



3T24

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



25 DESTAQUES ESG

26 ANEXOS

30 QUEM SOMOS



São Paulo, 13 de novembro de 2024 – A BRF S.A. (B3: BRFS3; NYSE:BRFS) – “BRF” ou “Companhia” divulga seus resultados do 3º 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

14/11/2024 – Quinta-feira - 10h30 BRT | 8h30 US ET

Acesso em: [clique aqui](#)

MENSAGEM DO CHAIRMAN

Prezados colaboradores, acionistas, parceiros e clientes,

Em mais um trimestre de resultados históricos, a BRF avança de forma consistente em todos os indicadores operacionais e financeiros, reafirmando o sucesso de nossa estratégia de eficiência. A empresa celebrou seu aniversário de 90 anos e os 90 anos da marca Perdigão, encerrando o terceiro trimestre ainda mais forte e preparada para capturar novas oportunidades.

Tenho orgulho em afirmar que a BRF está pronta para o crescimento e expansão de negócios. A parceria com a Marfrig segue como um direcional estratégico importante. Juntas, as duas companhias somam muito mais do que 1+1. A união de suas principais marcas no Brasil – Sadia Bassi e Perdigão Montana – e a definição de Sadia como a principal marca para expansão internacional do portfólio de bovinos são dois exemplos concretos das inúmeras possibilidades de geração de valor conjunto pelas empresas a partir de uma plataforma multiproteína.

Outro importante passo que demos em direção ao futuro foi a aquisição de participação em uma das principais produtoras de frango da Arábia Saudita. O movimento está alinhado à nossa estratégia de consolidação da presença e liderança no Oriente Médio, um dos mercados com maior crescimento populacional para os próximos anos, e onde a Sadia é líder na categoria de frangos e reconhecida como a marca preferida na região.

Seja nas oportunidades de sinergias operacionais e comerciais com a Marfrig, seja no avanço em mercados estratégicos, as iniciativas da BRF estão suportadas por todos os nossos colaboradores nos mais diversos níveis, aos quais agradeço a dedicação e o engajamento. Muito obrigado também aos nossos acionistas, aos produtores integrados, aos parceiros de negócios e aos nossos clientes que contribuem diariamente para o fortalecimento das nossas marcas e para continuarmos alimentando o futuro de milhões de pessoas no mundo todo.

Marcos Antonio Molina dos Santos
Presidente do Conselho de Administração

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Prezados(as) Senhores(as),

Os resultados da BRF no terceiro trimestre de 2024 demonstram a contínua evolução operacional da Companhia em todos os seus aspectos e a consistência do desempenho de vendas em todos os mercados. Com crescimento de 12,4% da receita em relação ao 3T23, a empresa expandiu sua rentabilidade em mais um trimestre consecutivo e apresentou margem de 19,1%, registrando melhor patamar de um terceiro trimestre, e EBITDA de ~R\$ 3,0 bilhões. Os números crescentes foram impulsionados pelas capturas em eficiência, pela ampliação dos destinos de exportação e pelo crescimento da participação de processados em nossas vendas. Registramos lucro líquido de R\$ 1,1 bilhão e geração de caixa de R\$ 1,8 bilhão. A evolução da performance operacional, traduzida também em constante geração de caixa, nos permitiu reduzir a dívida líquida da Companhia em 34% (vs 3T23), alcançado a menor alavancagem histórica (0,71x).

No Brasil, apresentamos sólido crescimento de volume, especialmente em processados, sustentado por uma estratégia apoiada na contínua evolução da execução comercial e investimentos em nossas marcas. Esse cenário contribuiu para os ganhos de market share nas principais categorias, alcançando 40% em processados. Reportamos EBITDA de R\$ 1,2 bilhão e margem de 16,6%. Destaque também para a antecipação do início da campanha de comemorativos com objetivo de fortalecer nossa liderança e garantir cada vez mais presença na ceia de Natal dos consumidores brasileiros.

No segmento Internacional, atingimos um EBITDA recorde de R\$ 1,6 bilhão, com margem de 22,2%. O resultado foi impulsionado pelo aumento das vendas de produtos processados, pela recuperação de preços nos cortes suínos e pela continuidade da nossa estratégia de diversificação de mercados. Em 2024, já conquistamos 70 novas habilitações para exportação. Nossas marcas seguem na liderança na região: Sadia com 36,8% de market share nos países do GCC e Banvit com 22,6% do mercado na Turquia.

