



# 2T24

## RESULTADOS



# SUMÁRIO

**04** MENSAGEM DO CHAIRMAN



**05** MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO



**06** DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

**07** SEGMENTO BRASIL



**10** SEGMENTO INTERNACIONAL

**13** OUTROS SEGMENTOS

**15** DESEMPENHO CONSOLIDADO



**26** DESTAQUES ESG

**27** ANEXOS

**31** QUEM SOMOS



São Paulo, 14 de agosto de 2024 – A BRF S.A. (B3: BRFS3; NYSE:BRFS) – “BRF” ou “Companhia” divulga seus resultados do 2º trimestre de 2024. 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 2023 e/ou anos anteriores, conforme indicado.

## INDICADORES FINANCEIROS DO TRIMESTRE



## TELECONFERÊNCIA

15/08/2024 – Quinta-feira - 10h00 BRT | 9h00 US ET

Acesso em: [clique aqui](#)

## MENSAGEM DO CHAIRMAN

Prezados colaboradores, acionistas, parceiros e clientes,

Ao completar dois anos à frente da BRF, celebro neste trimestre a consistência da evolução dos resultados da Companhia, que refletem as melhorias do desempenho operacional e a disciplina financeira. O EBITDA histórico confirma o potencial de geração de valor da empresa e o melhor aproveitamento de suas vantagens competitivas.

Sob um novo direcional estratégico, a BRF incorporou o foco em eficiência ao seu modelo de gestão. Além disso, a BRF tem avançado na troca de melhores práticas com a Marfrig e na busca por sinergias comerciais e oportunidades conjuntas, o que faz com que juntas as empresas sejam mais fortes. Em um ano especial, marcado pelos aniversários de 80 e 90 anos de suas principais marcas, Sadia e Perdigão, a BRF demonstra que não apenas mudou os fundamentos de seu negócio, como está mais resiliente aos desafios de mercado e pronta para aproveitar as oportunidades que se apresentem.

Agradeço à dedicação de todos os colaboradores da BRF que continuam trabalhando com afinco em busca de uma performance excepcional, aos nossos acionistas pela renovação diária de sua confiança, e aos integrados, parceiros de negócios e clientes que seguem ao nosso lado construindo marcas fortes e produtos de qualidade para milhões de consumidores no mundo todo.

*Marcos Antonio Molina dos Santos*  
*Presidente do Conselho de Administração*

“Sob um novo direcional estratégico, a BRF incorporou o foco em eficiência ao seu modelo de gestão. Além disso, a BRF tem avançado na troca de melhores práticas com a Marfrig e na busca por sinergias comerciais e oportunidades conjuntas, o que faz com que **juntas as empresas sejam mais fortes.**”

Marcos Molina  
Chairman

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Prezados(as) Senhores(as),

Com o time engajado e construindo uma empresa cada vez mais competitiva, a BRF registrou o melhor segundo trimestre da sua história. Confirmando a consistência de sua jornada de transformação e eficiência, a empresa evoluiu sua rentabilidade pelo sexto trimestre consecutivo, apresentando margem de 17,6%, crescimento de 22,3% de receita em comparação ao mesmo período de 2023 e um EBITDA de R\$ 2,6 bilhões. O lucro líquido atingiu R\$ 1,1 bilhão e a geração de caixa livre foi de R\$ 1,7 bilhão, mais que o dobro registrado no primeiro trimestre de 2024 (R\$ 844 milhões). Os sequenciais avanços operacionais e a otimização da estrutura de capital nos permitiram registrar também a menor alavancagem dos últimos nove anos (1,14x).

A contínua evolução da execução comercial, combinada com uma estratégia de inovação com foco em rentabilidade e investimentos em nossas marcas, permitiram a Companhia entregar um forte crescimento do volume em todas as categorias em que atua no Brasil, com destaque para processados. Reportamos um EBITDA de R\$ 1,1 bilhão, com margem de 15,7%. Conquistamos mais um aumento sequencial das margens do portfólio regular e mantivemos um patamar saudável de rentabilidade no mercado doméstico.

O sucesso de nossa estratégia de maximizar nossos ativos e capturar as melhores oportunidades também se repetiu no segmento Internacional, onde atingimos um EBITDA de R\$ 1,5 bilhão, com margem expressiva de 21%. Este resultado foi impulsionado pela recuperação de preços em diversos destinos de venda e pelo acesso a novos mercados. Neste trimestre, avançamos na diversificação de nossa plataforma, conquistando 32 novas habilitações para exportação, que contribuíram para o aumento do volume exportado e para a potencialização da receita. Ao longo do primeiro semestre já somamos 57 novas habilitações, com destaque para o desenvolvimento de mercados importantes, como Reino Unido, Estados Unidos e países do Sudeste Asiático.

O desempenho positivo em todos os mercados reflete a continuidade de nossa jornada de eficiência. O BRF+ 2.0 segue apresentando melhora sequencial nos indicadores e consolidou R\$ 374 milhões em capturas no trimestre, totalizando R\$ 812 milhões no acumulado do ano. As atitudes de simplicidade, agilidade e eficiência que norteiam o programa foram incorporadas no dia a dia da Companhia, e passaram a fazer parte da nossa Cultura.

Nossa orientação para resultados com consistência também está espelhada em nossa agenda de Sustentabilidade (EESG), que segue com avanços e reconhecimentos importantes. A BRF conquistou a 1ª posição no segmento de Proteínas do Ranking Merco Responsabilidade ESG e figurou no top 5 do setor de Alimentos. Destaco também a campanha de *matchfunding* do Instituto BRF em apoio às vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul em que juntas BRF e Marfrig arrecadaram mais de R\$ 6 milhões. Agimos com responsabilidade e proximidade, junto a centenas de voluntários e seguimos priorizando o apoio aos colaboradores e às comunidades locais – ações essenciais que ajudam na reconstrução do Estado.

A evolução que apresentamos até agora teve como base a consolidação de uma cultura de alta performance, com as pessoas certas nas posições certas. Todas as conquistas deste trimestre têm um importante ponto em comum: a dedicação e o comprometimento de cada um dos nossos colaboradores. Agradecemos o engajamento e trabalho contínuo dos nossos quase 100 mil profissionais, o suporte do nosso chairman Marcos Molina, do Conselho de Administração e dos nossos acionistas bem como a permanente parceria dos nossos produtores integrados, clientes, fornecedores e comunidades onde estamos presentes.

*Miguel Gularte*  
CEO

## DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

Destaques (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.244	1.180	5,4%	1.153	7,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>14.930</b>	<b>12.205</b>	<b>22,3%</b>	<b>13.378</b>	<b>11,6%</b>
Preço Médio (R\$/kg)	12,00	10,34	16,0%	11,60	3,5%
CPV	(11.000)	(10.719)	2,6%	(10.153)	8,3%
CPV/Kg	(8,84)	(9,09)	(2,7%)	(8,80)	0,5%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>3.930</b>	<b>1.486</b>	<b>164,5%</b>	<b>3.224</b>	<b>21,9%</b>
Margem Bruta (%)	26,3%	12,2%	14,2 p.p.	24,1%	2,2 p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido - Total Societário</b>	<b>1.094</b>	<b>(1.337)</b>	<b>(181,8%)</b>	<b>594</b>	<b>84,3%</b>
Margem Líquida (%)	7,3%	(11,0%)	18,3 p.p.	4,4%	2,9 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>2.621</b>	<b>1.006</b>	<b>160,4%</b>	<b>2.117</b>	<b>23,8%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,6%	8,2%	9,3 p.p.	15,8%	1,7 p.p.
<b>EBITDA Societário</b>	<b>2.569</b>	<b>419</b>	<b>512,9%</b>	<b>2.100</b>	<b>22,4%</b>
Margem EBITDA Societário (%)	17,2%	3,4%	13,8 p.p.	15,7%	1,5 p.p.
<b>Geração (Consumo) de Caixa</b>	<b>1.728</b>	<b>(694)</b>	<b>(349,0%)</b>	<b>844</b>	<b>104,9%</b>
Dívida Líquida	8.932	15.268	(41,5%)	9.016	(0,9%)
<b>Alavancagem (Div.Líquida/EBITDA Aj. 12M)</b>	<b>1,14x</b>	<b>3,75x</b>	<b>(69,6%)</b>	<b>1,45x</b>	<b>(21,3%)</b>

O resultado consolidado do 2T24 foi impactado pela hiperinflação na Turquia, que merece destaque conforme abaixo:

Destaques (R\$ Milhões)	Resultado Consolidado Societário 2T24	Hiperinflação Turquia	Resultado Consolidado Gerencial 2T24	Var %
Volumes (Mil, Toneladas)	1.244	-	1.244	-
<b>Receita Líquida</b>	<b>14.930</b>	<b>(258)</b>	<b>14.672</b>	<b>(1,7%)</b>
Preço Médio (R\$/kg)	12,00	-	11,80	(1,7%)
CPV	(11.000)	201	(10.799)	(1,8%)
CPV/Kg	(8,84)	-	(8,68)	(1,8%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>3.930</b>	<b>(57)</b>	<b>3.873</b>	<b>(1,5%)</b>
Margem Bruta (%)	26,3%	-	26,4%	0,1 p.p.
<b>EBITDA</b>	<b>2.569</b>	<b>(66)</b>	<b>2.504</b>	<b>(2,5%)</b>
Margem EBITDA (%)	17,2%	-	17,1%	(0,1) p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>2.621</b>	<b>-</b>	<b>2.621</b>	<b>(0,0%)</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,6%	-	17,9%	0,3 p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>1.094</b>	<b>(4)</b>	<b>1.090</b>	<b>(0,4%)</b>
Margem Líquida - Total (%)	7,3%	-	7,4%	0,1 p.p.

A seguir, apresentaremos os resultados por segmento de negócios na visão gerencial, ou seja, eliminando os efeitos contábeis da hiperinflação na Turquia em todos os períodos e da dívida designada como *hedge accounting* no 2T23.

