



1T24

SUMÁRIO

04 MENSAGEM DO CHAIRMAN

05 MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

07 DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

08 SEGMENTO BRASIL

11 SEGMENTO INTERNACIONAL

14 OUTROS SEGMENTOS

16 DESEMPENHO CONSOLIDADO

27 DESTAQUES ESG

28 ANEXOS

32 QUEM SOMOS



São Paulo, 07 de maio de 2024 – A BRF S.A. (B3: BRFS3; NYSE:BRFS) – “BRF” ou “Companhia” divulga seus resultados do 1º 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

RECEITA LÍQUIDA	LUCRO BRUTO		
R\$ 13.378	3.224	24,1%	594
R\$ Milhões			
13.178 Milhões no 1T23	1.673 Milhões no 1T23	12,7% no 1T23	(1.024) Milhões no 1T23
EBITDA AJUSTADO	MARGEM EBITDA AJUSTADA	FLUXO DE CAIXA LIVRE	ALAVANCAGEM LÍQUIDA
2.117	15,8%	844	1,45x
PRAZO MÉDIO DE ENDIVIDAMENTO	VALOR DE MERCADO	COTAÇÕES	AÇÕES EMITIDAS
7,8	R\$ 28,01	BRFS3 R\$ 16,65	1.682.473.246
	US\$ 5,65	BRFS US\$ 3,36	14.036.779

Acesso em: _____

R

Milhões



MENSAGEM

Prezados colaboradores, acionistas, parceiros e clientes,

Desde o início do aumento de participação acionária da Marfrig na BRF, em 2021, até a aquisição do controle majoritário com 50,06% do capital da empresa no final de 2023, estive convicto do potencial de geração de valor da BRF. Nossa experiência prévia mostrava que Companhia contava com todos os atributos necessários para um *turnaround* de sucesso.

Em 2024, ano de celebração dos 80 anos da marca Sadia e dos 90 anos da Perdigão, reitero a minha visão perante os robustos resultados da BRF no primeiro trimestre. Os números positivos refletem a evolução da performance operacional, da geração de caixa e o reforço da estrutura de capital da Companhia.

A empresa inicia o novo ciclo mais bem preparada, com um modelo de gestão eficiente que permite tirar o melhor proveito de todas as suas vantagens competitivas. A busca pela eficiência operacional e por maximizar o retorno para os nossos acionistas continua, com oportunidades de melhoria a serem capturadas ao longo do ano, incluindo as trocas de melhores práticas entre BRF e Marfrig.

Plano de Eficiência

“Em 2024, ano de celebração dos 80 anos da marca Sadia e dos 90 anos da Perdigão, reitero a minha visão perante os robustos resultados da BRF no primeiro trimestre. Os números positivos refletem a evolução da performance operacional, da geração de caixa e o reforço da estrutura de capital da Companhia.”

Marcos Molina
Chairman

Agradeço o comprometimento da liderança e de todos os colaboradores da BRF em impulsionar os resultados da empresa, aos nossos acionistas pela confiança e aos integrados, parceiros de negócios e clientes que se dedicam a levar nossas marcas e produtos de qualidade a mais de 120 países.

Marcos Antonio Molina dos Santos
Presidente do Conselho de Administração

MENSAGEM

Prezados(as) Senhores(as),

Iniciamos o ano de 2024 mais competitivos e apresentamos no primeiro trimestre EBITDA de R\$ 2,1 bilhões (15,8% de margem) bem como lucro líquido de R\$ 594 milhões e geração de caixa livre de R\$ 844 milhões. Nossa estrutura de capital otimizada e os bons resultados operacionais contribuíram para a menor alavancagem dos últimos 8 anos (1,45x).

O desempenho reflete os avanços consistentes do programa de eficiência da Companhia nos últimos trimestres. A acuracidade do sistema de precificação, aliada à estratégia de diversificação de mercados por meio de novas habilitações para exportação, nos possibilitou mais agilidade e capacidade de resposta para capturar as melhores oportunidades no mercado internacional. Além disso, o avanço da execução comercial no Brasil e o nosso modelo preditivo de compra de grãos também permitiram alavancar o crescimento da rentabilidade da Companhia.

O BRF+ 2.0 apresentou captura de R\$ 438 milhões no período. Além do foco na melhoria contínua, a nova versão do plano tem como principal objetivo a padronização dos indicadores no mesmo patamar dos benchmarks internos. Com avanços nas principais frentes operacionais na comparação ano contra ano, já estamos performando acima dos níveis históricos em alguns dos principais indicadores como, por exemplo, índice de mortalidade, conversão alimentar e nível de serviço logístico.

No Brasil, mantivemos um patamar saudável de rentabilidade, com aumento das margens do portfólio regular. No período, reportamos margem EBITDA de 15,1%, superior aos 8% do 1T23, suportada pelo avanço da execução comercial, que nos trouxe um incremento de 19 mil pontos de venda (1T24 *versus* 1T23) e pela continuidade da estratégia de inovações focadas nas necessidades do consumidor. Nossos níveis de serviço logístico também evoluíram de forma expressiva no último ano com crescimento de 3,7 p.p. no atendimento às grandes redes varejistas e 1,5 p.p. no pequeno varejo.

No segmento Internacional, conquistamos 25 novas habilitações para exportações, reforçando nossa estratégia de diversificação de mercados. Atingimos margem EBITDA de 16,9% no período e registramos evolução da rentabilidade motivada pela recuperação de preços de exportação, novas alternativas comerciais e pelo bom desempenho na Turquia e nos países do Golfo, potencializado pelo efeito sazonal das celebrações do Ramadã.

Seguimos registrando conquistas relevantes em nossa agenda de sustentabilidade. Avançamos no rating *Sustainalytics* e figuramos como a empresa do setor melhor classificada na última edição do índice. Concluímos ainda a nossa pesquisa anual de engajamento, que apresentou resultado acima da média do mercado de alta performance. O reconhecimento dos colaboradores é reflexo do trabalho de gestão de pessoas e da estabilidade da liderança. Reafirmamos ainda o nosso compromisso com a transparência e a governança com a publicação do Relatório Integrado 2023 em que apresentamos todos os nossos avanços do ano de 2023 sob os aspectos econômicos, sociais e ambientais.

Plano de Eficiência

“O BRF+ 2.0 apresentou captura de R\$ 438 milhões no período. Além do foco na melhoria contínua, a nova versão do plano tem como principal objetivo a padronização dos indicadores no mesmo patamar dos benchmarks internos.”

Com avanços nas principais frentes operacionais na comparação ano contra ano, já estamos performando acima dos níveis históricos em alguns dos principais indicadores”.

Miguel Gularte
CEO

Inspirados pela celebração dos 80 anos da marca Sadia, iniciamos bem 2024 nos consolidando como uma empresa sustentável, resiliente, orientada pela competitividade e preparada para seguir capturando oportunidades. Toda essa evolução não seria possível sem o comprometimento dos nossos quase 100 mil colaboradores a quem agradecemos o empenho e a dedicação nessa jornada de transformação com agilidade, simplicidade e eficiência. Nosso muito obrigado ao nosso chairman e controlador Marcos Molina, ao Conselho de Administração e acionistas, aos nossos produtores integrados, clientes, fornecedores e todas as comunidades onde estamos presentes.

Miguel Gularte
CEO

O resultado consolidado do 1T24 foi impactado pela hiperinflação na Turquia, que merece destaque conforme abaixo:

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.



BRASIL



SEGMENTO BRASIL

Segmento Brasil (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	6.162	6.418	(4,0%)	7.390	(16,6%)
Preço médio (R\$/kg)	11,91	12,25	(2,8%)	12,31	(3,2%)
CPV	(4.575)	(5.272)	(13,2%)	(5.347)	(14,4%)
CPV/kg	(8,85)	(10,06)	(12,1%)	(8,90)	(0,7%)
Lucro Bruto	1.587	1.146	38,4%	2.044	(22,3%)
Margem Bruta (%)	25,8%	17,9%	7,9 p.p.	27,7%	(1,9) p.p.
EBITDA Ajustado	931	513	81,4%	1.153	(19,2%)
Margem EBITDA Ajustada (%)	15,1%	8,0%	7,1 p.p.	15,6%	(0,5) p.p.

