio (ROL)	10,34	11,18	(7,5%)	11,20	(7,7%)



Neste trimestre, observou-se uma retração de 7,4% da receita líquida na comparação com o trimestre anterior explicada principalmente pelo efeito cambial da desvalorização do dólar frente ao real afetando nossas receitas dos mercados internacionais, pelos impactos da hiperinflação da Turquia em R\$ 408 milhões e pela contabilização da variação cambial da dívida designada como *hedge accounting* em R\$ 549 milhões.

Eliminando os efeitos da hiperinflação da Turquia e da dívida designada como *hedge accounting*, a receita líquida consolidada gerencial atingiu R\$ 13.161 milhões no 2T23<sup>15</sup>.

### Estratégia de Proteção do Resultado Operacional – *hedge accounting*

Os efeitos dos instrumentos financeiros para proteção cambial do resultado totalizaram + R\$100,7 milhões no 2T23, conforme a Nota Explicativa 23.2 das Informações Financeiras Intermediárias, e são decorrentes das posições liquidadas no trimestre, cuja contratação ocorreu ao longo dos 12 meses anteriores à sua liquidação.

Formação dos instrumentos derivativos liquidados no 2T23	3T22	4T22	1T23	2T23
Nacional Acumulado Contratado (US\$ Milhões)	20	75	388	553
Taxa de Câmbio Contratada (BRL/USD)*	5,56	5,53	5,36	5,27

\* Taxa média ponderada

De forma análoga, a posição a vencer, conforme a Nota Explicativa 23.2.1.ii das Informações Financeiras Intermediárias, encontra-se abaixo.

Instrumentos derivativos por vencimento - US\$ Milhão	3T23	4T23	1T24	2T24
Nacional a vencer	422	113	58	5
Taxa de Câmbio contratada (BRL/USD)*	5,18	5,40	5,47	5,27

\* Taxa média ponderada

A Companhia pode realizar contratações adicionais de proteção de fluxo de caixa, conforme previsto em sua Política de Gestão de Riscos Financeiros, sempre lastreadas nas receitas futuras de exportação, na medida em que a sua probabilidade evolua e assumindo um horizonte temporal definido de até 12 meses. Para fins do hedge de fluxo de caixa, ressaltamos que o seu objetivo é a proteção do resultado operacional e a redução da volatilidade, não permitindo, em hipótese alguma, a contratação de instrumentos financeiros derivativos para fins especulativos.

<sup>15</sup> Vide conciliação entre resultado societário e gerencial na página 6 deste relatório.

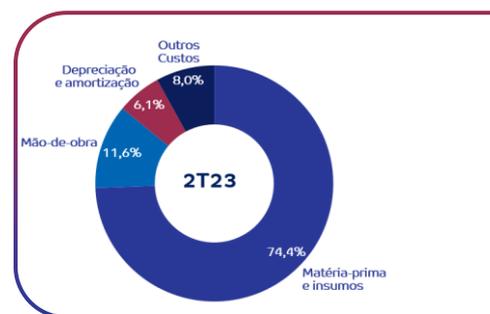
## 2 – Custo, Despesas e Outros Resultados Operacionais

### Custo dos Produtos Vendidos (CPV)

CPV (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Custo dos Produtos Vendidos</b>	<b>(10.719)</b>	<b>(10.956)</b>	<b>(2,2%)</b>	<b>(11.505)</b>	<b>(6,8%)</b>
CPV/kg	(9,09)	(9,47)	(4,0%)	(9,78)	(7,1%)

No 2T23, observamos uma redução significativa do custo unitário tanto na comparação com o mesmo período de 2022, com uma redução de 4,0%, quanto na comparação com o trimestre anterior, com uma redução de 7,1%, sendo explicado principalmente:

i) pelos efeitos do nosso programa de eficiência, o BRF+, que avançou em praticamente todas as frentes, sendo os progressos mais relevantes e com maior impacto no resultado, a evolução dos indicadores agropecuários, como eclosão, que evoluiu 3,6 p.p. a/a e 1,8 p.p. t/t., assim como a mortalidade do frango, que reduziu 1,8 p.p. a/a e 0,4 p.p. t/t. Também podemos destacar a redução de 2,3% a/a e 1,8% t/t na conversão alimentar de frangos e de 1,3% a/a e 0,7% t/t em suínos. Na indústria, podemos destacar o indicador de rendimento *in natura*, que evoluiu 2,5 p.p. a/a e 1,8 p.p. t/t. Lembrando apenas que os valores de captura serão sempre refletidos no resultado, obedecendo o giro de estoque da nossa cadeia.



ii) pela redução do preço dos óleos usados como matéria-prima nas margarinas, sendo o efeito mais relevante no óleo de soja que apresentou queda de 35,1%<sup>16</sup> a/a e 16,1%<sup>17</sup> t/t. Também houve redução com relação ao mesmo período do ano passado, nos óleos de palma e palmiste.

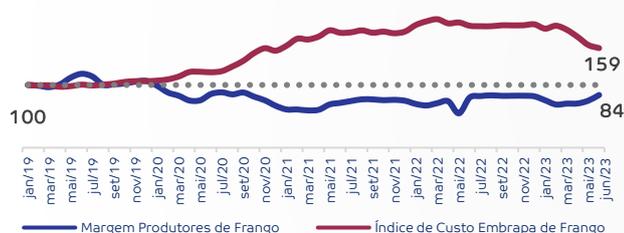
iii) pela redução dos preços dos combustíveis em relação ao 1T23 (diesel ANP -11,6%<sup>18</sup> t/t e bunker VLSFO de -8,5%<sup>19</sup> t/t), impactando nossos custos com fretes nos mercados doméstico e internacional.

iv) pelo impacto positivo de R\$ 350 milhões da hiperinflação da Turquia.