Em função dos eventos climáticos ocorridos no Rio Grande do Sul durante o segundo trimestre, a Cia incorreu em perdas e gastos adicionais no montante total de R\$113 milhões para a manutenção de suas operações, o qual foi excluído do EBITDA ajustado do trimestre para facilitar a compreensão dos resultados recorrentes no período. Por se tratar de um evento extraordinário e por não estar diretamente relacionado aos mercados, este montante foi alocado no segmento Corporate. Mais detalhes sobre este impacto estão descritos na página 21 deste Relatório da Administração e na Nota Explicativa 1.2 às Demonstrações Financeiras Intermediárias.



# SEGMENTO BRASIL



## SEGMENTO BRASIL

Segmento Brasil (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>6.872</b>	<b>6.495</b>	<b>5,8%</b>	<b>6.162</b>	<b>11,5%</b>
Preço médio (R\$/kg)	11,81	12,09	(2,3%)	11,91	(0,9%)
CPV	(4.990)	(5.222)	(4,4%)	(4.575)	9,1%
CPV/kg	(8,57)	(9,72)	(11,8%)	(8,85)	(3,1%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.882</b>	<b>1.273</b>	<b>47,9%</b>	<b>1.587</b>	<b>18,6%</b>
Margem Bruta (%)	27,4%	19,6%	7,8 p.p.	25,8%	1,6 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.076</b>	<b>627</b>	<b>71,6%</b>	<b>931</b>	<b>15,5%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	15,7%	9,6%	6,0 p.p.	15,1%	0,6 p.p.

No 2T24, atingimos um EBITDA ajustado de R\$1.076 milhões com uma margem 15,7% no mercado doméstico, uma evolução de 6,0 p.p. a/a. Destacamos o aumento do volume de vendas em todas as categorias em que atuamos, com maior crescimento concentrado em produtos processados. O faturamento foi impulsionado pelos constantes investimentos em nossas marcas e pela contínua evolução da nossa execução comercial, que neste trimestre nos permitiu alcançar 10,4 mil novos pontos de venda, totalizando 302 mil clientes, representando um aumento de 3,6% t/t, ao mesmo tempo em que crescemos os itens vendidos por cliente em 3,2% t/t. Também avançamos em indicadores como *share* de espaço em gôndola e disponibilidade de produtos em loja.

Observamos também no trimestre uma retração de 11,8% a/a e de 3,1% t/t do nosso CPV/kg em função principalmente da queda do custo de consumo dos grãos e óleos e pelo mix dos produtos comercializados que impactaram não somente os custos como também os preços de venda.

Adicionalmente, destacamos a promoção dos 80 anos da marca Sadia e o lançamento de novos produtos alinhados às necessidades do mercado consumidor, como o Mignoneto fatiado Sadia, um produto da categoria de frios feito 100% com filé mignon suíno e o Xtreme Sadia sabor cheddar, um novo produto da categoria de empanados.

Em junho, atingimos um dos menores patamares de desconto por FIFO da história da BRF, dando continuidade a estratégia de maior assertividade e integração entre o planejamento de demanda, produção e vendas.

No Brasil, notamos um cenário mais favorável ao consumo de alimentos durante o segundo trimestre como reflexo da alta ocupação do mercado de trabalho, com a taxa de desemprego atingindo 6,9%<sup>1</sup> no trimestre e um crescimento de 5,8%<sup>2</sup> a/a da renda média disponível. Estes fatores contribuem para impulsionar a venda do nosso portfólio de produtos no mercado doméstico, principalmente processados.

1 - Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – taxa de desemprego do trimestre móvel terminado em junho

2 - Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – Rendimento Médio Habitual – R\$ 3.214 no trimestre móvel terminado em junho/24 versus R\$ 3.037 no trimestre móvel terminado em junho/23



## DESTAQUES MARCAS

O segundo trimestre foi um período marcado por conquistas significativas e celebrações memoráveis como a comemoração dos 80 anos da Sadia. Realizamos uma série de eventos e campanhas que não apenas celebraram nossa trajetória, mas também fortaleceram nosso relacionamento com nossos consumidores, clientes, colaboradores e parceiros.

Entre as ações destacadas, promovemos parcerias com Hellmann's, Pizza Prime e Guaraná; patrocinamos pela quarta vez consecutiva a NBA e a NBA House, uma ativação que reuniu milhares de fãs por basquete que puderam interagir com o Lektrek, participar de uma ação especial "40 mil pontos Sadia" e saborear nossos produtos, com destaque para os empanados, pizzas e Mac'n cheese. Além disso, lançamos quatro novos produtos e intensificamos nossa presença nos lares brasileiros com uma campanha que relembra marcos importantes da nossa história e promovemos a maior promoção da nossa trajetória.

A promoção de 80 anos Sadia foi um sucesso e os números confirmam os resultados: foram mais de 6 milhões de acessos ao site da promoção, mais de 120 milhões de pessoas alcançadas pela nossa mídia, mais de 26 mil lojas cadastradas para cupons e mais de 1,2 milhão de produtos cadastrados. A ativação também foi inovadora, sendo pioneira no uso do QR code na embalagem para direcionamento ao site, tornando-se um dos maiores canais para a conversão de cadastros da campanha.

Essas iniciativas não só reforçaram o valor das nossas marcas, como também impulsionam o resultado de volume total da BRF no Brasil, que teve o melhor segundo trimestre em volume dos últimos anos.

Para Perdigão, a marca de alimentos mais presente e a mais escolhida pelos lares no Brasil<sup>3</sup>, reforçamos nosso posicionamento de "comer junto", finalizamos a campanha de Mortadela e reforçamos nossa liderança com o patrocínio da Copa do Nordeste, em uma campanha completa, incluindo ativações de relacionamento durante as partidas nos estádios. Ainda na região que é responsável por mais de 25% do consumo de produtos da Perdigão, ativamos o patrocínio do São João de Caruaru que é uma das principais festas juninas do país. Além disso reforçamos nossa presença nas ocasiões de consumo de feijoada e churrasco.

Este ano, o São João de Caruaru também contou com a presença de Deline, que patrocinou também a festa de Arcoverde, festas típicas como o Circuito de Comidas Gigantes, Kombi Deline e a Casa Deline, um espaço com ativações e interações da marca com os visitantes. Durante o período, a marca lançou duas campanhas exclusivas, a de São João, que contou com uma embalagem nova comemorativa em todo o portfólio, e a de Deline Milho, destacando o lançamento mais recente da marca.

Adicionalmente, voltamos com a campanha "Com Qualy é outra Qualydade", reforçando o foco no uso culinário e o diferencial de sustentabilidade que somente Qualy tem (a primeira e única marca de Margarinas a reciclar 100% dos potes vendidos), e com a campanha de Claybom, que destaca a nova receita com creme de leite e a presença de todas as meninas Nhac nas embalagens (Clay, Yala, Bya, Bo e Moa), trazendo a diversidade e inclusão, além do empreendedorismo e a representatividade feminina.

3 - Fonte: Kantar



# SEGMENTO INTERNACIONAL



## SEGMENTO INTERNACIONAL

Segmento Internacional (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>7.073</b>	<b>6.058</b>	<b>16,8%</b>	<b>6.484</b>	<b>9,1%</b>
Preço médio (R\$/kg)	12,71	11,51	10,4%	12,13	4,8%
CPV	(5.140)	(5.391)	(4,7%)	(4.987)	3,1%
CPV/kg	(9,24)	(10,24)	(9,8%)	(9,33)	(1,0%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.933</b>	<b>667</b>	<b>189,8%</b>	<b>1.497</b>	<b>29,1%</b>
Margem Bruta (%)	27,3%	11,0%	16,3 p.p.	23,1%	4,2 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.486</b>	<b>241</b>	<b>516,2%</b>	<b>1.096</b>	<b>35,6%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	21,0%	4,0%	17,0 p.p.	16,9%	4,1 p.p.

No segundo trimestre de 2024, atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 1.486 milhões, com margem de 21,0%, um crescimento de 17,0 p.p. a/a e de 4,1 p.p. t/t. A evolução da rentabilidade segue motivada pela recuperação de preços em diversos destinos de venda e pelo aumento significativo de novas habilitações de exportação nos permitindo capturar as melhores oportunidades de mercado, maximizando os preços de venda. Conquistamos 32 novas habilitações durante o 2º trimestre de 2024, totalizando 57 novas habilitações no semestre. A desvalorização do real frente ao dólar no trimestre (ptax média do 1T24 em R\$4,95 versus R\$5,21 no 2T24<sup>4</sup>), também contribuiu para a rentabilidade do segmento internacional, potencializando os preços em reais. Os custos de venda regrediram acompanhando a redução dos custos de consumo de grãos, apesar do impacto cambial afetando os estoques internacionais.

No mercado Halal, destacamos o crescimento do volume de produtos processados, o que contribuiu para a maximização da ocupação de nossas fábricas de Damman, na Arábia Saudita, e Kezad, nos Emirados Árabes Unidos. No trimestre, atingimos 38,4% de *market share* nos países do GCC, um crescimento de 1,2 p.p. t/t<sup>5</sup>. Na Turquia, apresentamos um crescimento de volume de 6,1% a/a e de 7,3% t/t, impulsionado pela expansão da produção de produtos de valor agregado na nossa unidade industrial de Bandirma, que permitiu a Banvit consolidar sua posição de liderança de mercado em processados, alcançando 27,2% de *market share*<sup>6</sup>. Os efeitos sazonais da “temporada de churrasco” (*Barbecue Season*), onde culturalmente churrascos e eventos ao ar livre acontecem com mais frequência, favoreceram também as vendas no mercado turco durante o período.

Na Ásia, destacamos a ampliação da nossa presença nos países do Sudeste Asiático em função das novas habilitações conquistadas durante o ano. Na China, como resultado do ajuste da oferta local, observamos uma evolução do preço da proteína suína ao longo do trimestre.

Nas Américas, ampliamos a participação de produtos processados nas nossas vendas, com destaque para empanados e margarinas no Chile, onde alcançamos 50,9% e 32,4% de *market share*<sup>7</sup>, respectivamente. Expandimos também os volumes exportados para o mercado europeu, como consequência das habilitações conquistadas para o Reino Unido.