No 1T24, o portfólio regular apresentou nova expansão de margens tanto na comparação anual, 7,1 p.p. a/a, como trimestral, quando excluimos o efeito sazonal do portfólio de comemorativos. Essa evolução esteve presente no desempenho dos produtos in natura e processados e foi apoiada pelo consistente progresso da nossa execução comercial, que no trimestre nos permitiu alcançar mais 7 mil novos pontos de venda, totalizando 292 mil clientes, um aumento de 7,1% a/a e 0,7% t/t., ao mesmo tempo em que crescemos o número de itens vendidos por cliente e aumentamos a disponibilidade de produtos em loja. Destacamos também o sucesso do Plano Verão, uma campanha sazonal focada na venda do nosso portfólio de frios, uma das categorias mais rentáveis em alimentos processados, que cresceu em volume e rentabilidade na comparação com o mesmo período do ano anterior.

Outro fator que contribuiu para a evolução da rentabilidade no mercado doméstico foi a retração de 12,1% a/a e de 0,7% t/t do nosso CPV/kg em função principalmente do efeito da queda do custo dos grãos e óleos na comparação anual e do nosso programa de eficiência, o BRF+, que segue promovendo gradualmente ganhos de competitividade. Neste trimestre, destacamos mais uma vez a evolução contínua dos nossos indicadores de conversão alimentar de frangos, que avançou 2,9% a/a e 0,3% t/t, e de suínos, que evoluiu 0,6% a/a e 0,3% t/t. Já o indicador de mortalidade de frangos reduziu 1,0 p.p. a/a e 0,1 p.p. t/t e de suínos regrediu 0,7 p.p. a/a e 0,3 p.p. t/t.

Adicionalmente, no 1T24, nos aproximamos dos menores patamares históricos de desconto por FIFO, através da maior assertividade e integração entre o planejamento de demanda, produção e vendas, em combinação com a redução dos níveis de estoque de produto acabado.

No Brasil, pode-se observar um cenário mais favorável ao consumo das famílias durante o primeiro trimestre do ano, motivado pelo mercado de trabalho aquecido¹, pela queda da taxa de juros² e melhora no crédito e inadimplência³. Esses fatores permitiram recuperação da renda disponível⁴ sustentando maior inclinação ao consumo de nossos produtos, sobretudo processados, no mercado doméstico durante este início de ano.

1 - Taxa de desemprego em 7,9% no trimestre móvel terminado em março/24 – Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – PNAD Contínua
2 - Taxa Selic em 10,75% em mar/24 versus 13,75% em mar/23 – Fonte: Banco Central do Brasil
3 - Famílias com dívidas em atraso em 28,6% em mar/24 versus 29,4% em mar/23 – Fonte: Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic)
4 - Rendimento médio habitual R\$ 3.123 em mar/24 versus R\$ 3.004 em mar/23 - Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) –PNAD Contínua

DESTAQUES MARCAS

Sadia inicia 2024 celebrando seus 80 anos e se consolidando como a marca de alimentos mais valiosa do Brasil⁵. Iniciamos o ano com campanha de Frios Sadia, com foco em presunto e salame, categorias lideradas por Sadia em preferência de marca e *market share*⁶. Celebramos campanhas icônicas do passado, trazendo o personagem Juvenal de “nem a pau, Juvenal”. Os 80 anos da marca também foram tema da 3ª edição de participação de Sadia no Lollapaloza, uma iniciativa em que a marca se aproxima dos jovens e constrói sua base futura de consumidores. No festival, além de ser a marca oficial de todas as tendas de alimentação, promovemos nossa inovação e expertise em Empanados, reforçando vários lançamentos como Big Nuggets, Empanacho e Empanadíssimo.

Em Perdigão, iniciamos o ano com força total ao nos tornarmos a patrocinadora oficial da NFL no Brasil. Destacamos nosso extenso portfólio de churrasco Perdigão Na Brasa durante as transmissões dos jogos, além de estarmos presente no evento da NFL em São Paulo para transmissão do Super Bowl. Também entramos em campo na 27ª edição da Copa do Nordeste, como parte de nossa campanha “Torcer junto tem sabor de Perdigão”, lançamos uma iniciativa regional que incluiu um tour da Taça da “Lampions League” pelo Nordeste, destacando nossos principais produtos e promovendo a união entre os torcedores.

Para celebrar o 470º aniversário de São Paulo, a Perdigão, a marca de alimentos mais escolhida do Brasil⁷, criou o Circuito Mortadela Ouro em parceria com o Restaurant Week. O evento incluiu harmonizações exclusivas com a Mortadela Ouro Perdigão, a mais vendida e preferida do Brasil.

Em margarinas, no fim do trimestre, voltamos ao ar com a campanha 360º “Com Qualy é outra Qualydade”, em que os filmes com Léo Santana e Susana Viera reforçam o foco no uso culinário, além de trazer o diferencial de sustentabilidade que somente Qualy tem, sendo a primeira e única marca de Margarinas a reciclar 100% de suas embalagens vendidas, que já totalizaram aproximadamente 20 mil toneladas de plásticos reciclados.

Em inovações, começamos o ano lançando seis novos produtos, atendendo necessidades emergentes dos consumidores brasileiros. Reforçamos o nosso tradicional portfólio de frios, com um novo produto feito 100% de filé mignon suíno, o Mignoneto, uma opção mais leve e saborosa de Sadia na categoria. Aproveitando o LollaBR, apresentamos um novo e pioneiro empanado de frango sabor queijo nacho, o Empanacho, crocante e em um formato triangular para petiscar e compartilhar a qualquer hora do dia. Além disso, em Sadia, continuamos movimentando o nosso portfólio de refeições congeladas com a extensão de linha em Mac Cheese, que traz o novo sabor Pork Barbecue e para Pardigão, a nova versão de Pizza: Frango com Bacon. Começando os preparativos para o São João, Deline também traz uma novidade com a Deline sabor milho, o sabor que faz mais parte do dia a dia dos consumidores da região agora também estará presente na margarina mais preferida do Nordeste.

5 - Fonte: Kantar, Divisão Worldpanel | Painel de Consumidores | Período: De janeiro de 2023 a junho de 2023 | Abrangência Nacional

6 - Fonte: Nielsen, *market share* valor Presuntos e Salames FY 2023.

7 - Fonte: Kantar



INTERNACIONAL



SEGMENTO INTERNACIONAL

Segmento Internacional (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	6.484	6.143	5,5%	6.209	4,4%
Preço médio (R\$/kg)	12,13	11,48	5,7%	11,33	7,1%
CPV	(4.987)	(5.782)	(13,8%)	(5.000)	(0,3%)
CPV/kg	(9,33)	(10,80)	(13,6%)	(9,12)	2,3%
Lucro Bruto	1.497	361	314,9%	1.209	23,8%
Margem Bruta (%)	23,1%	5,9%	17,2 p.p.	19,5%	3,6 p.p.
EBITDA Ajustado	1.096	(106)	n.m.	687	59,6%
Margem EBITDA Ajustada (%)	16,9%	(1,7%)	18,6 p.p.	11,1%	5,8 p.p.

No primeiro trimestre de 2024, atingimos uma margem EBITDA ajustada de 16,9%, 5,8 p.p. acima do resultado apresentado no 4T23, alcançando níveis ainda mais altos de rentabilidade através da contínua recuperação de preços em diversos destinos de vendas. Inteligência em preços, aumento considerável das habilitações de exportação e menores estoques de produtos seguem contribuindo com os resultados do segmento internacional.