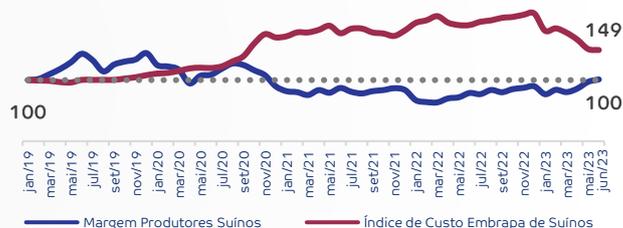
Eliminando o efeito da hiperinflação da Turquia, o custo dos produtos vendidos proforma atingiu R\$ 11.070 milhões (R\$ 9,38/kg) no 2T23.

Ao analisar o índice do custo teórico ICP Embrapa<sup>20</sup>, observa-se uma redução do custo de produção do frango e suíno, principalmente explicado pela redução dos custos nas rubricas “nutrição” e “transporte”, fazendo com que ocorra uma retomada nas margens dos produtores de frango e suíno<sup>21</sup>. Contudo, as margens para a produção de frango seguem abaixo da média histórica.

Evolução do Índice de Custo Embrapa e Margem dos Produtores de **Frango (Base 100)**



Evolução do Índice de Custo Embrapa e Margem dos Produtores de **Suínos (Base 100)**



16 Variação da média móvel de 6 meses do preço do óleo de soja, 2T23 vs 2T22. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ.

17 Variação da média móvel de 6 meses do preço do óleo de soja, 2T23 vs 1T23. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ.

18 Fonte: ANP – Agência Nacional do Petróleo, Gás natural e Biocombustíveis (média 2T23 vs média 1T23).

19 Variação da média trimestral (2T23 x 1T23) do preço do bunker VLSFO nos portos de Rotterdam, Fujairah, Houston, Singapura.

20 Variação do índice do custo de produção Embrapa (ICP Frango e ICP Suíno), disponibilizado publicamente no site [www.embrapa.br](http://www.embrapa.br)

21 Fonte: Bloomberg, CEPEA-Esalq, SECEX e IBGE. Preço do frango inteiro e carcaça suína em relação ao custo da ração ajustado pelo ciclo do frango e do suíno.

## Despesas Operacionais

Despesas Operacionais (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Despesas com Vendas</b>	<b>(1.740)</b>	<b>(1.663)</b>	<b>4,6%</b>	<b>(1.777)</b>	<b>(2,1%)</b>
% sobre a ROL	(14,3%)	(12,8%)	(1,4) p.p.	(13,5%)	(0,8) p.p.
<b>Despesas Administrativas e Honorários</b>	<b>(159)</b>	<b>(177)</b>	<b>(10,1%)</b>	<b>(160)</b>	<b>(0,2%)</b>
% sobre a ROL	(1,3%)	(1,4%)	0,1 p.p.	(1,2%)	(0,1) p.p.
<b>Despesas Operacionais Totais</b>	<b>(1.899)</b>	<b>(1.840)</b>	<b>3,2%</b>	<b>(1.937)</b>	<b>(2,0%)</b>
% sobre a ROL	(15,6%)	(14,2%)	(1,3) p.p.	(14,7%)	(0,9) p.p.

O indicador percentual de despesas operacionais sobre a receita líquida variou negativamente em 0,9 p.p na comparação com o 1T23 influenciado pelos impactos sobre a receita da dívida designada como *hedge accounting* e hiperinflação da Turquia. Excluindo os impactos mencionados o indicador manteve-se estável entre os períodos.

Na comparação com o mesmo período de 2022, observamos uma variação negativa de 1,3 p.p. das despesas operacionais sobre a receita, sendo explicada sobretudo pelo aumento significativo dos gastos logísticos em função do reajuste das tarifas de fretes e combustíveis que ocorreram a partir do 2º semestre de 2022 sendo renegociadas durante o trimestre vigente. Na visão gerencial a variação foi negativa em 0,9 p.p. no período observado.



Para maior detalhamento dessa rubrica, vide nota explicativa 28 às demonstrações financeiras.

## Outros Resultados Operacionais

Outros Resultados Operacionais (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Outros Resultados Operacionais</b>	<b>53</b>	<b>(3)</b>	<b>n.m.</b>	<b>84</b>	<b>(37,3%)</b>
% sobre a ROL	0,4%	(0,0%)	0,5 p.p.	0,6%	(0,2) p.p.

Este desempenho é majoritariamente explicado pela recuperação de despesas e pela alienação de ativos *non core*. Para maior detalhamento dessa rubrica, vide nota explicativa 26 às demonstrações financeiras referentes ao exercício findo em 30 de junho de 2023.