No trimestre, a BRF foi responsável por 26% das exportações brasileiras de frango e por 19% das exportações de suíno<sup>8</sup>.

4 - Fonte: Banco Central do Brasil – Ptax média referente aos períodos informados

5 - Fonte: Nielsen – 2T24

6 - Fonte: Nielsen – 2T24 – Market Share de processados

7 - Fonte: Nielsen – 2T24 - market share volume

8 - Fonte: SECEX 2T24 e dados internos BRF

## DESTAQUES MARCAS

Nos países do GCC, no segundo trimestre, a BRF participou do Saudi Food Show, o maior evento de alimentos e bebidas da Arábia Saudita. Na exposição, a BRF apresentou suas últimas inovações, com destaque para os produtos empanados produzidos localmente na fábrica de Damman. Esse evento também serviu para reforçar o legado, a liderança e a presença local da BRF na região.

Nas lojas, comemoramos o aniversário de 80 anos da Sadia, implementando diversas ativações que destacavam o rico patrimônio da marca. Os displays dos pontos de venda foram projetados para estimular as compras, apresentando os principais segmentos de produtos de valor agregado.

Na Banvit (Turquia), concluímos uma reformulação abrangente das nossas embalagens, com o objetivo de aumentar a visibilidade nas prateleiras. Para isso, utilizamos nossas cores de forma mais proeminente e adicionamos QR codes que direcionam para links do nosso website com o objetivo de envolver o consumidor através das receitas sugeridas para o preparo.

Aumentamos ainda mais a visibilidade da marca organizando eventos de degustação em universidades, atingindo cerca de 5.000 pessoas, em 8 atividades, em 4 cidades. Também mantivemos nosso patrocínio ao Festival Internacional de Cultura e Turismo Bandırma Kuşçenneti.

Para as demais regiões, destacamos as principais ações do segundo trimestre abaixo:

- Lançamos 31 novos SKU's, incluindo o portfólio de suínos para EUA;
- Aumentamos nossa participação em feiras, nos aproximando dos clientes e expandindo mercados. Estivemos presentes na Sial Shanghai, a maior feira de alimentos da Ásia, e na FHA Singapura.
- No mercado chileno, Sadia lançou seu novo posicionamento "*Tu día pide Sadia*", alcançando resultados expressivos, refletindo o sucesso de sua estratégia de ampliar a presença da marca em mais ocasiões de consumo. A campanha apresentou crescimento contínuo, reforçando a presença e aceitação da marca pelo público chileno. Estivemos presentes nos principais canais de TV, impactando mais de 3 milhões de pessoas, além de mídia "*Out of Home*" (OOH) nos pontos mais movimentados da cidade e uma robusta estratégia digital, com mais de 60 milhões de impressões. Esses esforços de comunicação refletiram em melhora dos indicadores de *market share*, com Sadia crescendo em todas as categorias em comparação ao último ano móvel e ao acumulado do ano até junho (YTD).





# OUTROS SEGMENTOS



## OUTROS SEGMENTOS

Outros Segmentos (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>728</b>	<b>609</b>	<b>19,5%</b>	<b>730</b>	<b>(0,3%)</b>
Preço médio (R\$/kg)	6,91	5,24	31,9%	7,19	(3,9%)
CPV	(563)	(457)	23,2%	(556)	1,2%
CPV/kg	(5,35)	(3,93)	36,0%	(5,48)	(2,4%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>165</b>	<b>152</b>	<b>8,4%</b>	<b>174</b>	<b>(5,3%)</b>
Margem Bruta (%)	22,6%	25,0%	(2,3) p.p.	23,8%	(1,2) p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>86</b>	<b>101</b>	<b>(14,5%)</b>	<b>78</b>	<b>11,0%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	11,9%	16,6%	(4,7) p.p.	10,7%	1,2 p.p.

Em Ingredientes, ainda no intuito de maximizar a receita total da Companhia, continuamos a observar uma redução da oferta de produtos disponíveis para este segmento de negócios, em favor do portfólio core como reflexo da contínua evolução do indicador de rendimento do programa BRF+.

Alinhado à estratégia de inovações e foco em produtos de valor agregado, lançamos uma nova linha de produtos, o palatilizante, para a indústria de pet food. No mercado externo, durante o trimestre realizamos o segundo envio para a Noruega de hidrolisados para a formulação de rações para peixes e seguimos fomentando a diversificação de destinos de exportação.

Em Pet Food, aumentamos o volume total de vendas, tanto na comparação anual quanto trimestral, impulsionados pelos segmentos Super Premium e Super Premium Natural, em função da evolução da execução comercial e de uma maior promoção de nossas marcas, com destaque para a campanha de 20 anos de Guabi Natural e para o retorno das propagandas de GranPlus na TV aberta nacionalmente.

A Companhia executou durante o segundo trimestre de 2024 operações pontuais de arbitragem envolvendo comercialização de grãos entre regiões (praças) como resultado da atuação mais ativa na identificação de oportunidades de mercado que permitam redução dos custos de origemação. Tais operações contribuíram para a melhora do resultado absoluto dos Outros Segmentos de negócio.

## DESTAQUES MARCAS

**Pet:** No 2T24, a BRF Pet volta a investir nas principais marcas, com destaque para o retorno de GranPlus à televisão aberta, com inserções de *merchandising* na grade do programa MasterChef, da Band. A marca Guabi Natural estreou nova campanha para comemorar os 20 anos e pioneirismo no segmento de alimentos super premium natural. Além disso, esteve presente com suas marcas Super Premium Natural nas principais feiras e congressos veterinários do Brasil e do mundo: Congresso Brasileiro da Anclivepa (Belo Horizonte – MG), Cat Congress (São Paulo – SP) e Interzoo (Nuremberg – Alemanha).



## Corporate

Corporate (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
Lucro Bruto	(107)	(0)	n.m	(0)	n.m
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>(28)</b>	<b>38</b>	<b>(173,3%)</b>	<b>12</b>	<b>(331,8%)</b>

Os custos e despesas associados aos impactos dos eventos climáticos ocorridos no Rio Grande do Sul durante o trimestre foram alocados no segmento Corporate pela natureza não recorrente e por não estarem diretamente relacionados aos mercados. Desta forma, o lucro bruto negativo em R\$107 milhões faz referência ao valor do impacto no CPV. Para mais detalhes desses impactos, consultar a página 21 deste Relatório e a Nota Explicativa 1.2 às Demonstrações Financeiras Intermediárias.

O EBITDA ajustado deste segmento é explicado, entre outros efeitos, pela alienação e baixa de ativos imobilizados e pela reversão/provisão de contingências tributárias. Mais detalhamentos sobre o resultado estão disponíveis na nota explicativa 24 às demonstrações financeiras.

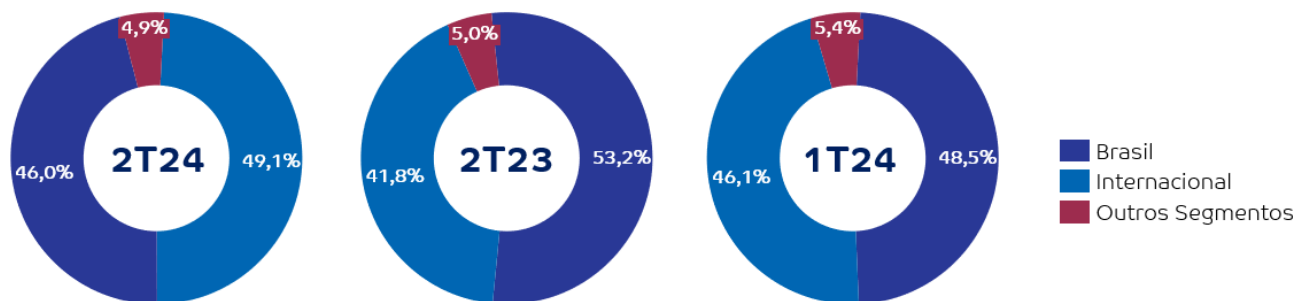


# DESEMPENHO CONSOLIDADO



# 1. RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

ROL (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.244	1.180	5,4%	1.153	7,8%
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>14.930</b>	<b>12.205</b>	<b>22,3%</b>	<b>13.378</b>	<b>11,6%</b>
Preço Médio (ROL)	12,00	10,34	16,0%	11,60	3,5%



Neste trimestre, observamos uma expansão da receita líquida de 22,3% a/a e de 11,6% t/t explicada, principalmente, i) pelo aumento de 5,4% a/a e de 7,8% t/t dos volumes vendidos, ii) pelo aumento de 16,0% a/a e de 3,5% t/t do preço médio, iii) pelo efeito do câmbio na receita dos mercados internacionais, (ptax média do 1T24 em R\$4,95 versus R\$5,21 no 2T24<sup>9</sup>), e iv) pelos impactos extraordinários da hiperinflação na Turquia entre os períodos comparados e dívida designada como *hedge accounting* no 2T23.

Na visão gerencial, na qual excluímos os efeitos da hiperinflação da Turquia e dívida designada como *hedge accounting* no ano anterior, nossa receita líquida atingiu R\$ 14.672 milhões no 2T24 versus R\$ 13.161 milhões no 2T23, um aumento de 11,5% a/a.

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

Os efeitos dos instrumentos financeiros para proteção cambial do resultado totalizaram - R\$40,819 milhões no 2T24, 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. No consolidado do ano até o período vigente, os efeitos dos instrumentos totalizaram + R\$6,618 milhões.

Formação dos instrumentos derivativos liquidados no 2T24	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24
Nacional Acumulado Contratado (US\$ Milhões)	5	51	106	386	556
Taxa de Câmbio Contratada (BRL/USD)*	5,27	5,14	5,11	5,05	5,09

\* Taxa média ponderada

De forma análoga, a posição a vencer, conforme a Nota Explicativa 23.2.1.ii às demonstrações financeiras, encontra-se abaixo:

Instrumentos derivativos por vencimento - US\$ Milhão	3T24	4T24	1T25	2T25
Nacional a vencer	553	170	85	48
Taxa de Câmbio contratada (BRL/USD)*	5,30	5,35	5,36	5,47

\* 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.