No mercado Halal, preços foram impulsionados por uma maior demanda em razão das celebrações do Ramadã (registramos volume recorde da linha “Easy & Juicy” nos países do Golfo) e por impactos na oferta de produtos como consequência dos desafios logísticos no Mar Vermelho. Na Turquia, a equação oferta e demanda se mantém equilibrada e os avanços na estratégia de crescimento de vendas de produtos processados justificaram níveis saudáveis de rentabilidade e crescimento de 12,4% t/t em volume de vendas da categoria e 3,5 p.p. em *market share*⁸ na comparação anual, atingindo o maior *market share* histórico.

Na Ásia, preços em recuperação e margens saudáveis seguem oportunizando boas alternativas comerciais. Na China, o cenário de preço de suínos segue estável acompanhando a disponibilidade de oferta local.

Observamos recuperação de preços importante também em outras regiões, reforçando nossa estratégia de habilitar novos destinos para exportações, nos permitindo maior diversificação geográfica e captura das melhores oportunidades de mercado. Durante o primeiro trimestre de 2024, conquistamos 25 novas habilitações e atingimos 28% de *market share* nas exportações de frango e 19% nas exportações de suínos⁹. Em abril conquistamos uma nova habilitação para exportação de suínos para os Estados Unidos através da nossa unidade Campos Novos.

8 - Fonte: Nielsen (YTD 2024 versus YTD 2023)
9 - Fonte: Secex 1T24

DESTAQUES MARCAS

Nos países do GCC, iniciamos o primeiro trimestre de 2024 com um plano de comunicação 360° para o Ramadã, o mês sagrado para os muçulmanos. Este é um período de alta sazonalidade em nossos produtos, principalmente na categoria de peito de frango. Nossa campanha do Ramadã focou em comunicar a linha *Easy and Juicy*, que consiste em peitos de frango pré-cortados e marinados, trazendo mais conveniência e praticidade para os consumidores.

A campanha foi ativada em diversos canais para garantir ampla conscientização e engajamento: na televisão local com o maior número de inserções da história, bem como uma arrojada ativação “*out of home*” e participação em múltiplas plataformas digitais, redes sociais e execução nos pontos de venda.

A campanha impactou 33 milhões de pessoas e atingimos o maior nível histórico de vendas da linha *Easy and Juicy* na região, com um aumento de 60%¹⁰ em relação ao ano anterior em *share* valor.

Na Banvit (Turquia), continuamos reforçando a nossa principal estratégia de comunicação durante o período do Ramadã. A nossa campanha esteve no ar através de canais digitais até o Eid (celebração muçulmana que marca o fim do jejum do Ramadã). Criamos um produto específico para esta ocasião especial refletindo o espírito do Ramadã no nome do produto “Banvit İftarlık”, na embalagem e nas comunicações. Ao longo deste período, estabelecemos uma ligação com os nossos consumidores através de um vasto plano de comunicação online via Youtube, Instagram, Facebook, plataformas *over-the-top* (OTT), portais líderes de comida e receitas. Visamos 3 segmentos, famílias grandes, pequenas e grupos de amigos com os nossos diferentes produtos. Também colaboramos com conhecidos chefs influenciadores para inspirar ideias para a mesa de jantar do Ramadã para cada segmento com diversos conteúdos de receitas.

Para o restante do globo, iniciamos o ano com um plano diversificado para cada região. Nossas iniciativas internacionais apresentaram resultados positivos, contando também com o lançamento de 20 novos produtos. Destacamos as principais ações abaixo:

Na Europa, retomamos o mercado britânico, marcando presença na IFE Londres – maior feira de alimentos da Inglaterra – e apresentando nosso novo portfólio de produtos.

No Cone Sul, especificamente no Chile, o lançamento da linha IQF no Walmart teve um impacto significativo, triplicando nosso *market share* em apenas três meses¹¹. Isso também contribuiu para a estratégia de maior disponibilidade do portfólio Sadia na região, contando com empanados, pratos prontos e margarinas. No segmento de congelados, alcançamos a 2ª posição como *Top of Mind* pela Ipsos, avançando uma posição em relação ao estudo de 2022. Além disso, mantivemos a marca Qualy como a segunda mais lembrada em margarinas.

Na Ásia, participamos da Feira de Alimentos FHV no Vietnã, destacando nossa presença em mercados emergentes.



10 - Fonte: Dados internos BRF

11 - Fonte: Nilesen



OUTROS



OUTROS SEGMENTOS

Outros Segmentos (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	730	630	15,8%	839	(13,0%)
Preço médio (R\$/kg)	7,19	5,39	33,5%	7,91	(9,0%)
CPV	(556)	(455)	22,3%	(606)	(8,3%)
CPV/kg	(5,48)	(3,89)	40,9%	(5,72)	(4,2%)
Lucro Bruto	174	175	(0,9%)	232	(25,1%)
Margem Bruta (%)	23,8%	27,8%	(4,0) p.p.	27,7%	(3,9) p.p.
EBITDA Ajustado	78	118	(34,2%)	98	(20,6%)
Margem EBITDA Ajustada (%)	10,7%	18,8%	(8,1) p.p.	11,7%	(1,0) p.p.

Em Ingredientes, continuamos a observar uma redução de volume de vendas, em função da evolução do indicador de rendimento do programa BRF+, reduzindo a oferta de produtos disponíveis para este segmento de negócios, em favor das vendas do portfólio core, maximizando, portanto, a receita de vendas da Companhia. No trimestre, destacamos a primeira Acreditação da ABRA (Associação Brasileira de Reciclagem Animal) na planta da BRF Ingredientes em Concórdia. Esta nova certificação que tem por objetivo criar rastreabilidade da produção de brasileira de ingredientes facilitará o acesso da Cia a diversos mercados internacionais.

Em Pet Food, várias frentes estão sendo executadas com o objetivo de consolidar a gestão operacional e alavancar as vendas. Começamos a mapear as frentes que serão priorizadas no BRF Pet+, o programa de eficiência do segmento de Pet Food. Iniciamos o projeto de unificação de sistemas com a solução SAP para todo o negócio bem como realizamos a primeira convenção de vendas com a presença dos distribuidores internacionais no início de fevereiro. Adicionalmente, fechamos um contrato de venda para fornecimento de ração (alimentos secos por Ivoti-RS e alimentos úmidos por Bastos-SP) para a marca própria do Walmart do Chile. Este novo contrato irá alavancar volumes além de expandir a internacionalização do segmento Pet.

A Companhia executou no primeiro 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 origem. Tais operações contribuíram para a melhora do resultado absoluto dos Outros Segmentos de negócio.

DESTAQUES MARCAS

Pet: No 1T24, a BRF Pet foi a primeira empresa de pet food a lançar uma linha de suplementos alimentares para cães e gatos, com a marca GUD, estreitando relacionamento com os médicos veterinários no Canal Especializado. Ainda, expandiu a linha de úmidos com o novo GranPlus Patê, apresentação em bandejas de alumínio, aumentando a ocupação de sua planta de úmidos em Ivoti (RS) e estreou na categoria de *snacks* para cães com o GranPlus Biscoitos.



Corporate

Corporate (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Lucro Bruto	(0)	0	n.m	(0)	n.m
EBITDA Ajustado	12	82	(85,5%)	(34)	(134,5%)

Neste trimestre, o resultado do segmento Corporate é explicado, entre outros efeitos, pela alienação e baixa de ativos imobilizados. Maiores detalhamentos sobre o resultado estão disponíveis na nota explicativa 24 às demonstrações financeiras.