## 3 – Resultado Financeiro Líquido

Resultado Financeiro (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>216</b>	<b>183</b>	<b>17,8%</b>	<b>198</b>	<b>9,1%</b>
Juros sobre e caixa e equivalentes de caixa	119	85	40,6%	110	8,4%
Juros sobre tributos a recuperar	77	82	(6,0%)	66	17,0%
Outras receitas financeiras	20	17	18,2%	23	(10,5%)
<b>Despesas financeiras</b>	<b>(1.131)</b>	<b>(895)</b>	<b>26,4%</b>	<b>(1.039)</b>	<b>8,9%</b>
Juros sobre empréstimos e financiamentos	(576)	(430)	33,8%	(537)	7,3%
Juros sobre contingências e arrendamentos	(149)	(121)	22,9%	(99)	50,1%
Ajuste a valor presente	(264)	(239)	10,6%	(263)	0,2%
Outras despesas financeiras	(142)	(104)	36,5%	(140)	1,8%
<b>Variações cambiais e resultado de derivativos, líquidos</b>	<b>(184)</b>	<b>101</b>	<b>(282,0%)</b>	<b>(19)</b>	<b>871,5%</b>
Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários	140	(656)	(121,4%)	143	(1,9%)
Variações cambiais de derivativos	(253)	661	(138,3%)	(109)	132,3%
Juros e valor justo de derivativos	(126)	(178)	(29,3%)	(137)	(8,5%)
Ganhos ou Perdas Monetários Líquidos	54	275	(80,4%)	84	(36,0%)
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(1.099)</b>	<b>(610)</b>	<b>80,2%</b>	<b>(860)</b>	<b>27,8%</b>
<b>Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários e derivativos</b>	<b>(112)</b>	<b>4</b>	<b>(2708,3%)</b>	<b>34</b>	<b>(426,4%)</b>

Os principais componentes do resultado financeiro líquido foram agrupados nas categorias a seguir:

### Receitas financeiras:

Ganho financeiro de R\$33 milhões no 2T23 em comparação ao 2T22 decorrente da melhor remuneração sobre a posição de liquidez devido à maior taxa de juros (CDI) observada no período e melhor rentabilidade do caixa.

### Despesas Financeiras:

Decorrem do efeito das seguintes contas abaixo descritas:

- **Juros sobre empréstimos e financiamentos:** Aumento das despesas de juros no 2T23 em R\$ 145 milhões, majoritariamente pelo maior CDI no período (DI acum. 3,25% no 2T23 vs. 2,95% no 2T22) e ao maior saldo da dívida exposta ao CDI que contempla as novas captações de dívidas bilaterais e o resultado da estratégia dos swaps.
- **Juros sobre contingências e arrendamentos:** Maiores despesas no 2T23 em R\$ 28 milhões devido principalmente a maiores juros sobre contingências cíveis e tributárias.
- **Ajuste a valor presente (AVP):** Aumento reflete maiores taxas de juros na comparação entre os períodos. O AVP refere-se ao encargo financeiro associado aos prazos de pagamento das contas de clientes e fornecedores, com contrapartida no lucro bruto.
- **Outras despesas financeiras:** Inclui tarifas bancárias, despesas com cessão e seguro de crédito, tributos sobre receitas financeiras, provisão para deságio de créditos tributários, dentre outros efeitos. Maiores despesas financeiras no 2T23 devido principalmente à correção pela Selic do Acordo de Leniência em -R\$38MM.

### Variações monetárias, cambiais e resultado de derivativos:

A Companhia possui ativos e passivos financeiros denominados em moedas estrangeiras, cujas variações cambiais afetam o resultado financeiro. A Companhia contrata instrumentos financeiros derivativos para proteção desta exposição cambial líquida de balanço, conforme nota explicativa 23.2.1 às demonstrações financeiras. No 2T23, o impacto das variações cambiais de ativos e passivos monetários, incluindo a variação cambial de derivativos de proteção da exposição cambial de balanço, totalizou -R\$ 112 milhões, principalmente pelas oscilações de moedas emergentes as quais a companhia tem moderada exposição, tais como a Lira Turca e o Kwana Angolano, que apresentaram variações importantes neste trimestre. O montante de juros e valor justo de derivativos somou -R\$ 126 milhões. Por fim, foram reconhecidos ganhos monetários de +R\$ 54 milhões pelo impacto relativo à hiperinflação das operações na Turquia.

## 4 – Lucro (Prejuízo) Líquido

Lucro / (Prejuízo) Líquido (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido - Op. Continuadas</b>	<b>(1.337)</b>	<b>(451)</b>	<b>196,4%</b>	<b>(1.024)</b>	<b>30,6%</b>
Margem Líquida (%) - Op. Continuadas	(11,0%)	(3,5%)	(7,5) p.p.	(7,8%)	(3,2) p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido - Total Societário</b>	<b>(1.337)</b>	<b>(468)</b>	<b>186,0%</b>	<b>(1.024)</b>	<b>30,6%</b>
Margem Líquida (%) - Total Societário	(11,0%)	(3,6%)	(7,3) p.p.	(7,8%)	(3,2) p.p.

A Companhia apurou prejuízo de R\$ 1.337 milhões no 2T23 explicado principalmente pelo i) resultado operacional bastante afetado pelo preço das proteínas, especialmente frango, que segue fragilizado em diversas localidades comprometendo a rentabilidade do portfólio in natura globalmente, ii) do impacto da dívida designada como *hedge accounting*, e iii) despesas financeiras líquidas em R\$ 1.099 milhões.

Neste trimestre, o resultado líquido gerencial, no qual excluimos os efeitos da dívida designada como *hedge accounting* e da hiperinflação da Turquia, foi um prejuízo de R\$ 1.000 milhões.