9 - Fonte: Banco Central do Brasil – Ptax média referente aos períodos informados



## 2. CUSTOS, DESPESAS E OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS

### Custos dos Produtos Vendidos (CPV)

CPV (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
<b>Custo dos Produtos Vendidos</b>	<b>(11.000)</b>	<b>(10.719)</b>	<b>2,6%</b>	<b>(10.153)</b>	<b>8,3%</b>
CPV/kg	(8,84)	(9,09)	(2,7%)	(8,80)	0,5%
<b>Custo dos Produtos Vendidos (Gerencial)</b>	<b>(10.799)</b>	<b>(11.070)</b>	<b>(2,4%)</b>	<b>(10.118)</b>	<b>6,7%</b>
CPV/kg (Gerencial)	(8,68)	(9,38)	(7,5%)	(8,77)	(1,0%)

Na comparação anual, observamos uma redução de 2,7% no custo unitário na visão societária, e de 7,5% na visão gerencial, na qual eliminamos os efeitos da hiperinflação da Turquia.

Os eventos climáticos que ocorreram no estado do Rio Grande do Sul impactaram a linha do custo dos produtos vendidos em R\$ 107 milhões no trimestre e, excluindo também este efeito, podemos observar uma redução de 8,4% a/a na visão gerencial, sendo justificado principalmente:

i) pelo efeito da queda do custo de consumo dos grãos. No 2T24, a variação da média móvel de 6 meses do preço do milho apresentou uma queda de 17,4% a/a e a soja uma queda de 17,5% a/a<sup>10</sup>.

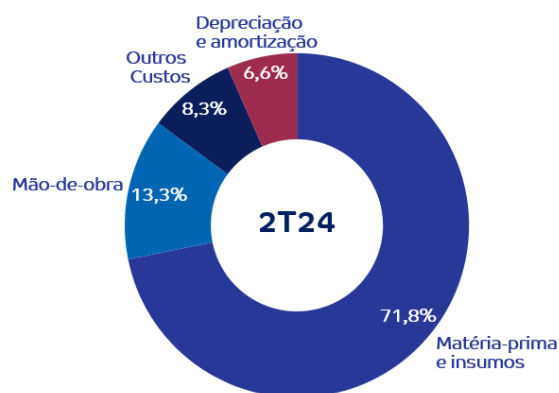
ii) pela redução do preço dos óleos usados como matéria-prima nas margarinas, sendo o efeito mais relevante no óleo de soja que apresentou queda de 12,6%<sup>11</sup> a/a.

iii) pelos efeitos do nosso programa de eficiência, o BRF+, que evoluiu na comparação anual em diversos indicadores, capturando R\$ 374 milhões no trimestre e R\$ 812 milhões no semestre.

iv) pelo efeito do mix de produtos vendidos.

v) pelo impacto negativo da variação cambial nos estoques do segmento internacional que mitigou os benefícios já apontados.

Na comparação trimestral podemos observar um aumento de 0,5% do custo unitário na visão societária, uma redução de 1,0% na visão gerencial e de 2,0% quando eliminamos também os efeitos da enchente no RS. Esta redução de custos é motivada predominantemente pela redução do custo de consumo dos grãos e derivados.

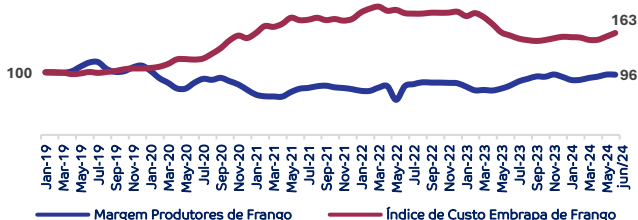


10 - Variação da média móvel de 6 meses do preço do milho e da soja 2T24 x 2T23. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ.

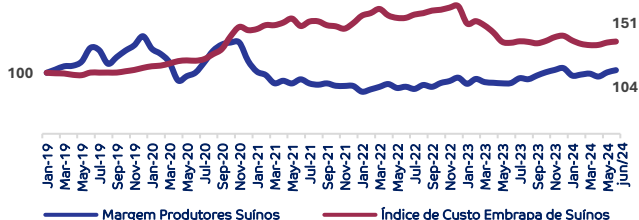
11 - Variação da média móvel de 6 meses do preço do óleo de soja, 2T24 vs 2T23. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ.

Ao analisar o índice do custo teórico ICP Embrapa<sup>12</sup>, observamos um aumento do custo de produção do frango e suíno, influenciado principalmente pela rubrica “nutrição”, devido ao aumento do preço de mercado dos grãos, majoritariamente soja. Também houve o impacto de um aumento do custo da genética e dos custos sobre o capital investido. Contudo, observa-se uma melhora nos patamares de rentabilidade dos produtores de frango e suíno<sup>13</sup> sustentado pela recuperação do preço das proteínas.

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)

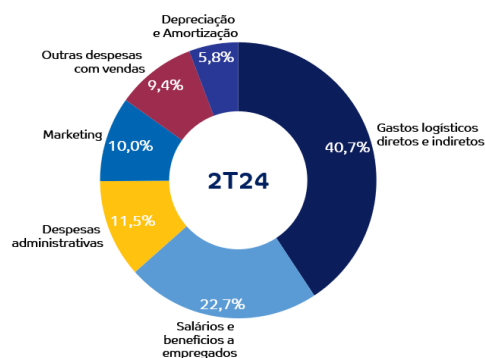


## Despesas Operacionais

Despesas Operacionais (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
<b>Despesas com Vendas*</b>	<b>(1.959)</b>	<b>(1.740)</b>	<b>12,6%</b>	<b>(1.799)</b>	<b>8,9%</b>
% sobre a ROL	(13,1%)	(14,3%)	1,1 p.p.	(13,4%)	0,3 p.p.
<b>Despesas Administrativas e Honorários</b>	<b>(251)</b>	<b>(159)</b>	<b>57,6%</b>	<b>(201)</b>	<b>24,7%</b>
% sobre a ROL	(1,7%)	(1,3%)	(0,4) p.p.	(1,5%)	(0,2) p.p.
<b>Despesas Operacionais Totais</b>	<b>(2.210)</b>	<b>(1.899)</b>	<b>16,4%</b>	<b>(2.001)</b>	<b>10,5%</b>
% sobre a ROL	(14,8%)	(15,6%)	0,8 p.p.	(15,0%)	0,2 p.p.

\*Contempla redução ao valor recuperável de contas a receber de R\$20,9 milhões no 2T24 (R\$2,0 no 2T23).

Na visão societária, o indicador percentual de despesas operacionais sobre a receita líquida na comparação anual, variou -0,8 p.p., em função dos impactos da hiperinflação da Turquia e da dívida designada como *hedge accounting* que reduziram a receita líquida do 2T23, refletindo em um maior percentual sobre a ROL. Na visão gerencial, este indicador variou +0,3 p.p. em função da concentração de gastos no período com i) campanhas de marketing e trade marketing, como a promoção dos 80 anos da Sadia, ii) comissão de vendas no Brasil em função do crescimento dos volumes vendidos e iii) maior provisionamento de despesas com participação nos resultados.



Na comparação trimestral, observamos variação de -0,2 p.p. na visão societária e na visão gerencial o indicador se manteve estável.

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

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

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

## Outros Resultados Operacionais

Outros Resultados Operacionais (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
Outros Resultados Operacionais	(13)	53	(124,1%)	31	(141,3%)
% sobre a ROL	(0,1%)	0,4%	(0,5) p.p.	0,2%	(0,3) p.p.

Este desempenho é majoritariamente explicado pela recuperação de despesas e pelas contingências tributárias, entre outros efeitos líquidos. Para maior detalhamento dessa rubrica, vide nota explicativa 26 às demonstrações financeiras intermediárias.

## 3. RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

Resultado Financeiro (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
<b>Receitas financeiras</b>	<b>274</b>	<b>216</b>	<b>26,8%</b>	<b>275</b>	<b>(0,3%)</b>
Juros sobre caixa e equiv. caixa e receitas de títulos e valores mobiliários	195	128	52,5%	163	19,3%
Juros e outras receitas financeiras	79	88	(10,4%)	111	(28,9%)
<b>Despesas financeiras</b>	<b>(887)</b>	<b>(1.152)</b>	<b>(23,0%)</b>	<b>(907)</b>	<b>(2,2%)</b>
Juros sobre empréstimos e financiamentos	(479)	(599)	(20,0%)	(462)	3,7%
Juros sobre contingências e arrendamentos	(128)	(149)	(14,6%)	(116)	9,9%
Ajuste a valor presente	(140)	(264)	(47,1%)	(183)	(23,5%)
Outras despesas financeiras	(140)	(139)	0,8%	(146)	(4,2%)
<b>Var cambiais e resultado de derivativos, líquidos</b>	<b>223</b>	<b>(164)</b>	<b>(235,9%)</b>	<b>95</b>	<b>135,0%</b>
Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários	127	140	(9,3%)	(79)	(260,9%)
Variações cambiais de derivativos	131	(253)	(151,7%)	73	78,6%
Juros e valor justo de derivativos	3	(102)	(103,0%)	(33)	(109,4%)
Ganhos ou perdas monetários líquidos	(38)	50	(176,2%)	134	(128,7%)
<b>Resultado financeiro líquido</b>	<b>(390)</b>	<b>(1.099)</b>	<b>(64,5%)</b>	<b>(538)</b>	<b>(27,4%)</b>
<b>Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários e derivativos</b>	<b>258</b>	<b>(112)</b>	<b>(330,0%)</b>	<b>(6)</b>	<b>(4385,3%)</b>

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

### Receitas Financeiras

Receitas financeiras apresentaram aumento de R\$58 milhões em relação ao 2T23, devido principalmente à maior receita de juros sobre aplicações resultante da maior posição de caixa.