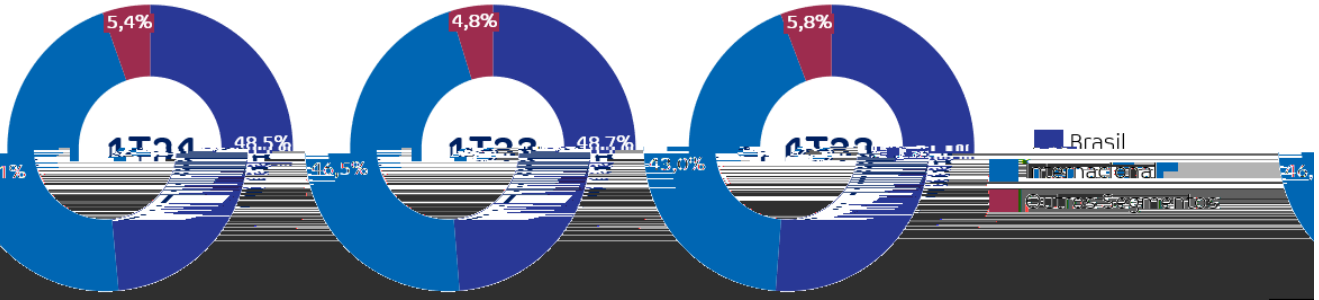


DESEMPENHO



1. RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

ROL (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.153	1.176	(1,9%)	1.255	(8,1%)
Receita Operacional Líquida	13.378	13.178	1,5%	14.426	(7,3%)
Preço Médio (ROL)	11,60	11,20	3,5%	11,50	0,9%



Neste trimestre, observamos uma expansão de 1,5% da receita líquida na comparação com o mesmo período do ano anterior explicada principalmente pela evolução de 3,5% a/a do preço médio de venda, refletindo a recuperação do mercado de proteína *in natura* após o cenário da sobreoferta global de frango que pressionou os preços durante a maior parte do ano de 2023. Na comparação trimestral, a retração de 7,3% da receita é resultado do efeito sazonal da campanha de comemorativos no volume vendido durante o último trimestre do ano.

Na visão gerencial, onde excluimos os efeitos da hiperinflação da Turquia, nossa receita líquida atingiu R\$ 13.376 milhões no 1T24 versus R\$ 13.191 milhões no 1T23, um aumento de 1,4% a/a.

Estratégia de Proteção do Resultado Operacional *hedge accounting*

Os efeitos dos instrumentos financeiros para proteção cambial do resultado totalizaram + R\$47,4 milhões no 1T24, 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 1T24	1T23	2T23	3T23	4T23	1T24
Nocional Acumulado Contratado (US\$ Milhões)	42	58	132	424	554
Taxa de Câmbio Contratada (BRL/USD)*	5.52	5.47	5.24	5.10	5.07

* 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	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25
Nocional a vencer	320	121	46	46	21
Taxa de Câmbio contratada (BRL/USD)*	5.02	5.12	5.25	5.11	5.16

* 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.

2. CUSTOS, DESPESAS E OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS

Custos dos Produtos Vendidos (CPV)

CPV (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Custo dos Produtos Vendidos	(10.153)	(11.505)	(11,7%)	(11.234)	(9,6%)
CPV/kg	(8,80)	(9,78)	(10,0%)	(8,95)	(1,7%)
Custo dos Produtos Vendidos (Gerencial)	(10.118)	(11.509)	(12,1%)	(10.953)	(7,6%)
CPV/kg (Gerencial)	(8,77)	(9,78)	(10,3%)	(8,73)	0,5%

Na comparação anual, observamos uma redução de 10,0% no custo unitário na visão societária, e de 10,3% na visão gerencial, na qual eliminamos os efeitos da hiperinflação da Turquia, podendo ser explicada principalmente:

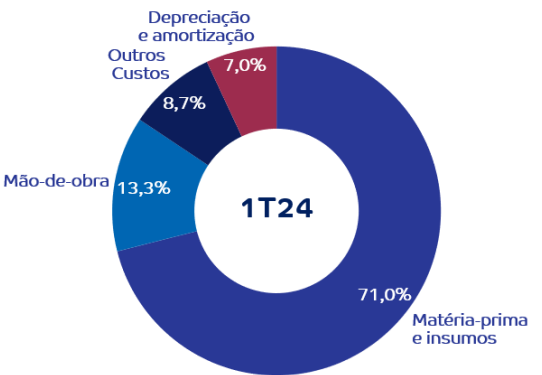
i) pelo efeito da queda do preço dos grãos que ocorreu durante o ano de 2023 em função do volume das safras e assertivo momento de formação de estoques e fixação de preços adotados pela Cia. Devido ao ciclo da nossa cadeia, esta redução começou a impactar nosso resultado no segundo semestre de 2023. No 1T24, a variação da média móvel de 6 meses do preço do milho apresentou uma queda de 26,2% a/a e a soja uma queda de 24,7% a/a¹².

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 25,8% a/a¹³.

iii) pelos efeitos do nosso programa de eficiência, o BRF+, que desde o seu lançamento no final de 2022, trouxe ganhos operacionais significativos que se refletiram de maneira majoritária através da redução de custos. Destacamos novamente a evolução do indicador de eclosão, que evoluiu 2,6 p.p. a/a, o indicador de mortalidade de frango evoluiu 1,0 p.p. a/a, a conversão alimentar evoluiu 2,9% a/a para frangos e 0,6% a/a para suínos. Por fim, destacamos a evolução do rendimento da indústria em 3,6 p.p. a/a e 3,9 p.p. a/a, para frangos e suínos, respectivamente. Os ganhos acumulados do programa no trimestre atingiram R\$ 438 milhões, sendo aproximadamente R\$ 340 milhões em redução de custos.

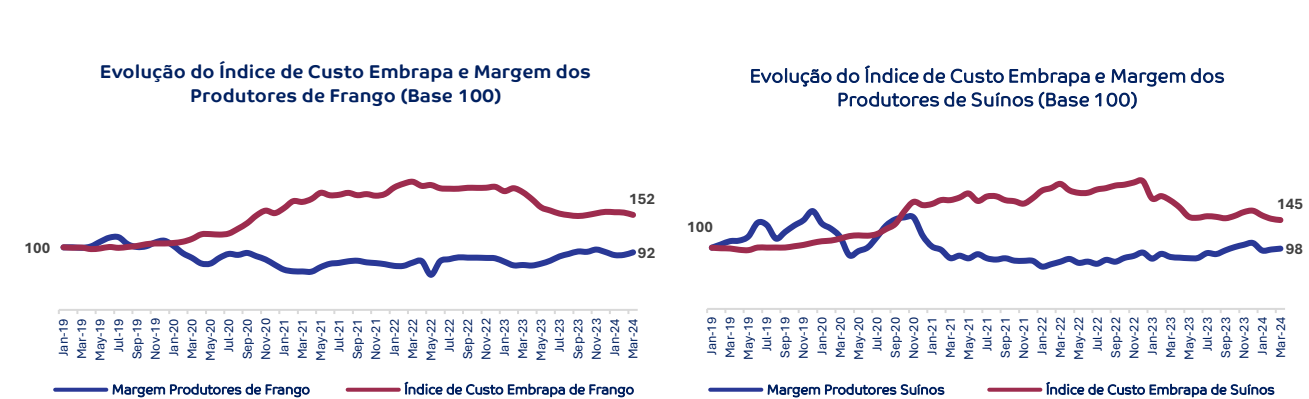
iv) pela redução dos custos com frete, principalmente o marítimo, como reflexo da renegociação de contratos e redução de tarifas.

Na comparação trimestral podemos observar uma redução de 1,7% do custo unitário na visão societária e de um aumento de 0,5% na visão gerencial. Este resultado é influenciado pelo aumento do custo no segmento internacional sendo os principais motivos, (i) o mix de produtos vendidos durante o primeiro trimestre, com destaque para a maior participação do peito de frango que apesar de aumentar o custo unitário favorece a rentabilidade e, (ii) pelo aumento do custo de produção na plataforma da Turquia, em função principalmente do impacto da variação cambial nos resultados em reais, e gatilhos inflacionários em diferentes intensidades.