## 5 – EBITDA Ajustado

EBITDA (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Resultado Líquido Consolidado - Op. Continuadas</b>	<b>(1.337)</b>	<b>(451)</b>	<b>196,4%</b>	<b>(1.024)</b>	<b>30,6%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(123)	(19)	566,4%	(16)	680,4%
Financeiras Líquidas	1.099	610	80,2%	860	27,8%
Depreciação e Amortização	781	757	3,1%	784	(0,4%)
<b>EBITDA</b>	<b>419</b>	<b>897</b>	<b>(53,3%)</b>	<b>604</b>	<b>(30,6%)</b>
Margem EBITDA (%)	3,4%	6,9%	(3,5) p.p.	4,6%	(1,2) p.p.
Impactos Operação Carne Fraca/Trapaça	0,7	0,2	n.m.	2	(68,2%)
Reestruturação Corporativa	-	12	n.m.	-	n.m.
Gastos com aquisições e integrações	-	0,3	-	-	n.m.
Hedge Accounting - Dívidas	549	445	-	-	n.m.
Efeitos da Hiperinflação	37	142	(73,9%)	0,3	11178,3%
Resultado da equivalência patrimonial	0,9	(0,1)	(1181,3%)	0,02	4988,2%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.006</b>	<b>1.496</b>	<b>(32,7%)</b>	<b>607</b>	<b>65,8%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	8,2%	11,6%	(3,3) p.p.	4,6%	3,6 p.p.

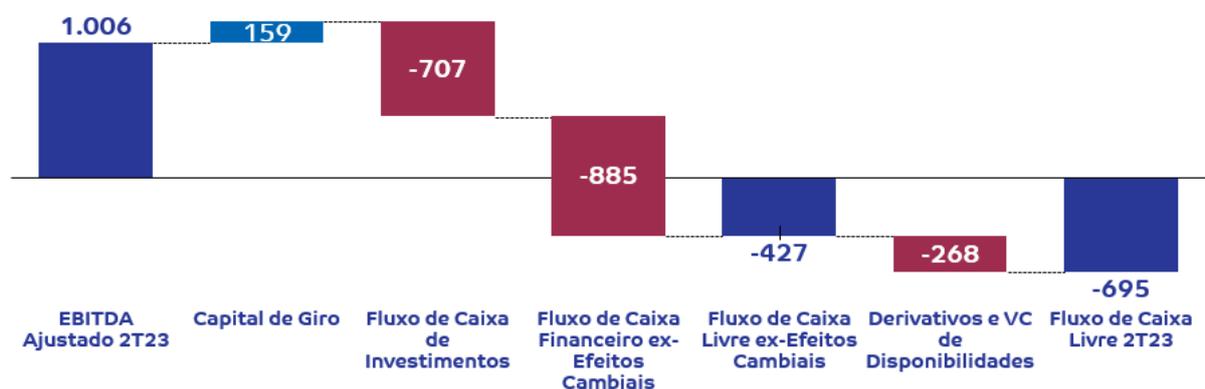
## 6 – Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa Livre (R\$ Milhões)	2T23	2T22	LTM
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.006</b>	<b>1.496</b>	<b>4.077</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>31</b>	<b>(437)</b>	<b>368</b>
Δ Clientes	60	(452)	47
Δ Estoques	990	(93)	1.310
Δ Fornecedores	(1.018)	107	(989)
<b>Outras variações</b>	<b>128</b>	<b>(98)</b>	<b>294</b>
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>1.166</b>	<b>961</b>	<b>4.739</b>
CAPEX com IFRS16	(839)	(989)	(3.509)
<b>Fluxo de Caixa Operacional c/ Capex</b>	<b>327</b>	<b>(28)</b>	<b>1.229</b>
M&A e Venda de ativos	131	5	60
<b>Fluxo de Caixa de Investimentos</b>	<b>(707)</b>	<b>(983)</b>	<b>(3.449)</b>
Financeiras - efeito caixa	(504)	(470)	(1.401)
Juros recebidos	131	87	501
Juros pagos	(512)	(365)	(2.098)
<b>Fluxo de Caixa Financeiro ex-efeitos cambiais</b>	<b>(885)</b>	<b>(747)</b>	<b>(2.998)</b>
<b>Fluxo de Caixa Livre ex-efeitos cambiais</b>	<b>(427)</b>	<b>(770)</b>	<b>(1.708)</b>
Derivativos (caixa)	(164)	409	(70)
VC de Disponibilidades	(104)	349	(212)
<b>Fluxo de Caixa Financeiro</b>	<b>(1.153)</b>	<b>11</b>	<b>(3.280)</b>
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>(695)</b>	<b>(12)</b>	<b>(1.991)</b>
Captações/Amortizações	(346)	(1.060)	1.543
<b>Variação de Caixa</b>	<b>(1.041)</b>	<b>(1.072)</b>	<b>(448)</b>

\* A demonstração do fluxo de caixa livre acima não segue a mesma metodologia da demonstração do fluxo de caixa contábil apresentada nas Demonstrações Financeiras, vide conciliação na página 28 deste relatório.

### Fluxo de Caixa Livre

A expansão do fluxo de caixa operacional, aliada aos menores dispêndios com Capex, proporcionaram a evolução do fluxo de caixa livre ex-efeitos cambiais, que finalizou o trimestre superior em R\$343 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior e superior em R\$ 484 milhões em relação ao 1T23. Abaixo, apresentamos o detalhamento dos componentes do fluxo de caixa livre:



## Fluxo de Caixa Operacional e Ciclo de Conversão de Caixa

No 2T23, o fluxo de caixa operacional atingiu +R\$1.166 milhões, aumento de R\$205 milhões em comparação ao 2T22 e de R\$ 293 milhões em relação ao 1T23, como reflexo da contínua redução do ciclo de conversão de caixa.

O ciclo de conversão de caixa da Companhia encerrou o 2T23 entre os menores patamares históricos, com 5,6 dias, queda de 9,5 dias em relação ao mesmo período do ano anterior e queda de 2,0 dias em relação 1T23. A variação contra o 2T22 foi devido principalmente à redução do prazo médio de estoques.

## Fluxo de Caixa de Investimentos

O fluxo de caixa de investimentos totalizou R\$ 707 milhões no 2T23, R\$ 276 milhões menor que o 2T22 em virtude de menores dispêndios com Capex e do recebimento pela venda das fazendas, que fazem parte do plano de desmobilização da Companhia.