### Despesas Financeiras

Decorrem do efeito das seguintes contas abaixo descritas:

**Juros sobre empréstimos e financiamentos:** Redução das despesas com juros no 2T24 vs. 2T23 em R\$120 milhões atribuído à queda do endividamento bruto médio na comparação entre os períodos, aliado à redução da taxa básica de juros (DI acum. 2,53% no 2T24 vs. 3,15% no 2T23).

**Ajuste a valor presente (AVP):** Redução no 2T24 reflete a queda do CDI acumulado no trimestre associada ao maior saldo de clientes em comparação ao mesmo período do ano anterior. O AVP refere-se ao encargo financeiro associado aos prazos de pagamento das contas de clientes e fornecedores, com contrapartida no lucro bruto.

**Juros sobre contingências e arrendamentos:** Menores despesas no 2T24 em relação ao 2T23 em R\$21 milhões principalmente em razão da redução dos juros sobre contingências tributárias.

**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.

## Variações monetárias, cambiais e resultados 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 2T24 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\$ 258 milhões.

O montante de juros e valor justo de derivativos somou +R\$3 milhões, uma redução de R\$ 105 milhões em relação ao 2T23 devido às estratégias de hedge associadas às iniciativas de *liability management* que possibilitaram a redução da necessidade do uso intenso de derivativos como proteção cambial diminuindo os custos de hedge. Por fim, foram reconhecidas perdas monetárias de -R\$ 38 milhões devido principalmente ao impacto relativo à hiperinflação das operações na Turquia.

## 4. LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

Lucro (Prejuízo) Líquido (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
Lucro (Prejuízo) Líquido	1.094	(1.337)	181,8%	594	84,2%
Margem Líquida (%)	7,3%	(11,0%)	18,3 p.p.	4,4%	2,9 p.p.

A Companhia apurou lucro de R\$ 1.094 milhões no 2T24, explicado principalmente, i) pelo resultado operacional, com destaque para o crescimento da receita em função de maiores volumes vendidos tanto no mercado doméstico quanto no segmento internacional, recuperação dos preços em diversos destinos de venda, melhores oportunidades de captura de preço como resultados das novas habilitações, e ii) pela redução das despesas financeiras líquidas.

## 5. EBITDA AJUSTADO

EBITDA (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
<b>Resultado Líquido Consolidado</b>	<b>1.094</b>	<b>(1.337)</b>	<b>(181,8%)</b>	<b>594</b>	<b>84,2%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	219	(123)	(277,8%)	121	81,4%
Financeiras Líquidas	390	1.099	(64,5%)	538	(27,4%)
Depreciação e Amortização	866	781	11,0%	848	2,2%
<b>EBITDA</b>	<b>2.569</b>	<b>419</b>	<b>512,9%</b>	<b>2.100</b>	<b>22,4%</b>
Margem EBITDA (%)	17,2%	3,4%	13,8 p.p.	15,7%	1,5 p.p.
Impactos Operação Carne Fraca/Trapaça	-	0,7	n.m.	-	n.m
Hedge Accounting - Dívidas	-	549	n.m.	-	n.m
Efeitos da Hiperinflação	(66)	37	(277,6%)	15	(548,0%)
Resultado da equivalência patrimonial	4	0,9	317,6%	2	50,1%
Eventos climáticos - RS	113	-	n.m.	-	n.m
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>2.621</b>	<b>1.006</b>	<b>160,4%</b>	<b>2.117</b>	<b>23,8%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,6%	8,2%	9,3 p.p.	15,8%	1,7 p.p.

Em função das chuvas intensas que ocasionaram alagamentos e inundações, o estado do Rio Grande do Sul declarou em 1º de maio de 2024 estado de calamidade pública em todo o seu território. Tais eventos climáticos ocasionaram danos materiais, ambientais e de infraestrutura que prejudicaram o funcionamento de instituições públicas, privadas, interdição de vias, além dos impactos na vida das pessoas e das comunidades.

O total apurado do impacto das chuvas no estado do Rio Grande do Sul nas operações da BRF no trimestre foi de R\$ 113 milhões. Este montante foi excluído do EBITDA ajustado para facilitar a compreensão dos resultados recorrentes do trimestre. Os detalhes da contabilização dos custos e despesas podem ser observados na tabela abaixo:

(R\$ Milhões)	2T24
Custo dos Produtos Vendidos	(107)
Despesas com Vendas	(4)
Despesas Gerais e Administrativas	(3)
<b>Total</b>	<b>(113)</b>

O montante descrito acima está relacionado às perdas e gastos adicionais ocorridos no processo produtivo do agro e indústria, para a recuperação de estruturas e maquinários, maiores gastos logísticos, assim como para a realização de doações. A BRF possui apólices de seguros para eventos dessa natureza e está em processo de regulação deste sinistro no Rio Grande do Sul.

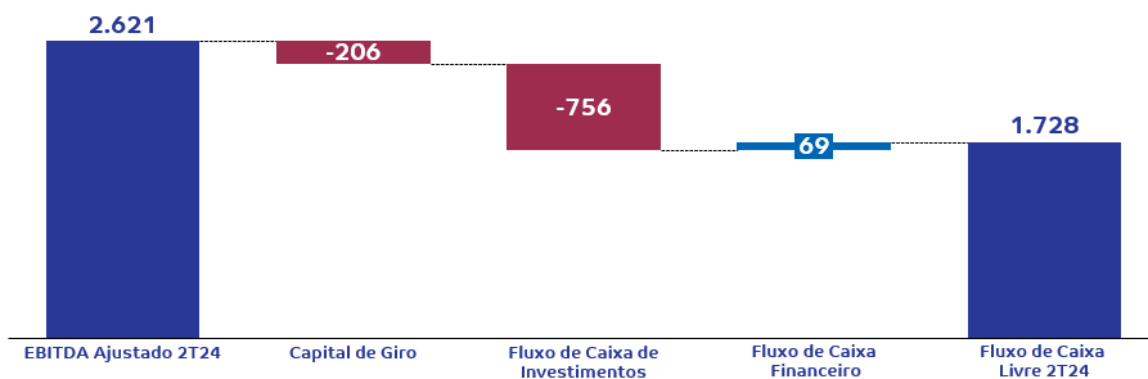
## 6. FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa Livre (R\$ Milhões)	2T24	2T23	1T24	LTM
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>2.621</b>	<b>1.006</b>	<b>2.117</b>	<b>7.845</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>(461)</b>	<b>31</b>	<b>73</b>	<b>(1.037)</b>
Δ Clientes	(1.056)	60	529	(1.950)
Δ Estoques	(124)	990	265	1.142
Δ Fornecedores	718	(1.018)	(722)	(229)
<b>Outras variações</b>	<b>255</b>	<b>128</b>	<b>(142)</b>	<b>284</b>
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>2.414</b>	<b>1.166</b>	<b>2.048</b>	<b>7.093</b>
CAPEX com IFRS 16	(784)	(839)	(726)	(3.003)
<b>Fluxo de Caixa Operacional c/ Capex</b>	<b>1.630</b>	<b>327</b>	<b>1.323</b>	<b>4.090</b>
M&A e Venda de ativos	29	131	30	275
<b>Fluxo de Caixa de Investimentos</b>	<b>(756)</b>	<b>(707)</b>	<b>(696)</b>	<b>(2.728)</b>
Financeiras - efeito caixa	(193)	(504)	(295)	(839)
Juros recebidos	194	131	166	756
Juros pagos	(350)	(512)	(610)	(2.107)
<b>Fluxo de Caixa Financeiro ex-efeitos cambiais</b>	<b>(350)</b>	<b>(885)</b>	<b>(740)</b>	<b>(2.190)</b>
<b>Fluxo de Caixa Livre ex-efeitos cambiais</b>	<b>1.309</b>	<b>(427)</b>	<b>613</b>	<b>2.175</b>
Derivativos (caixa)	(48)	(164)	7	(85)
VC de Disponibilidades	467	(104)	224	1.031
<b>Fluxo de Caixa Financeiro</b>	<b>69</b>	<b>(1.153)</b>	<b>(509)</b>	<b>(1.244)</b>
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>1.728</b>	<b>(694)</b>	<b>844</b>	<b>3.121</b>
Recompra de ações/Follow-on	(213)	-	(135)	4.980
<b>Fluxo de Caixa Livre c/ Recompra de ações/Follow-on</b>	<b>1.515</b>	<b>(694)</b>	<b>709</b>	<b>8.101</b>
Captações/Amortizações	1.234	(346)	(430)	(3.303)
<b>Variação de Caixa</b>	<b>2.750</b>	<b>(1.040)</b>	<b>279</b>	<b>4.798</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 30 deste relatório.

### Fluxo de caixa livre

A Companhia continua a demonstrar sólidos resultados operacionais que, associados às capturas de eficiências, manutenção do ciclo financeiro e redução dos encargos financeiros, resultaram em uma geração livre de caixa de R\$1.728 milhões no 2T24, R\$2.424 maior que o 2T23. Abaixo, apresentamos o detalhamento dos componentes do fluxo de caixa livre.



## Fluxo de caixa operacional e ciclo de conversão de caixa

No 2T24, o fluxo de caixa operacional atingiu R\$2.414 milhões, R\$1.248 milhões superior ao 2T23 refletindo a robusta performance do resultado operacional associada à sustentação do ciclo financeiro em patamares baixos e mais eficientes.

O ciclo de conversão de caixa da Companhia continua a evidenciar os ganhos de eficiência observados desde 2023 e encerrou o 2T24 em 5,2 dias, com queda de 0,4 dias em relação ao mesmo período do ano anterior. O consumo de caixa pelo ciclo de recebimento de clientes atrelado ao aumento recorrente das exportações foi mitigado pelo início da recomposição do saldo de commodities a pagar e pela manutenção dos estoques em níveis sustentáveis.

## Fluxo de caixa de investimentos

O fluxo de caixa de investimentos totalizou R\$ 756 milhões no 2T24, R\$ 49 milhões maior que o 2T23 em virtude do menor fluxo de caixa associado à venda de ativos.