12 - Variação da média móvel de 6 meses do preço do milho e da soja 1T24 x 1T23. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ.
13 - Variação da média móvel de 6 meses do preço do óleo de soja, 1T24 vs 1T23. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ.

Ao analisar o índice do custo teórico ICP Embrapa¹⁴, continuamos a observar uma redução do custo de produção do frango e suíno, principalmente explicado pela redução do custo na rubrica “nutrição”. Contudo, observa-se que os patamares de rentabilidade dos produtores de frango e suíno¹⁵ ainda não retornaram ao patamar do início da série (2019).



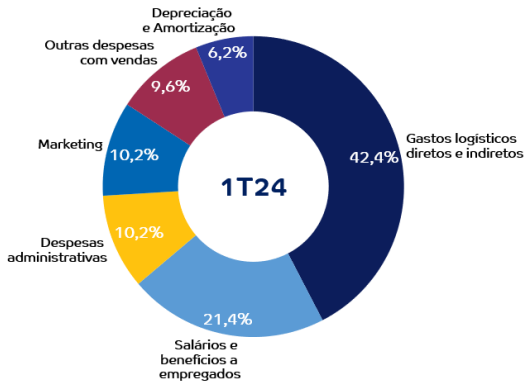
Despesas Operacionais

Despesas Operacionais (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Despesas com Vendas	(1.799)	(1.777)	1,2%	(2.077)	(13,4%)
% sobre a ROL	(13,4%)	(13,5%)	0,1 p.p.	(14,4%)	1,0 p.p.
Despesas Administrativas e Honorários	(201)	(160)	26,1%	(260)	(22,5%)
% sobre a ROL	(1,5%)	(1,2%)	(0,3) p.p.	(1,8%)	0,3 p.p.
Despesas Operacionais Totais	(2.001)	(1.937)	3,3%	(2.336)	(14,4%)
% sobre a ROL	(15,0%)	(14,7%)	(0,3) p.p.	(16,2%)	1,2 p.p.

*Contempla redução ao valor recuperável de contas a receber de R\$27,2 milhões no 1T24 (R\$6,5 no 1T23).

O indicador percentual de despesas operacionais sobre a receita líquida na comparação anual, variou + 0,3 p.p, em função de maiores gastos com campanhas de marketing, com destaque para a promoção da categoria de frios no período.

Na comparação trimestral, atingiu 15,0% no 1T24 (-1,2 p.p.) influenciado, principalmente, (i) pela redução das despesas com marketing e trade marketing em função da campanha de comemorativos que ocorre sempre ao fim do ano, (ii) pela redução dos valores de diárias de frete e armazenagem e, (iii) menores despesas com remuneração variável devido aos pagamentos extraordinários de incentivo às vendas de fim de ano.



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

14 - Variação do índice do custo de produção Embrapa (ICP Frango e ICP Suíno), disponibilizado publicamente no site www.embrapa.br
15 - 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.

Outros Resultados Operacionais

Outros Resultados Operacionais (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Outros Resultados Operacionais	31	84	(63,3%)	71	(56,4%)
% sobre a ROL	0,2%	0,6%	(0,4) p.p.	0,5%	(0,3) p.p.

Este desempenho é majoritariamente explicado pela recuperação de despesas e ganhos na alienação de ativos, entre outros efeitos líquidos. Para maior detalhamento dessa rubrica, vide nota explicativa 26 às demonstrações financeiras intermediárias referente aos 3 meses findo em 31 de março de 2024.

3. RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

Resultado Financeiro (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Receitas financeiras	275	198	38,6%	430	(36,1%)
Juros sobre caixa e equiv. caixa e receitas de títulos e valores mobiliários	163	119	37,8%	158	3,1%
Juros e outras receitas financeiras	111	80	40,0%	272	(59,0%)
Despesas financeiras	(907)	(1.036)	(12,5%)	(912)	(0,5%)
Juros sobre empréstimos e financiamentos	(462)	(537)	(13,9%)	(488)	(5,2%)
Juros sobre contingências e arrendamentos	(116)	(99)	16,7%	(109)	7,0%
Ajuste a valor presente	(183)	(263)	(30,7%)	(198)	(7,8%)
Outras despesas financeiras	(146)	(137)	7,0%	(118)	24,4%
Var cambiais e resultado de derivativos, líquidos	95	(22)	(530,7%)	294	(67,7%)
Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários	(79)	143	(155,3%)	78	(201,0%)
Variações cambiais de derivativos	73	(109)	(167,3%)	(79)	(192,9%)
Juros e valor justo de derivativos	(33)	(137)	(76,0%)	(17)	95,4%
Ganhos ou perdas monetários líquidos	134	81	65,4%	311	(57,0%)
Resultado financeiro líquido	(538)	(860)	(37,5%)	(188)	186,3%
Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários e derivativos	(6)	34	(117,5%)	(0)	1474,5%

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

Receitas Financeiras

Receitas financeiras apresentaram aumento de R\$77 milhões em relação ao 1T23, devido principalmente i) 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 1T24 *versus* 1T23 em R\$75 milhões atribuída à queda do endividamento bruto em R\$5,3 bilhões na comparação entre os períodos, aliado à redução da taxa básica de juros (CDI acum. 2,62% no 1T24 *versus* 3,25% no 1T23).

Ajuste a valor presente (AVP): Redução no 1T24 reflete menor saldo de fornecedores e queda do CDI acumulado no trimestre 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: Maiores despesas no 1T24 em R\$17 milhões na comparação anual principalmente em razão do aumento de juros sobre arrendamentos, compensadas parcialmente pela redução dos juros sobre contingências.

Outras despesas financeiras: Inclui tarifas bancárias, despesas com cessão e seguro

5. EBITDA AJUSTADO

EBITDA (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Resultado Líquido Consolidado	594	(1.024)	(158,0%)	754	(21,3%)
Imposto de Renda e Contribuição Social	121	(16)	(865,1%)	(18)	(782,4%)
Financeiras Líquidas	538	860	(37,5%)	188	186,3%
Depreciação e Amortização	848	784	8,1%	869	(2,5%)
EBITDA	2.100	604	247,5%	1.794	17,1%
Margem EBITDA (%)	15,7%	4,6%	11,1 p.p.	12,4%	3,3 p.p.
Impactos Operação Carne Fraca/Trapaça	-	2	n.m.	(1)	n.m
<i>Impairment</i>	-	-	-	33	n.m
Valor justo de florestas	-	-	-	(188)	n.m
Gastos com aquisições e integrações	-	-	-	11	n.m
Efeitos da Hiperinflação	15	0	n.m.	251	(94,2%)
Resultado da equivalência patrimonial	2	0	n.m.	3	(9,7%)
EBITDA Ajustado	2.117	607	248,8%	1.903	11,2%
Margem EBITDA Ajustada (%)	15,8%	4,6%	11,2 p.p.	13,2%	2,6 p.p.