O Capex realizado no trimestre totalizou R\$ 839 milhões, um aumento de 1,5% frente ao trimestre anterior. Observou-se o balanceamento da carteira de investimentos em ativos fixos, com aumento da participação de projetos de eficiência e suporte nos investimentos totais, quando comparado ao 1T23.

Foram destinados R\$ 305 milhões para crescimento, eficiência e suporte; R\$ 344 milhões para ativos biológicos e R\$ 189 milhões para arrendamento mercantil e outros, conforme tabela abaixo:

CAPEX (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
Crescimento	(36)	(156)	(76,8%)	(73)	(50,4%)
Eficiência	(78)	(100)	(21,7%)	(41)	90,9%
Suporte	(191)	(210)	(9,1%)	(151)	26,4%
Ativos Biológicos	(344)	(319)	7,9%	(358)	(3,8%)
Arrendamento Mercantil e Outros	(189)	(204)	(7,3%)	(204)	(7,3%)
<b>Total</b>	<b>(839)</b>	<b>(989)</b>	<b>(15,2%)</b>	<b>(827)</b>	<b>1,4%</b>
Total M&A e venda de ativos	131	5	2304,4%	3	3930,5%
<b>Total - CAPEX + M&amp;A e venda de ativos</b>	<b>(707)</b>	<b>(984)</b>	<b>(28,1%)</b>	<b>(824)</b>	<b>(14,1%)</b>

Dentre os principais projetos do 2T23 destacam-se:

### Crescimento:

- Projetos para permitir habilitação em novos mercados;
- Gastos para finalização da ampliação da capacidade de produção no mercado externo na unidade de Bandirma – Turquia; aumento da capacidade de proteínas hidrolisadas na unidade de Concórdia – SC; e linhas de processados em Concórdia - SC e Videira – SC
- Investimentos para incrementar produção de ração em Gaurama – RS e Uberlândia – MG, para atendimento, respectivamente, às cadeias de suínos e aves.

## Eficiência:

- Investimentos para aumento de rendimento e produtividade nas unidades de Capinzal – SC, Concórdia – SC, Chapecó – SC, Lucas do Rio Verde – MT, Rio Verde – GO, Campos Novos – SC e Uberlândia – MG;
- Projetos para melhoria de conversão alimentar e eficiência agropecuária nas fábricas de ração com destaque para as unidades de: Carambeí – PR, Catanduvas – SC, Chapecó – SC, Concórdia – SC, Dourados – MS, Nova Mutum – MT e Uberlândia – MG;
- Projetos para aumento de eficiência no consumo de utilidades nas Indústrias;
- Aumento do volume de produção de presunto nas unidades de Toledo – PR e Uberlândia – MG;
- Avanço na jornada digital com ferramentas para gestão atrelado à eficiência operacional em processos de Controladoria, Logística e Planejamento de produção.

## Suporte:

- Renovação de licenças necessárias para manutenção das atividades da Companhia relacionadas à Tecnologia da Informação;
- Reposição de ativos do parque fabril;
- Projetos para adequação das unidades às normas e legislações, renovação das licenças de operação e mitigação de riscos operacionais;
- Projetos para melhorias das condições de trabalho de funcionários nos processos de produção;
- Projetos da jornada digital na implementação de programas de gestão e suporte operacional, com destaque para processos de manutenção industrial e vídeo-auditorias.
- Manutenção das operações florestais e de transporte de aves.