Foram destinados R\$ 206 milhões para crescimento, eficiência e suporte; R\$ 345 milhões para ativos biológicos animais e R\$ 233 milhões para arrendamento mercantil e outros, conforme tabela abaixo:

CAPEX (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
Crescimento	(14)	(36)	(61,6%)	(15)	(4,4%)
Eficiência	(53)	(78)	(32,7%)	(45)	17,4%
Suporte	(139)	(191)	(26,9%)	(121)	15,4%
Ativos Biológicos	(345)	(344)	0,3%	(333)	3,7%
Arrendamento Mercantil e Outros	(233)	(189)	23,1%	(212)	9,6%
<b>Total</b>	<b>(784)</b>	<b>(839)</b>	<b>(6,5%)</b>	<b>(726)</b>	<b>8,1%</b>
Total M&A e venda de ativos	29	131	(78,3%)	30	(4,8%)
<b>Total - CAPEX + M&amp;A e venda de ativos</b>	<b>(756)</b>	<b>(707)</b>	<b>6,8%</b>	<b>(696)</b>	<b>8,6%</b>

Dentre os principais projetos do 2T24 destacam-se:

### Crescimento

- Investimentos nas unidades produtivas para pleitear novas habilitações e em capacidade produtiva destinada ao mercado externo, destacando-se as unidades de Uberlândia – MG, Campos Novos – SC e Mineiros – GO.

### Eficiência

- Melhoria na eficiência agropecuária e redução de custos nas fábricas de rações, com destaque para as unidades de Nova Mutum – MT e Rio Verde – GO;
- Projetos nas fábricas de aves para melhor rendimento da matéria-prima, com destaque para as unidades produtivas de Carambeí – SC, Chapecó – SC e Toledo – PR;

- Projetos nas fábricas de suínos para melhor rendimento da matéria-prima, com destaque para as unidades produtivas de Lucas do Rio Verde – MT, Toledo – PR e Uberlândia – MG;
- Projetos nas fábricas de industrializados para melhor rendimento dos produtos acabados, com destaque para as unidades produtivas de Ponta Grossa – PR e Capinzal - SC;
- Avanço na jornada digital com ferramentas que favorecem à eficiência operacional em processos de logística, gestão de vendas e planejamento;
- Automação de processos na linha de pizzas de Ponta Grossa – PR;
- Eficiência dos recursos energéticos nas unidades de Concórdia – SC e Toledo – PR.

## Suporte

- Adequação das unidades e escritórios às normas e legislações, renovação das licenças de operação e reposição de ativos para mitigação de riscos operacionais e melhorias das condições de trabalho, destacando-se os investimentos nas unidades de: Concórdia – SC, Guatambu – SC, Lucas do Rio Verde – MT, Rio Verde – GO, Toledo – PR, Videira – SC e İzmir – Turquia.
- Continuidade da renovação de licenças necessárias para manutenção das atividades da Companhia e atualização dos recursos de gestão e suporte operacional (Tecnologia da Informação);
- Manutenção das operações florestais e de transporte de aves.

## Fluxo de caixa financeiro

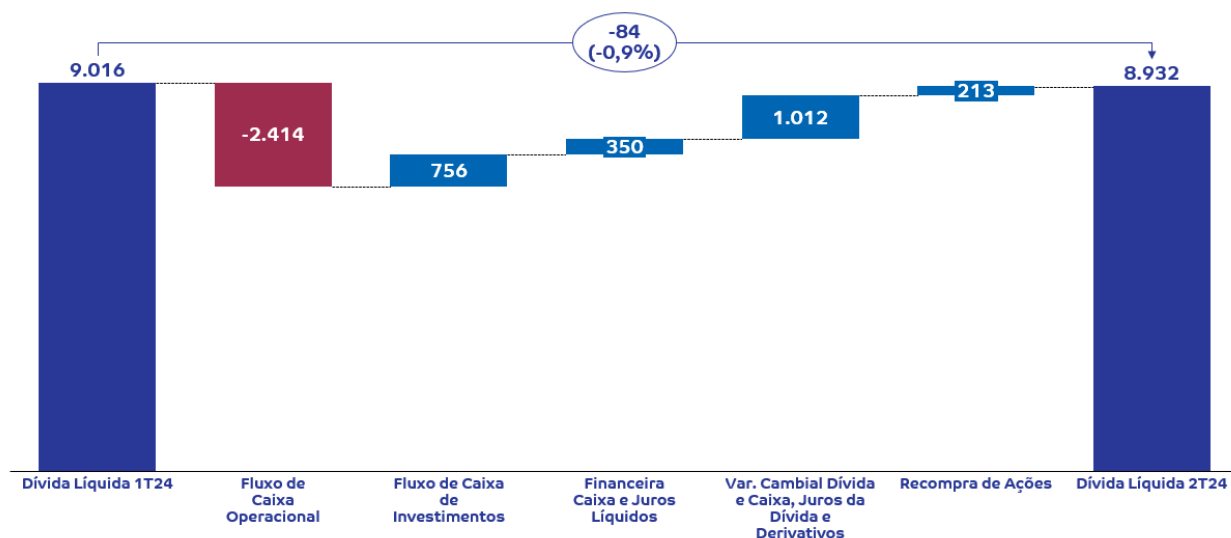
Os gastos com juros líquidos e despesas financeiras com efeito caixa apresentaram uma redução de R\$ 536 milhões em relação ao 2T23, majoritariamente pela maior posição de liquidez entre períodos, pela redução do endividamento bruto médio e menor CDI entre os períodos. Ao incorporar os efeitos cambiais de derivativos de proteção de balanço patrimonial e Variação Cambial de Disponibilidades, o fluxo de caixa financeiro teve uma geração de caixa de R\$ 69 milhões no 2T24.

## 7. ENDIVIDAMENTO

Endividamento (R\$ Milhões)	Em 30.06.2024			Em 31.03.2024	
	Circulante	Não Circulante	Total	Total	Δ %
Moeda Nacional	(1.246)	(9.344)	(10.590)	(8.714)	21,5%
Moeda Estrangeira	(1.153)	(10.336)	(11.490)	(10.699)	7,4%
<b>Endividamento Bruto</b>	<b>(2.399)</b>	<b>(19.680)</b>	<b>(22.079)</b>	<b>(19.414)</b>	<b>13,7%</b>
<b>Caixa e Aplicações*</b>					
Moeda Nacional	7.101	924	8.026	5.396	48,7%
Moeda Estrangeira	4.850	271	5.121	5.002	2,4%
Total Aplicações	11.951	1.195	13.147	10.397	26,4%
<b>Endividamento Líquido</b>	<b>9.552</b>	<b>(18.485)</b>	<b>(8.932)</b>	<b>(9.016)</b>	<b>(0,9%)</b>

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





As captações do trimestre totalizaram R\$ 2.068 milhões em virtude, principalmente, da emissão de R\$ 2,0 bilhões em Certificados de Recebíveis do Agronegócio – CRA no final do 2T24, e as liquidações totalizaram R\$ 833 milhões, devido principalmente ao vencimento de dívidas bilaterais de médio e curto prazo. O prazo médio do endividamento encerrou o 2T24 em 8,0 anos, aumento de 0,2 ano em comparação ao 1T24.

O endividamento líquido totalizou R\$ 8.932 milhões no 2T24, redução de R\$ 84 milhões quando comparado ao 1T24. A alavancagem líquida da Companhia, medida pela razão entre o endividamento líquido e o EBITDA Ajustado dos últimos doze meses, atingiu 1,14x no 2T24 versus 1,45x no 1T24 (alavancagem equivalente em USD atingiu 1,39x no 2T24 versus 1,68x no 1T24), sendo este o menor patamar dos últimos 9 anos.

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	Perspectiva	Escala Global	Perspectiva
Standard & Poor's	AAA(bra)	Estável	BB	Estável
Fitch Ratings	AAA(bra)	Estável	BB+	Estável
Moody's Investors Service	-	-	Ba3	Positiva



## DESTAQUES ESG

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

### Mudanças Climáticas e Rastreabilidade

No trimestre, mantivemos 100% de rastreabilidade dos fornecedores diretos de grãos e atingimos 90% dos indiretos na Amazônia e Cerrado. Considerando todos os biomas, alcançamos 97% dos diretos e 90% dos indiretos. Fomentar a produção de baixo carbono e livre de desmatamento é uma das frentes prioritárias do compromisso Net Zero da Companhia.

### Energia Limpa

Em sintonia com a meta de até 2030 atingir 50% de energia elétrica limpa (eólica e solar), enceramos o mês de junho com 35% de energia elétrica proveniente de fontes limpas em nossas operações. Com o atual portfólio de energia limpa da BRF, a Companhia deverá atingir cerca de 90% de energia elétrica proveniente de fontes limpas e renováveis a nível global.

### Embalagens e Reciclabilidade

Em linha com a estratégia de sustentabilidade da companhia, Sadia passou a compensar 100% das embalagens das linhas Hot Bowls e Mac'N Cheese em parceria com a eureciclo, com expectativa de reciclar mais de 20 milhões de embalagens por ano. Esta iniciativa é uma extensão do bem-sucedido projeto de reciclagem de 20kton em embalagens de margarina da marca Qualy.

### Responsabilidade Social no Rio Grande do Sul

BRF, Instituto BRF e Marfrig mobilizaram uma rede de apoio às comunidades impactadas pelas chuvas no Rio Grande do Sul. Em campanha de *matchfunding* e arrecadação nas unidades, as empresas levantaram mais de R\$ 6 milhões, mais de 10 mil itens de higiene e limpeza e produziram e distribuíram mais de 9 mil refeições para mais de 20 municípios afetados pelas chuvas, dentre outras ações.

### Governança

Na 10ª edição do Ranking Merco ESG, conquistamos a 5ª colocação na categoria de Alimentos e 1ª do segmento de proteínas. No ranking geral avançamos 4 colocações, alcançando a 45ª posição. O indicador avalia as empresas mais bem posicionadas nos âmbitos, ambiental, social e de governança.