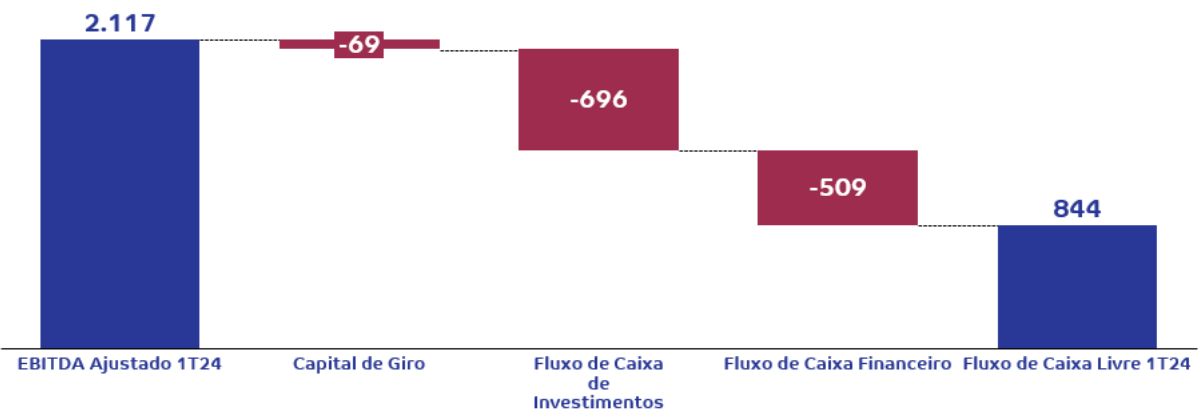
6. FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa Livre (R\$ Milhões)	1T24	1T23	4T23	LTM
EBITDA Ajustado	2.117	607	1.903	6.231
Capital de Giro	73	177	(196)	(544)
Δ Clientes	529	482	(733)	(834)
Δ Estoques	265	417	1.288	2.255
Δ Fornecedores	(722)	(722)	(752)	(1.966)
Outras variações	(142)	88	0	158
Fluxo de Caixa Operacional	2.048	872	1.707	5.844
CAPEX com IFRS 16	(726)	(827)	(741)	(3.058)
Fluxo de Caixa Operacional c/ Capex	1.323	45	967	2.786
M&A e Venda de ativos	30	3	(0)	378
Fluxo de Caixa de Investimentos	(696)	(824)	(741)	(2.680)
Financeiras - efeito caixa	(295)	(412)	(136)	(1.150)
Juros recebidos	166	121	161	693
Juros pagos	(610)	(668)	(461)	(2.225)
Fluxo de Caixa Financeiro ex-efeitos cambiais	(740)	(958)	(436)	(2.682)
Fluxo de Caixa Livre ex-efeitos cambiais	613	(910)	530	482
Derivativos (caixa)	7	(41)	(21)	(201)
VC de Disponibilidades	224	(51)	104	460
Fluxo de Caixa Financeiro	(509)	(1.051)	(353)	(2.423)
Fluxo de Caixa Livre	844	(1.002)	613	741
Recompra de ações/Follow-on	(135)	-	-	5.193
Fluxo de Caixa Livre c/ Recompra de ações/Follow-on	709	(1.002)	613	5.934
Captações/Amortizações	(430)	1.348	(2.328)	(4.927)
Variação de Caixa	279	345	(1.714)	1.007

* 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 31 deste relatório.

Fluxo de caixa livre

A Companhia tem alcançado uma melhora sequencial de geração de caixa nos últimos 12 meses através da recuperação operacional, captura de eficiências e redução dos encargos financeiros, resultando em uma geração de caixa de R\$844 milhões no 1T24, R\$1.846 maior que o 1T23 e R\$ 231 milhões superior que o 4T23. Abaixo, apresentamos o detalhamento dos componentes do fluxo de caixa livre.



Fluxo de caixa operacional e ciclo de conversão de caixa

No 1T24, o fluxo de caixa operacional atingiu R\$2.048 milhões, R\$1.176 milhões superior ao 1T23 refletindo a melhora de performance do resultado operacional em combinação à gestão do ciclo de estoques, principalmente de produtos acabados, em patamares mais eficientes.

O ciclo de conversão de caixa da Companhia manteve os ganhos de eficiência que foram observados ao longo do ano de 2023 e encerrou o 1T24 em 4,7 dias, seu menor nível histórico já observado, com queda de 2,8 dias em relação ao mesmo período do ano anterior, majoritariamente explicado pelo menor giro de estoques que atingiu 75,2 dias.

Fluxo de caixa de investimentos

O fluxo de caixa de investimentos totalizou R\$ 696 milhões no 1T24, R\$ 128 milhões menor que o 1T23 em virtude de menores dispêndios com Capex e do recebimento da venda de fazendas, que fazem parte das iniciativas remanescentes do plano de desmobilização da Companhia.

Foram destinados em Capex R\$ 180 milhões para crescimento, eficiência e suporte; R\$ 333 milhões para ativos biológicos e R\$ 213 milhões para arrendamento mercantil e outros, conforme tabela abaixo:

CAPEX (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Crescimento	(15)	(73)	(80,1%)	(19)	(23,4%)
Eficiência	(45)	(41)	9,8%	(48)	(6,1%)
Suporte	(121)	(151)	(20,2%)	(127)	(4,8%)
Ativos Biológicos	(333)	(358)	(7,1%)	(334)	(0,5%)
Arrendamento Mercantil e Outros	(213)	(204)	4,3%	(213)	(0,0%)
Total	(726)	(827)	(12,3%)	(741)	(2,0%)
Total M&A e venda de ativos	30	3	817,6%	(0)	n.m.
Total - CAPEX + M&A e venda de ativos	(696)	(824)	(15,6%)	(741)	(6,1%)

Dentre os principais projetos do 1T24 destacam-se:

Crescimento

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

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 – PR, 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;
- 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 às normas e legislações, renovação das licenças de operação e reposição de ativos para mitigação de riscos operacionais, 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.
- Renovação de licenças necessárias para manutenção das atividades da Companhia e atualização dos recursos de gestão e suporte operacional relacionadas à Tecnologia da Informação;
- Manutenção das operações florestais e de transporte de aves.

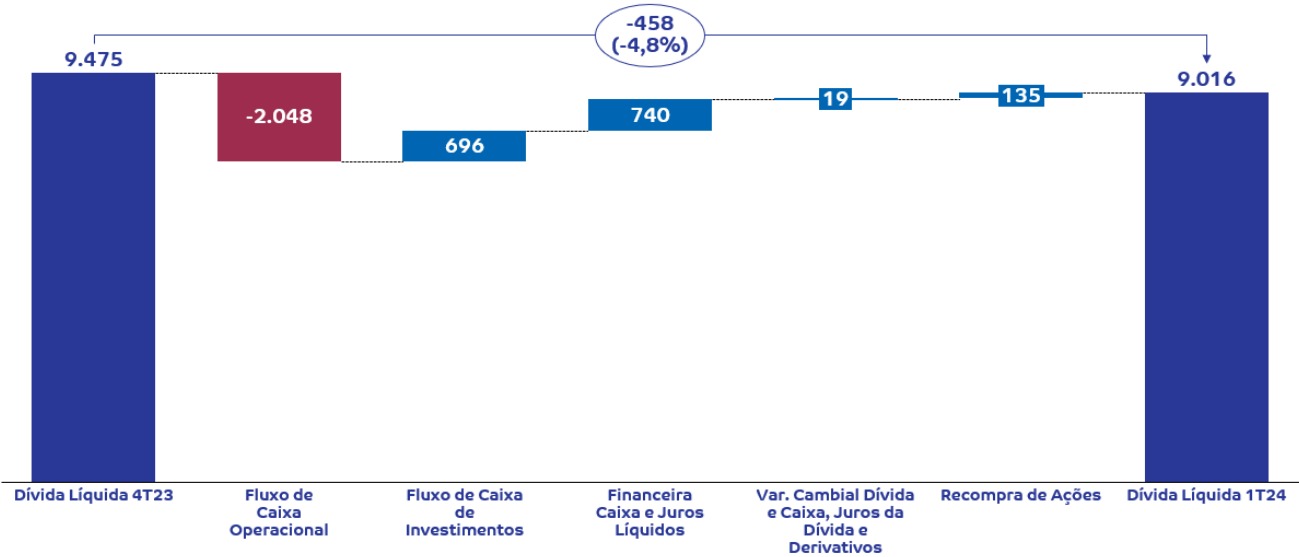
Fluxo de caixa financeiro

Os gastos com juros líquidos e despesas financeiras com efeito caixa apresentaram uma redução de R\$ 218 milhões em relação ao 1T23, majoritariamente pela maior posição de liquidez entre períodos, pela redução substancial do endividamento bruto 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 um consumo de caixa de R\$ 509 milhões no 1T24 (52% menor que o mesmo período do ano anterior).