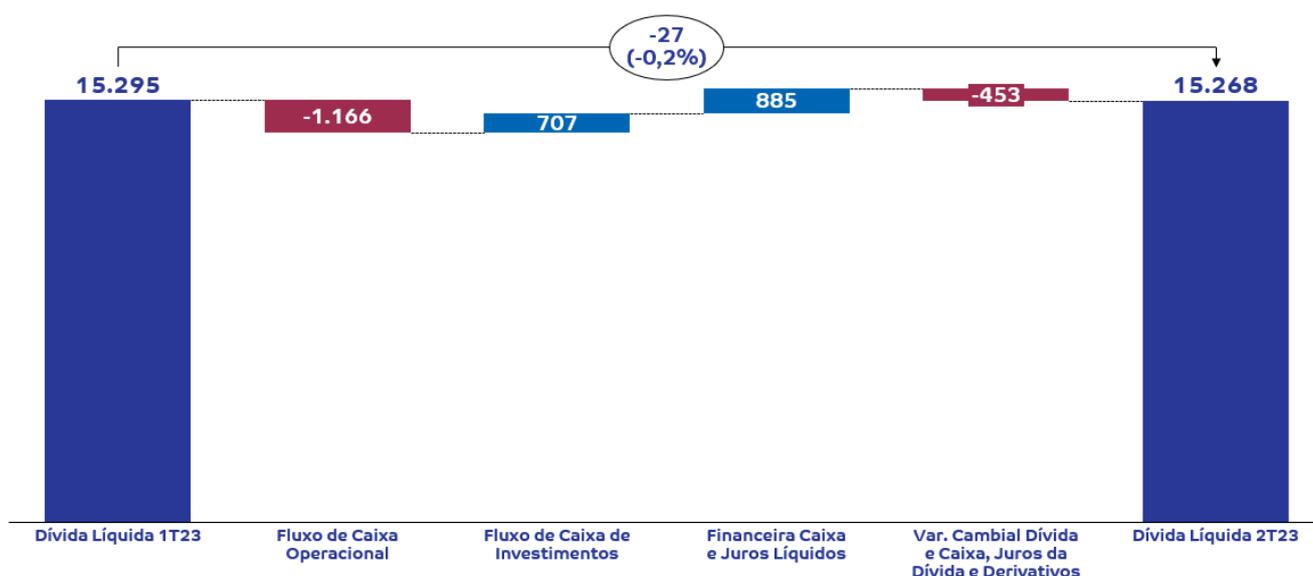
## Fluxo de Caixa Financeiro

Os gastos com juros líquidos e despesas financeiras com efeito caixa apresentaram um aumento de R\$ 138 milhões em relação ao 2T22, principalmente pelo maior dispêndio em juros líquidos de R\$ 104 milhões por conta do ambiente de taxas de juros mais elevadas e aumento da dívida líquida na comparação entre períodos. Ao incorporar os efeitos cambiais de derivativos de proteção de balanço patrimonial e Variação Cambial de Disponibilidades, o fluxo de caixa financeiro totalizou um consumo de caixa de R\$ 1,15 bilhão no 2T23 influenciado pela apreciação do câmbio de 5,1% no trimestre.

## 7- Endividamento

Endividamento (R\$ Milhões)	Em 30.06.2023			Em 31.03.2023	
	Circulante	Não Circulante	Total	Total	Δ %
Moeda Nacional	(1,885)	(7,856)	(9,741)	(9,386)	3.8%
Moeda Estrangeira	(3,400)	(10,476)	(13,876)	(15,299)	(9.3%)
<b>Endividamento Bruto</b>	<b>(5,286)</b>	<b>(18,332)</b>	<b>(23,617)</b>	<b>(24,685)</b>	<b>(4.3%)</b>
<b>Caixa e Aplicações*</b>					
Moeda Nacional	4,398	111	4,509	5,724	(21.2%)
Moeda Estrangeira	3,523	317	3,840	3,667	4.7%
Total Aplicações	7,921	428	8,349	9,390	(11.1%)
<b>Endividamento Líquido</b>	<b>2,635</b>	<b>(17,904)</b>	<b>(15,268)</b>	<b>(15,295)</b>	<b>(0.2%)</b>

\* O caixa considerado é composto por: Caixa e Equivalentes de Caixa, Aplicações Financeiras e Caixa Restrito.



As captações do trimestre totalizaram R\$ 1,2 bilhão, concentradas em linhas bilaterais, e as liquidações totalizaram R\$ 1,5 bilhão, devido principalmente à amortização do *senior unsecured note (bond 2023)*. O prazo médio do endividamento encerrou o 2T23 em 7,2 anos, redução de 0,1 ano em comparação ao 1T23.

O endividamento líquido totalizou R\$ 15.268 milhões no 2T23, redução de R\$ 27 milhões quando comparado ao 1T23. A alavancagem líquida da Companhia, medida pela razão entre o endividamento líquido e o EBITDA Ajustado dos últimos doze meses, atingiu 3,75x no 2T23 vs. 3,35x no 1T23 (alavancagem equivalente em USD atingiu 4,00 no 2T23 vs. 3,39 no 1T23). Na visão proforma, considerando os efeitos do follow-on, a Companhia atinge uma alavancagem líquida de 2,42x no 2T23.

No curso normal dos negócios, a Companhia pode considerar, de tempos em tempos, a recompra de quaisquer de suas *senior unsecured notes (bonds)*, debêntures ou Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA), sujeito às condições de mercado, como alternativa para redução do custo de capital e melhor equalização da indexação cambial do perfil de endividamento. Tais recompras podem ocorrer inclusive por meio de transações no mercado aberto. Em conformidade às leis aplicáveis, tais transações podem ser realizadas a qualquer momento e a Companhia não possui obrigação de adquirir qualquer valor específico dos títulos supramencionados.

A Companhia reitera que não possui cláusulas restritivas (*covenants*) de alavancagem financeira e reafirma que continuará atuando de forma disciplinada na gestão de sua estrutura de capital, liquidez e alavancagem.

## Rating

Agência	Escala Local	Escala Global	Perspectiva
Standard & Poor's	AA+(bra)	BB-	Positivo
Fitch Ratings	AA+(bra)	BB	Estável
Moody's Investors Service	-	Ba3	Estável



## Destaques ESG

Consolidamos avanços relevantes com o ESG no centro da estratégia de negócio da BRF, com os seguintes destaques:



## Net Zero

Em sintonia com nossa estratégia Net Zero, e com o objetivo de expandirmos a comercialização de produtos *plant based*, o portfólio de Sadia passou a contar com três itens carbono zero: couve-flor *wings*, nuggets de legumes e nuggets de proteína vegetal.



## Bem-estar Animal

Reforçando nosso pioneirismo em Bem-estar animal, a partir de 2023 nos comprometemos a adotar o modelo livre de gaiolas para gestação de matrizes suínas em todos os novos projetos. A medida promove um nível de interação maior e mais natural das fêmeas.



## MSCI ESG

Avançamos da categoria BB para a BBB no Rating MSCI ESG, instrumento que mede a resiliência das empresas aos riscos ESG com impactos relevantes a longo prazo. Além disso, figuramos no top 5 do setor de alimentos do Ranking Mercado Responsabilidade ESG e 1ª do segmento de proteínas, o que reforça nosso comprometimento com a agenda de sustentabilidade e com transparência de nossas ações.



## Relatório Integrado 2022

Pela primeira vez realizamos o processo de dupla materialidade que orientou a publicação do nosso Relatório Integrado 2022, assegurado por terceira parte e alinhado às diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) e da IFRS Foundation, e também aos padrões de referência Sustainability Accounting Standards Board (SASB) e Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD).