# ANEXOS

## Demonstração do Resultado Consolidado

DRE (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Var % a/a	1T24	Var % t/t
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>14.930</b>	<b>12.205</b>	<b>22,3%</b>	<b>13.378</b>	<b>11,6%</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(11.000)	(10.719)	2,6%	(10.153)	8,3%
% sobre a ROL	(73,7%)	(87,8%)	14,2 p.p.	(75,9%)	2,2 p.p.
<b>Lucro Bruto</b>	<b>3.930</b>	<b>1.486</b>	<b>164,5%</b>	<b>3.224</b>	<b>21,9%</b>
% sobre a ROL	26,3%	12,2%	14,2 p.p.	24,1%	2,2 p.p.
Despesas Operacionais	(2.210)	(1.899)	16,4%	(2.001)	10,5%
% sobre a ROL	(14,8%)	(15,6%)	0,8 p.p.	(15,0%)	0,1 p.p.
<b>Resultado Operacional</b>	<b>1.720</b>	<b>(413)</b>	<b>(516,0%)</b>	<b>1.224</b>	<b>40,5%</b>
% sobre a ROL	11,5%	(3,4%)	14,9 p.p.	9,1%	2,4 p.p.
Outros Resultados Operacionais	(13)	53	(124,1%)	31	(141,3%)
Equivalência Patrimonial	(4)	(1)	317,6%	(2)	50,1%
<b>EBIT</b>	<b>1.703</b>	<b>(361)</b>	<b>(571,5%)</b>	<b>1.252</b>	<b>36,0%</b>
% sobre a ROL	11,4%	(3,0%)	14,4 p.p.	9,4%	2,0 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(390)	(1.099)	(64,5%)	(538)	(27,4%)
<b>Resultado antes dos Impostos</b>	<b>1.313</b>	<b>(1.461)</b>	<b>(189,9%)</b>	<b>715</b>	<b>83,7%</b>
% sobre a ROL	8,8%	(12,0%)	20,8 p.p.	5,3%	3,5 p.p.
Imposto de renda e contribuição social	(219)	123	(277,8%)	(121)	81,4%
% sobre o resultado antes dos impostos	(16,7%)	(8,4%)	(8,3) p.p.	(16,9%)	0,2 p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>1.094</b>	<b>(1.337)</b>	<b>(181,8%)</b>	<b>594</b>	<b>84,2%</b>
% sobre a ROL	7,3%	(11,0%)	18,3 p.p.	4,4%	2,9 p.p.
<b>EBITDA</b>	<b>2.569</b>	<b>419</b>	<b>512,9%</b>	<b>2.100</b>	<b>22,4%</b>
% sobre a ROL	17,2%	3,4%	13,8 p.p.	15,7%	1,5 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>2.621</b>	<b>1.006</b>	<b>160,4%</b>	<b>2.117</b>	<b>23,8%</b>
% sobre a ROL	17,6%	8,2%	9,3 p.p.	15,8%	1,7 p.p.

## Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Ativo - R\$ Milhões	30.06.24	31.12.23
<b>Circulante</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	11.458	9.265
Títulos e valores Mobiliários	479	448
Contas a receber de clientes	5.576	4.766
Títulos a receber	13	65
Estoques	6.488	6.629
Ativos biológicos	2.735	2.702
Tributos a recuperar	1.740	1.518
Instrumentos financeiros derivativos	36	109
Despesas antecipadas	279	166
Adiantamentos	130	123
Caixa restrito	15	14
Ativos mantidos para a venda	13	7
Outros ativos circulantes	134	143
<b>Total Circulante</b>	<b>29.097</b>	<b>25.954</b>
<b>Não Circulante</b>		
<b>Ativo realizável a longo prazo</b>	<b>11.253</b>	<b>10.471</b>
Títulos e valores Mobiliários	1.119	320
Contas a receber de clientes	9	6
Títulos a receber	16	2
Tributos a recuperar	4.762	5.001
Tributos diferidos sobre o lucro	2.266	2.113
Depósitos judiciais	416	416
Ativos biológicos	1.864	1.858
Instrumentos financeiros derivativos	513	530
Caixa restrito	76	72
Outros ativos não circulantes	212	153
<b>Investimentos</b>	<b>92</b>	<b>98</b>
<b>Imobilizado</b>	<b>14.868</b>	<b>14.609</b>
<b>Intangível</b>	<b>6.481</b>	<b>6.140</b>
<b>Total do Não Circulante</b>	<b>32.694</b>	<b>31.318</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>61.790</b>	<b>57.272</b>

## Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Passivo - R\$ Milhões	30.06.24	31.12.23
<b>Circulante</b>		
Empréstimos e financiamentos	2.159	2.452
Fornecedores	12.903	12.592
Passivo de arrendamento	1.047	944
Salários, obrigações sociais e participações	1.216	984
Obrigações tributárias	795	585
Instrumentos financeiros derivativos	275	77
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	662	720
Benefícios a empregados	88	86
Adiamentos de clientes	384	290
Outros passivos circulantes	533	659
<b>Total Circulante</b>	<b>20.061</b>	<b>19.390</b>
<b>Não Circulante</b>		
Empréstimos a financiamentos	20.158	17.644
Fornecedores	2	0
Passivo de arrendamento	2.913	2.778
Obrigações tributárias	85	91
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	518	483
Tributos diferidos sobre o lucro	76	60
Benefícios a empregados	501	454
Instrumentos financeiros derivativos	35	60
Outros passivos não circulantes	637	668
<b>Total do Não Circulante</b>	<b>24.924</b>	<b>22.238</b>
<b>Total do Passivo</b>	<b>44.985</b>	<b>41.628</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>		
Capital social	13.349	13.349
Reservas de capital	2.763	2.763
Outras transações patrimoniais	(88)	(70)
Lucros Acumulados	1.493	0
Ações em tesouraria	(408)	(96)
Outros resultados abrangentes	(1.355)	(1.023)
Atribuído aos acionistas controladores	15.754	14.923
Atribuído aos acionistas não controladores	1.051	720
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>16.805</b>	<b>15.644</b>
<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>61.790</b>	<b>57.272</b>

## Demonstração dos Fluxos de Caixa Consolidado

DFC - R\$ Milhões	2T24	2T23
<b>Lucro (Prejuízo) líquido - operações continuadas</b>	<b>1.094</b>	<b>(1.337)</b>
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado	2.695	468
<b>Variações nos saldos patrimoniais</b>	<b>(375)</b>	<b>(314)</b>
Contas a receber de clientes	(787)	72
Estoques	22	892
Ativos biológicos circulantes	67	25
Fornecedores	323	(1.303)
<b>Geração de caixa das atividades operacionais</b>	<b>2.320</b>	<b>154</b>
Juros recebidos	137	94
Outros ativos e passivos operacionais	(191)	495
<b>Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais</b>	<b>2.266</b>	<b>743</b>
Aplicações no ativo imobilizado	(138)	(225)
Aplicações no ativo biológico não circulante	(360)	(363)
Recebimento pela venda de imobilizado e investimento	29	131
Aplicações no ativo intangível	(67)	(68)
Resgate (adições) em títulos mensurados ao VJORA	(831)	-
Outros ativos e passivos das atividades de investimento	(9)	(48)
<b>Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimento</b>	<b>(1.376)</b>	<b>(573)</b>
Captações de empréstimos e financiamentos	2.068	1.185
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(882)	(1.532)
Pagamento de juros	(234)	(244)
Pagamento de derivativos de juros - hedge de valor justo	(68)	(268)
Aquisição de ações em tesouraria	(213)	-
Pagamento de arrendamento	(220)	(182)
<b>Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento</b>	<b>451</b>	<b>(1.041)</b>
Efeito da variação cambial em Caixa e Equivalentes de Caixa	549	(101)
<b>Aumento (decrécimo) líquido no saldo de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>1.891</b>	<b>(972)</b>

Na tabela abaixo apresentamos a conciliação entre a visão de fluxo de caixa contábil e o fluxo de caixa livre gerencial (página 22 deste relatório).

Conciliação Fluxo de Caixa Contábil vs. Gerencial	Var. caixa Contábil	AVP e Derivativos	Arrend. mercantil	Juros recebidos, VC Caixa e Outros	(+) Captações e Amortizações	Resgates e Aplicações	(+) Recompra de ações	Fluxo de Caixa Livre	(-) Captações e Amortizações	(-) Recompra de ações	Var. caixa Gerencial <sup>1</sup>
Fluxo de Caixa Operacional	1.436	165	-	(8)	-	823	-	2.414	-	-	2.414
Fluxo de Caixa Investimentos	(545)	-	(220)	-	-	9	-	(756)	-	-	(756)
Fluxo de Caixa Financeiro	451	(165)	220	449	(1.234)	-	348	69	1.234	(213)	1.091
Variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	549	-	-	(549)	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>1.891</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(108)</b>	<b>(1.234)</b>	<b>832</b>	<b>348</b>	<b>1.728</b>	<b>1.234</b>	<b>(213)</b>	<b>2.750</b>