7. ENDIVIDAMENTO

Endividamento (R\$ Milhões)	Em 31.03.2024			Em 31.12.2023	
	Circulante	Não Circulante	Total	Total	
Moeda Nacional	(847)	(7.867)	(8.714)	(9.002)	(3,2%)
Moeda Estrangeira	(1.431)	(9.268)	(10.699)	(10.591)	1,0%
Endividamento Bruto Caixa e Aplicações*	(2.278)	(17.135)	(19.414)	(19.593)	(0,9%)
Moeda Nacional	5.303	92	5.396	5.592	(3,5%)
Moeda Estrangeira	4.748	254	5.002	4.526	10,5%
Total Aplicações	10.051	347	10.397	10.119	2,8%
Endividamento Líquido	7.773	(16.789)	(9.016)	(9.475)	(4,8%)

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



As captações do trimestre totalizaram R\$ 65 milhões, concentradas em linhas de capital de giro nos mercados internacionais, e as liquidações totalizaram R\$ 495 milhões, devido principalmente ao vencimento de dívidas bilaterais de médio e curto prazo. O prazo médio do endividamento encerrou o 1T24 em 7,8 anos, redução de 0,1 ano em comparação ao 4T23.

O endividamento líquido totalizou R\$ 9.016 milhões no 1T24, redução de R\$ 458 milhões quando comparado ao 4T23. A alavancagem líquida da Companhia, medida pela razão entre o endividamento líquido e o EBITDA Ajustado dos últimos doze meses, atingiu 1,45x no 1T24 *versus* 2,01x no 4T23 (alavancagem equivalente em USD atingiu 1,68x no 1T24 *versus* 2,05x no 4T23), sendo este o menor patamar dos últimos 8 anos.

Destacamos que a agência de classificação de riscos Fitch elevou as notas de crédito da BRF em escala corporativa global de “BB” para “BB+” e em escala nacional de “AA+” para “AAA”, ambas com perspectiva estável. Ademais, a agência de classificação de riscos Moody’s elevou a perspectiva de crédito da BRF em escala corporativa global de neutra para positiva, com *rating* Ba3.

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	AA+(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:

Avaliação de Risco

Avançamos no rating *Sustainalytics*, que analisa oportunidades e riscos ESG para empresas e investidores globais. Apresentamos melhorias em temas materiais como políticas socioambientais, trabalhistas, compliance e cadeia de suprimentos. Somos a empresa do setor melhor classificada pelo índice, que abrange mais de 20 mil empresas em 172 países.

Boas Práticas Ambientais

Conquistamos, pelo segundo ano consecutivo, o selo de boas práticas ambientais ‘Green Label Industries’ na unidade de Kezad, dos Emirados Árabes Unidos, que reforça nossas práticas sustentáveis no mercado internacional. O reconhecimento, chancelado pela Agência do Meio Ambiente de Abu Dhabi (EAD), é concedido às empresas que possuem excelência de desempenho em suas operações, alinhadas a práticas ambientais, promovendo a preservação dos recursos naturais e reduzindo o impacto ambiental.

Relatório de Sustentabilidade 2023

Lançamos a 16ª edição do relatório de sustentabilidade e a 5ª no modelo de relatório integrado. O Relatório 2023 inclui o mapeamento completo das emissões de toda a nossa cadeia. Orientado por processo de dupla materialidade, o documento é assegurado por terceira parte e alinhado às diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) e *IFRS Foundation*, além dos padrões de referência *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) e *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures* (TCFD). Para acessar o Relatório de Sustentabilidade, [clique aqui](#).

ANEXOS

Demonstração do Resultado Consolidado

DRE (R\$ Milhões)	1T24	1T23	Var % a/a	4T23	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	13.378	13.178	1,5%	14.426	(7,3%)
Custo dos Produtos Vendidos	(10.153)	(11.505)	(11,7%)	(11.234)	(9,6%)
% sobre a ROL	(75,9%)	(87,3%)	11,4 p.p.	(77,9%)	2,0 p.p.
Lucro Bruto	3.224	1.673	92,7%	3.193	1,0%
% sobre a ROL	24,1%	12,7%	11,4 p.p.	22,1%	2,0 p.p.
Despesas Operacionais	(2.001)	(1.937)	3,3%	(2.336)	(14,4%)
% sobre a ROL	(15,0%)	(14,7%)	(0,3) p.p.	(16,2%)	1,2 p.p.
Resultado Operacional	1.224	(264)	(564,0%)	856	42,9%
% sobre a ROL	9,1%	(2,0%)	11,1 p.p.	5,9%	3,2 p.p.
Outros Resultados Operacionais	31	84	(63,3%)	71	(56,4%)
Equivalência Patrimonial	(2)	(0)	14058,8%	(3)	(9,7%)
EBIT	1.252	(179)	(798,2%)	924	35,5%
% sobre a ROL	9,4%	(1,4%)	10,7 p.p.	6,4%	3,0 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(538)	(860)	(37,5%)	(188)	186,3%
Resultado antes dos Impostos	715	(1.039)	(168,8%)	737	(3,0%)
% sobre a ROL	5,3%	(7,9%)	13,2 p.p.	5,1%	0,2 p.p.
Imposto de renda e contribuição social	(121)	16	(865,1%)	18	(782,4%)
% sobre o resultado antes dos impostos	(16,9%)	(1,5%)	(15,4) p.p.	2,4%	(19,3) p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	594	(1.024)	(158,0%)	754	(21,3%)
% sobre a ROL	4,4%	(7,8%)	12,2 p.p.	5,2%	(0,8) p.p.
EBITDA	2.100	604	247,5%	1.794	17,1%
% sobre a ROL	15,7%	4,6%	11,1 p.p.	12,4%	3,3 p.p.
EBITDA Ajustado	2.117	607	248,8%	1.903	11,2%
% sobre a ROL	15,8%	4,6%	11,2 p.p.	13,2%	2,6 p.p.

Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Ativo - R\$ Milhões	31.03.24	31.12.23
Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	9.567	9.265
Títulos e valores Mobiliários	470	448
Contas a receber de clientes	4.282	4.766
Títulos a receber	37	65
Estoques	6.277	6.629
Ativos biológicos	2.795	2.702
Tributos a recuperar	1.728	1.518
Instrumentos financeiros	32	109
Despesas antecipadas	341	166
Adiantamentos	130	123
Caixa restrito	14	14
Ativos mantidos para a venda	11	7
Outros ativos circulantes	197	143
Total Circulante	25.881	25.954
Não Circulante		
Ativo realizável a longo prazo	10.210	10.471
Títulos e valores Mobiliários	272	320
Contas a receber de clientes	8	6
Títulos a receber	22	2
Tributos a recuperar	4.696	5.001
Tributos diferidos sobre o lucro	2.190	2.113
Depósitos judiciais	417	416
Ativos biológicos	1.861	1.858
Instrumentos financeiros derivativos	495	530
Caixa restrito	74	72
Outros ativos não circulantes	174	153
Investimentos	95	98
Imobilizado	14.871	14.609
Intangível	6.203	6.140
Total do Não Circulante	31.379	31.318
Total do Ativo	57.260	57.272

Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Passivo - R\$ Milhões	31.03.24	31.12.23
Circulante		
Empréstimos e financiamentos	2.261	2.452
Fornecedores	11.956	12.592
Passivo de arrendamento	1.043	944
Salários, obrigações sociais e participações	1.096	984
Obrigações tributárias	743	585
Instrumentos financeiros	49	77
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	709	720
Benefícios a empregados	85	86
Adiamentos de clientes	345	290
Outros passivos circulantes	560	659
Total Circulante	18.847	19.390
Não Circulante		
Empréstimos a financiamentos	17.576	17.644
Fornecedores	1	0
Passivo de arrendamento	2.990	2.778
Obrigações tributárias	88	91
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	471	483
Tributos diferidos sobre o lucro	71	60
Benefícios a empregados	464	454
Instrumentos financeiros derivativos	55	60
Outros passivos não circulantes	651	668
Total do Não Circulante	22.367	22.238
Total do Passivo	41.213	41.628
Patrimônio Líquido		
Capital social	13.349	13.349
Reservas de capital	2.763	2.763
Outras transações patrimoniais	(64)	(70)
Prejuízos Acumulados	505	0
Ações em tesouraria	(231)	(96)
Outros resultados abrangentes	(1.094)	(1.023)
Atribuído aos acionistas controladores	15.228	14.923
Atribuído aos acionistas não controladores	818	720
Total do Patrimônio Líquido	16.046	15.644
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	57.260	57.272