## Instituto BRF

O Instituto BRF segue apoiando iniciativas que fomentam o empreendedorismo e a inclusão socioeconômica, promovendo educação para redução do desperdício de alimentos.



## Anexos

### Demonstração do Resultado Consolidado

DRE (R\$ Milhões)	2T23	2T22	Var % a/a	1T23	Var % t/t
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>12,205</b>	<b>12,939</b>	<b>(5.7%)</b>	<b>13,178</b>	<b>(7.4%)</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(10,719)	(10,956)	(2.2%)	(11,505)	(6.8%)
% sobre a ROL	(87.8%)	(84.7%)	(3.2) p.p.	(87.3%)	(0.5) p.p.
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1,486</b>	<b>1,983</b>	<b>(25.1%)</b>	<b>1,673</b>	<b>(11.2%)</b>
% sobre a ROL	12.2%	15.3%	(3.2) p.p.	12.7%	(0.5) p.p.
Despesas Operacionais	(1,899)	(1,840)	3.2%	(1,937)	(2.0%)
% sobre a ROL	(15.6%)	(14.2%)	(1.3) p.p.	(14.7%)	(0.9) p.p.
Despesas com Vendas	(1,740)	(1,663)	4.6%	(1,777)	(2.1%)
% sobre a ROL	(14.3%)	(12.8%)	(1.4) p.p.	(13.5%)	(0.8) p.p.
Fixas	(1,042)	(1,059)	(1.6%)	(1,029)	1.3%
Variáveis	(697)	(603)	15.6%	(749)	(6.8%)
Despesas administrativas	(159)	(177)	(10.1%)	(160)	(0.2%)
% sobre a ROL	(1.3%)	(1.4%)	0.1 p.p.	(1.2%)	(0.1) p.p.
Honorários dos administradores	(12)	(15)	(21.1%)	(13)	(11.6%)
% sobre a ROL	(0.1%)	(0.1%)	0.0 p.p.	(0.1%)	0.0 p.p.
Gerais e administrativas	(148)	(162)	(9.1%)	(146)	0.8%
% sobre a ROL	(1.2%)	(1.3%)	(0.1) p.p.	(1.1%)	(0.1) p.p.
<b>Resultado Operacional</b>	<b>(413)</b>	<b>143</b>	<b>(389.3%)</b>	<b>(264)</b>	<b>56.7%</b>
% sobre a ROL	(3.4%)	1.1%	(4.5) p.p.	(2.0%)	(1.4) p.p.
Outros Resultados Operacionais	53	(3)	n.m	84	(37.3%)
Equivalência Patrimonial	(1)	0	n.m	(0)	n.m.
<b>EBIT</b>	<b>(361)</b>	<b>140</b>	<b>(357.3%)</b>	<b>(179)</b>	<b>101.4%</b>
% sobre a ROL	(3.0%)	1.1%	(4.0) p.p.	(1.4%)	(1.6) p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(1,099)	(610)	80.2%	(860)	27.8%
<b>Resultado antes dos Impostos</b>	<b>(1,461)</b>	<b>(470)</b>	<b>211.0%</b>	<b>(1,039)</b>	<b>40.5%</b>
% sobre a ROL	(12.0%)	(3.6%)	(8.3) p.p.	(7.9%)	(4.1) p.p.
Imposto de renda e contribuição social	123	19	566.4%	16	680.4%
% sobre o resultado antes dos impostos	(8.4%)	(3.9%)	(4.5) p.p.	(1.5%)	(6.9) p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido - Op. Continuadas</b>	<b>(1,337)</b>	<b>(451)</b>	<b>196.4%</b>	<b>(1,024)</b>	<b>30.6%</b>
% sobre a ROL	(11.0%)	(3.5%)	(7.5) p.p.	(7.8%)	(3.2) p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido - Total societário</b>	<b>(1,337)</b>	<b>(468)</b>	<b>186.0%</b>	<b>(1,024)</b>	<b>30.6%</b>
% sobre a ROL	(11.0%)	(3.6%)	(7.3) p.p.	(7.8%)	(3.2) p.p.
<b>EBITDA</b>	<b>419</b>	<b>897</b>	<b>(53.3%)</b>	<b>604</b>	<b>(30.6%)</b>
% sobre a ROL	3.4%	6.9%	(3.5) p.p.	4.6%	(1.2) p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1,006</b>	<b>1,496</b>	<b>(32.7%)</b>	<b>607</b>	<b>65.8%</b>
% sobre a ROL	8.2%	11.6%	(3.3) p.p.	4.6%	3.6 p.p.

## Balanco Patrimonial Consolidado

Balanco Patrimonial Ativo - R\$ Milhões	30.06.23	31.12.22
<b>Circulante</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	7.494	8.131
Títulos e valores Mobiliários	427	418
Contas a receber de clientes	3.418	4.188
Títulos a receber	92	27
Estoques	7.375	8.661
Ativos biológicos	2.981	3.152
Tributos a recuperar	1.475	1.403
Instrumentos financeiros derivativos	263	121
Despesas antecipadas	206	110
Adiamentos	143	187
Ativos mantidos para a venda	14	22
Outros ativos circulantes	65	85
<b>Total Circulante</b>	<b>23.953</b>	<b>26.504</b>
<b>Não Circulante</b>		
<b>Ativo realizável a longo prazo</b>	<b>9.935</b>	<b>10.524</b>
Títulos e valores Mobiliários	332	406
Contas a receber de clientes	6	5
Títulos a receber	3	11
Tributos a recuperar	4.837	5.172
Tributos diferidos sobre o lucro	2.126	2.566
Depósitos judiciais	412	451
Ativos biológicos	1.646	1.649
Instrumentos financeiros derivativos	344	10
Caixa restrito	95	90
Outros ativos não circulantes	132	163
<b>Investimentos</b>	<b>100</b>	<b>101</b>
<b>Imobilizado</b>	<b>14.158</b>	<b>14.291</b>
<b>Intangível</b>	<b>6.134</b>	<b>6.435</b>
<b>Total do Não Circulante</b>	<b>30.327</b>	<b>31.350</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>54.279</b>	<b>57.854</b>