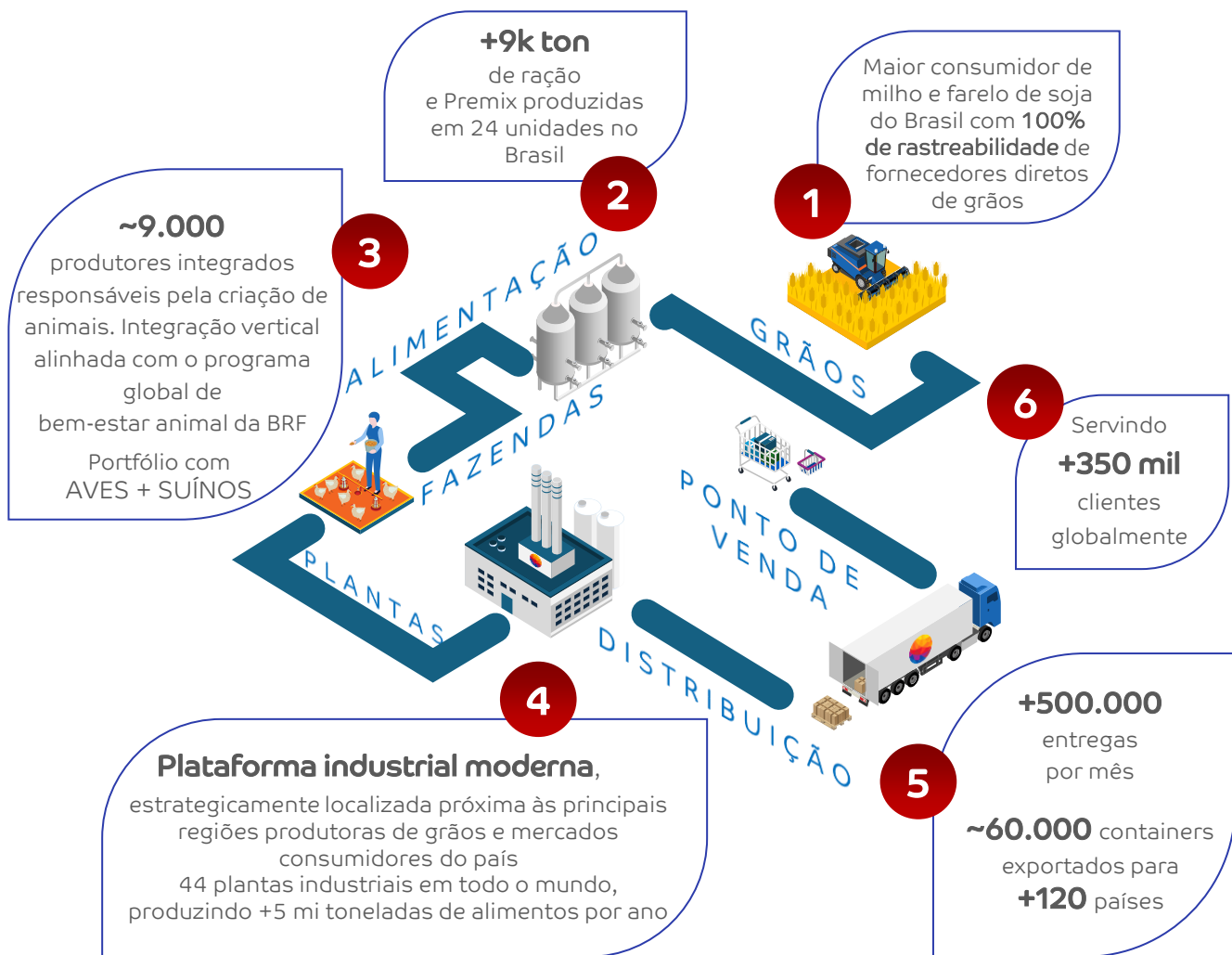
<sup>1</sup>As variações de caixa Contábil e Gerencial apresentam metodologias distintas em relação à determinação do grupo de contas que compõem o caixa: a variação do caixa Contábil considera a variação da conta contábil de Caixa e equivalentes de caixa, enquanto a variação de caixa Gerencial considera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



# QUEM SOMOS



# MODELO DE NEGÓCIOS TOTALMENTE INTEGRADO DO CAMPO À MESA



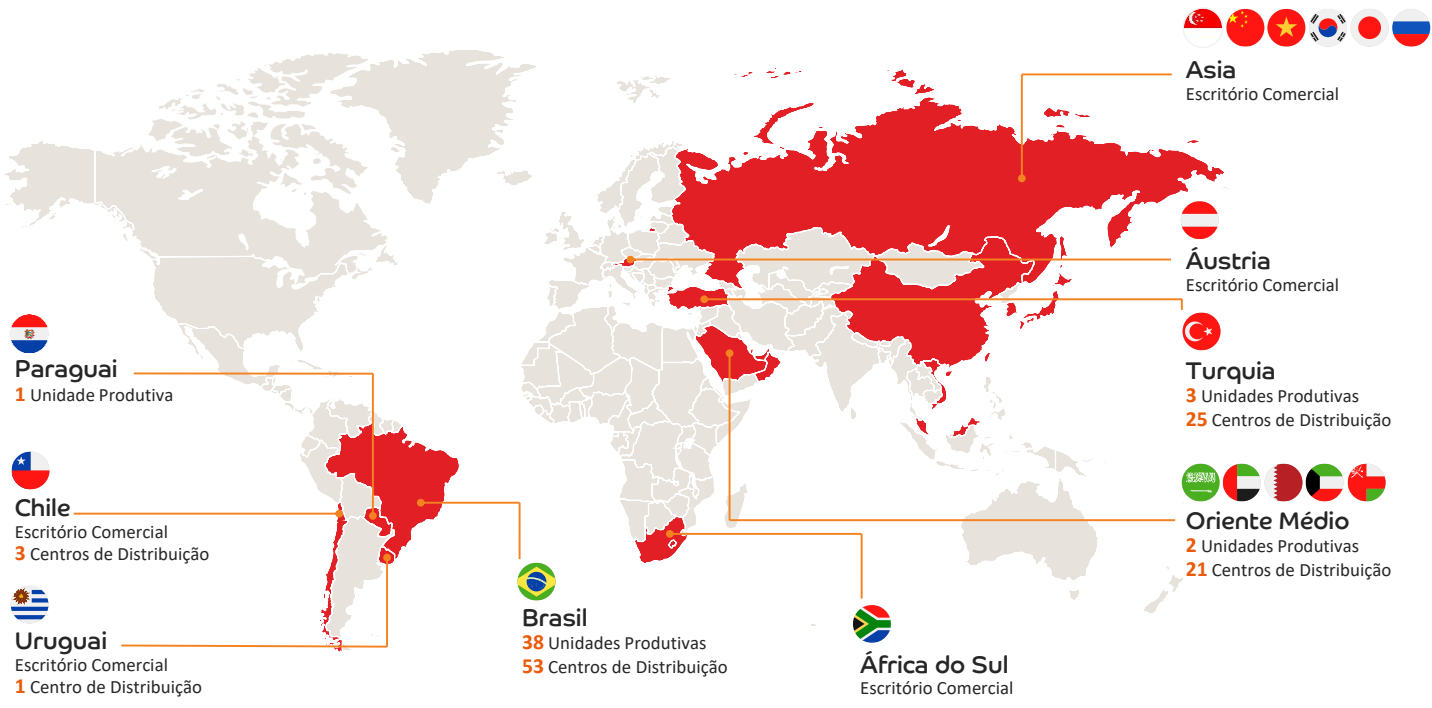


# NOSSA OPERAÇÃO COM PRESENÇA GLOBAL

Operação global eficiente, com instalações modernas e estrategicamente localizadas

**103**  
CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

**44**  
UNIDADES PRODUTIVAS



## NOSSOS PRODUTOS

A BRF tem um portfólio amplo, desfrutando das sinergias entre os segmentos em que opera

### IN NATURA



Aves e  
Suínos



Sadia



Banvit

ساديا  
Sadia



Confidence

### ALIMENTOS PROCESSADOS



Refeições prontas,  
salsichas, frios,  
embutidos e  
margarinas



Sadia



Qualy

Deline

Claybom

Banvit

ساديا  
Sadia



### INGREDIENTS



Farinhas de  
vísceras, gorduras  
e hidrolisados



brf  
ingredients

### PET



Snacks, alimentos  
secos e úmidos  
para cães e gatos



Balance

BIOFRESH  
SUPERPREMIUM

GRAN  
PLUS

GUABI  
NATURAL

## MARCAS PREFERIDAS E TOP OF MIND NO BRASIL

**Sadia**

MARCA BRASILEIRA MAIS VALIOSA E PREFERIDA pelos consumidores no setor de alimentos



Sadia e Qualy são MARCAS TOP-OF-MIND por 10 anos consecutivos

**Qualy**

Qualy é a MARCA DE MARGARINA MAIS VENDIDA no Brasil



PERDIGÃO

Perdigão é a MARCA MAIS PRESENTE nos lares brasileiros

**EVOLUÇÃO** das marcas que são preferidas por mais da metade dos brasileiros

**ALIMENTOS**

**48,2%**

**Sadia**



PERDIGÃO

**MARGARINAS**

**52,0%**

**Qualy Deline Claybom**



FOLHA  
**TOP of  
MIND**  
2023

**Sadia  
Qualy**

**VENCEDORAS** em conjunto, em cinco categorias: Ceia de Natal, Pratos Congelados, Mortadela, Linguiça Calabresa e Margarinas

## LIDERANÇA AO LONGO DE DÉCADAS NO MERCADO HALAL

### CONTROLE DE DISTRIBUIÇÃO

nos principais  
mercados

### VASTO PORTFÓLIO DE MARCAS

com alta participação  
de alimentos  
processados

ساديا  
Sadia



### PREFERÊNCIA

**36,5%**

nos países do GCC  
#1 marca de aves por 8  
anos consecutivos

**51,0%**

na Turquia

### MARKET SHARE

**38,4%**

nos países do GCC

**22,0%**

na Turquia



## CANAIS DE RI

**Site Relações com Investidores:** <https://ri.brf-global.com/>

**Contato de Relações com Investidores:** +55 (11) 23225377

**E-mail:** [acoes@brf.com](mailto:acoes@brf.com)

### Fabio Luis Mendes Mariano

Diretor Vice-Presidente Financeiro e de Relações com Investidores

### Leticia Vaccaro

E-mail: [leticia.vaccaro@brf.com](mailto:leticia.vaccaro@brf.com)

### Fernanda Coutinho

E-mail: [fernanda.coutinho@brf.com](mailto:fernanda.coutinho@brf.com)

### Leonardo Squarizi

E-mail: [leonardo.squarizi@brf.com](mailto:leonardo.squarizi@brf.com)

### Caio Santana

E-mail: [caio.santana@brf.com](mailto:caio.santana@brf.com)

### João Vale

E-mail: [joao.vale@brf.com](mailto:joao.vale@brf.com)

## Imprensa

E-mail: [imprensa@brf.com](mailto:imprensa@brf.com)