Demonstração dos Fluxos de Caixa Consolidado

DFC - R\$ Milhões	1T24	1T23
Lucro (Prejuízo) líquido - operações continuadas	594	(1.024)
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado	2.131	628
Variações nos saldos patrimoniais	(72)	(167)
Contas a receber de clientes	633	548
Estoques	420	249
Ativos biológicos circulantes	(98)	94
Fornecedores	(1.028)	(1.059)
Geração de caixa das atividades operacionais	2.059	461
Juros recebidos	210	92
Outros ativos e passivos operacionais	(347)	42
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	1.922	594
Aplicações no ativo imobilizado	(133)	(238)
Aplicações no ativo biológico não circulante	(353)	(369)
Recebimento pela venda de imobilizado e investimento	30	3
Aplicações no ativo intangível	(41)	(49)
Outros ativos e passivos das atividades de investimento	49	(18)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimento	(448)	(671)
Captações de empréstimos e financiamentos	65	1.783
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(491)	(436)
Pagamento de juros	(528)	(528)
Pagamento de derivativos de juros - hedge de valor justo	(86)	(140)
Aquisição de ações em tesouraria	(135)	0
Pagamento de arrendamento	(198)	(171)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento	(1.373)	509
Efeito da variação cambial em Caixa e Equivalentes de Caixa	203	(97)
Aumento (decrescimento) líquido no saldo de caixa e equivalentes de caixa	303	336

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.	Juros recebidos, VC	(+) Captações e Resgates e Aliquotas	(+) Recompra e Amortizações	Fluxo de Caixa Contábil	(-) Captações e Resgates e Aliquotas	(-) Recompra e Amortizações	Var. caixa Gerencial
Fluxo de Caixa Operacional	2.048	-	-	1.922	238	(159)	-	48	-	2.048
Fluxo de Caixa Investimentos	(696)	-	-	(448)	-	(198)	-	(49)	-	(696)
Fluxo de Caixa Financeiro	(1.074)	-	-	(1.373)	(238)	340	(430)	-	135	(509)
Variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	-	-	-	203	-	(203)	-	-	-	-
Total	279	-	-	303	-	-	(22)	430	(1)	303

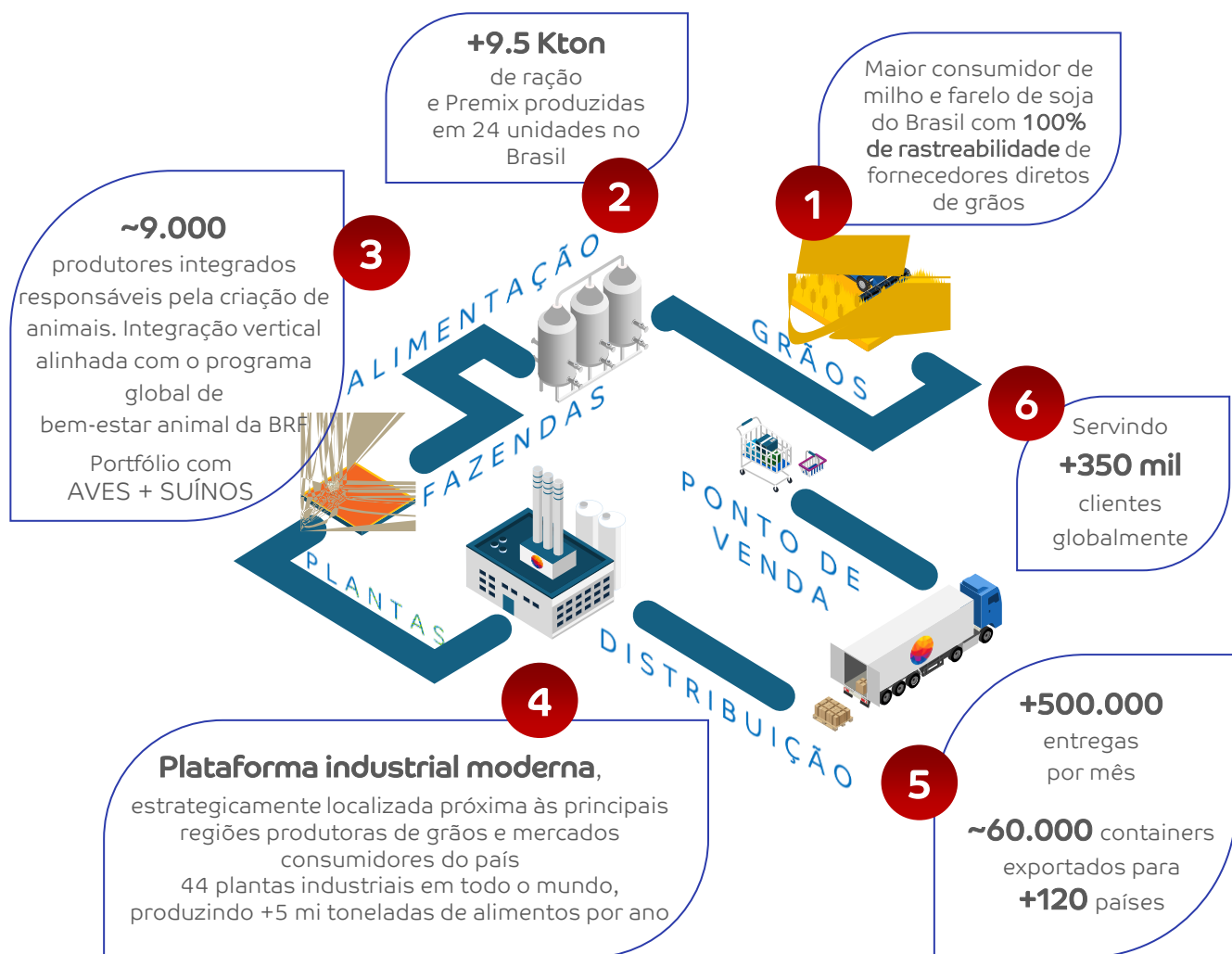
1As variações de caixa Contábil e Gerencial apresentam metodologias distintas em relação à determinação do grupo de contas que compõem o caixa: a variação do caixa Contábil considera a variação da conta contábil de Caixa e equivalentes de caixa, enquanto a variação de caixa Gerencial considera a variação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



SOMOS



MODELO DE NEGÓCIOS TOTALMENTE INTEGRADO DO CAMPO À MESA



NOSSA OPERAÇÃO COM PRESENÇA GLOBAL

103

CENTROS DE
DISTRIBUIÇÃO

44

UNIDADES
PRODUTIVAS



NOSSOS PRODUTOS

IN NATURA



Aves e
Suínos



Sadia



Banvit

ساديا
Sadia



ALIMENTOS PROCESSADOS



Refeições prontas,
salsichas, frios,
embutidos e
margarinas



Sadia



Qualy

Deline

Claybom

Banvit



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 é a MARCA MAIS PRESENTE nos lares brasileiros

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

ALIMENTOS

49,1%

Sadia

32,6%



16,5%

MARGARINAS

54,0%

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

**MARKET SHARE
em processados**

39,2%

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

37,3%

nos países do GCC

21,8%

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

Fabio Luis Mendes Mariano

Leticia Vaccaro

Fernanda Coutinho

Allan Alexandre

Caio Santana

Leonardo Squarizi

Imprensa