## Balanco Patrimonial Consolidado

Balanco Patrimonial Passivo - R\$ Milhões	30.06.23	31.12.22
<b>Circulante</b>		
Empréstimos e financiamentos	5.185	3.880
Fornecedores	12.545	14.129
Passivo de arrendamento	761	677
Salários, obrigações sociais e participações	863	721
Obrigações tributárias	442	523
Instrumentos financeiros derivativos	364	82
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	726	867
Benefícios a empregados	62	64
Adiamentos de clientes	196	76
Outros passivos circulantes	544	1.279
<b>Total Circulante</b>	<b>21.689</b>	<b>22.298</b>
<b>Não Circulante</b>		
Empréstimos a financiamentos	18.649	19.637
Fornecedores	6	7
Passivo de arrendamento	2.402	2.368
Obrigações tributárias	96	98
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	524	548
Tributos diferidos sobre o lucro	80	111
Benefícios a empregados	429	457
Instrumentos financeiros derivativos	27	175
Outros passivos não circulantes	771	332
<b>Total do Não Circulante</b>	<b>22.984</b>	<b>23.734</b>
<b>Total do Passivo</b>	<b>44.673</b>	<b>46.032</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>		
Capital social	12.836	12.836
Reservas de capital	2.338	2.338
Outras transações patrimoniais	(74)	(78)
Prejuízos Acumulados	(4.756)	(2.363)
Ações em tesouraria	(106)	(110)
Outros resultados abrangentes	(1.086)	(1.354)
Atribuído aos acionistas controladores	9.153	11.270
Atribuído aos acionistas não controladores	454	553
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>9.606</b>	<b>11.823</b>
<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>54.279</b>	<b>57.854</b>

## Demonstração dos Fluxos de Caixa Consolidado

DFC - R\$ Milhões	2T23	2T22
<b>Lucro (Prejuízo) líquido - operações continuadas</b>	<b>(1,337)</b>	<b>(451)</b>
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado	1,805	1,266
<b>Variações nos saldos patrimoniais</b>	<b>(314)</b>	<b>(399)</b>
Contas a receber de clientes	72	(270)
Estoques	892	173
Ativos biológicos circulantes	25	(112)
Fornecedores	(1,303)	(190)
<b>Geração de caixa das atividades operacionais</b>	<b>154</b>	<b>416</b>
Resgate (Aplicações) em títulos mensurados ao VJR	8	(17)
Juros recebidos	94	92
Pagamento de provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(149)	(39)
Instrumentos financeiros derivativos	(306)	294
Outros ativos e passivos operacionais	942	141
<b>Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais</b>	<b>743</b>	<b>887</b>
Resgate (aplicações) de títulos mensurados ao VJORA e custo amortizado	(48)	(6)
Resgate de caixa restrito	0	(2)
Aplicações no ativo imobilizado	(225)	(410)
Aplicações no ativo biológico não circulante	(363)	(332)
Recebimento pela venda de imobilizado e investimento	131	5
Aplicações no ativo intangível	(68)	(79)
Aumento de capital em coligadas	(0)	(7)
<b>Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimento</b>	<b>(573)</b>	<b>(831)</b>
Captações de empréstimos e financiamentos	1,185	327
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(1,532)	(1,387)
Pagamento de juros	(244)	(336)
Pagamento de derivativos de juros - hedge de valor justo	(268)	(29)
Aumento de capital com emissão de ações	0	(5)
Pagamento de arrendamento	(182)	(161)
<b>Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento</b>	<b>(1,041)</b>	<b>(1,591)</b>
Efeito da variação cambial em Caixa e Equivalentes de Caixa	(101)	340
<b>Aumento (decréscimo) líquido no saldo de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(972)</b>	<b>(1,195)</b>

Na tabela abaixo apresentamos a conciliação entre a visão de fluxo de caixa contábil e o fluxo de caixa livre gerencial (página 20 deste relatório).

Conciliação Fluxo de Caixa Contábil vs. Gerencial	Var. caixa Contábil	AVP e Derivativos	Arrend. mercantil	Juros recebidos, VC Caixa e Outros	Resgates e Aplicações	Var. caixa Gerencial <sup>1</sup>	(-) Captações e Amortizações	Fluxo de Caixa Livre
Fluxo de Caixa Operacional	743	570	-	(139)	(8)	1.166	-	1.166
Fluxo de Caixa Investimentos	(573)	-	(182)	-	48	(707)	-	(707)
Fluxo de Caixa Financeiro	(1.041)	(570)	182	(72)	-	(1.500)	346	(1.153)
Variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	(101)	-	-	101	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>(972)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(109)</b>	<b>40</b>	<b>(1.041)</b>	<b>346</b>	<b>(695)</b>

<sup>1</sup>As variações de caixa Contábil e Gerencial apresentam metodologias distintas em relação à determinação do grupo de contas que compõem o caixa: a variação do caixa Contábil considera a variação da conta contábil de Caixa e equivalentes de caixa, enquanto a variação de caixa Gerencial considera a variação das contas contábeis de Caixa e equivalentes de caixa, Aplicações financeiras e Caixa restrito.