Os números apresentados demonstram que as iniciativas implementadas ao longo dos últimos anos seguem se refletindo em ganhos de competitividade. O BRF+ 2.0, incorporado ao dia a dia da empresa, continua a entregar resultados positivos, com uma captura adicional de R\$ 330 milhões em indicadores operacionais, fortalecendo nosso perfil de negócios.

O foco em melhoria contínua também se reflete em nossa agenda de Sustentabilidade (EESG). Neste trimestre, avançamos na certificação em bem-estar animal das unidades de abate da BRF na Turquia. Pelo 15º ano, a Companhia recebeu o Selo Ouro no Programa Brasileiro do GHG Protocol, que reconhece a transparência na publicação do inventário de emissões de gases de efeito estufa.

A dedicação dos nossos cerca de 100 mil colaboradores continua sendo primordial para a consistência dos resultados apresentados até o momento. Com o engajamento de todos, estamos consolidando, a cada dia, a nossa cultura de alta performance. Agradecemos a todos que têm contribuído para nossa trajetória de geração de valor. Reconhecemos também o suporte do nosso controlador e chairman Marcos Molina, do Conselho de Administração, a confiança dos nossos acionistas e a permanente parceria dos nossos produtores integrados, clientes, fornecedores e comunidades onde estamos presentes. Juntos, continuaremos a construir uma BRF cada vez mais forte e sustentável.

Miguel Gularte
CEO

DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

Destaques (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.273	1.243	2,3%	1.244	2,3%
Receita Líquida	15.523	13.806	12,4%	14.930	4,0%
Preço Médio (R\$/kg)	12,20	11,10	9,9%	12,00	1,6%
CPV	(11.312)	(11.324)	(0,1%)	(11.000)	2,8%
CPV/Kg	(8,89)	(9,11)	(2,4%)	(8,84)	0,5%
Lucro Bruto	4.210	2.482	69,6%	3.930	7,1%
Margem Bruta (%)	27,1%	18,0%	9,1 p.p.	26,3%	0,8 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido - Total Societário	1.137	(262)	(533,2%)	1.094	3,8%
Margem Líquida (%)	7,3%	(1,9%)	9,2 p.p.	7,3%	(0,0) p.p.
EBITDA Ajustado	2.968	1.205	146,4%	2.621	13,3%
Margem EBITDA Ajustada (%)	19,1%	8,7%	10,4 p.p.	17,6%	1,5 p.p.
EBITDA Societário	2.873	1.243	131,1%	2.569	11,8%
Margem EBITDA Societário (%)	18,5%	9,0%	9,5 p.p.	17,2%	1,3 p.p.
Geração (Consumo) de Caixa	1.839	(21)	n.m.	1.728	6,4%
Dívida Líquida	6.866	10.352	(33,7%)	8.932	(23,1%)
Alavancagem (Div.Líquida/EBITDA Aj. 12M)	0,71x	2,66x	(73,1%)	1,14x	(37,2%)

O resultado consolidado do 3T24 foi impactado pela hiperinflação na Turquia, que merece destaque conforme abaixo:

Destaques (R\$ Milhões)	Resultado Consolidado Societário 3T24	Hiperinflação Turquia	Resultado Consolidado Gerencial 3T24	Var %
Volumes (Mil, Toneladas)	1.273	-	1.273	-
Receita Líquida	15.523	40	15.563	0,3%
Preço Médio (R\$/kg)	12,20	-	12,23	0,3%
CPV	(11.312)	55	(11.257)	(0,5%)
CPV/Kg	(8,89)	-	(8,85)	(0,5%)
Lucro Bruto	4.210	95	4.306	2,3%
Margem Bruta (%)	27,1%	-	27,7%	0,6 p.p.
EBITDA	2.873	85	2.958	2,9%
Margem EBITDA (%)	18,5%	-	19,0%	0,5 p.p.
EBITDA Ajustado	2.968	-	2.968	0,0%
Margem EBITDA Ajustada (%)	19,1%	-	19,1%	(0,0) p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	1.137	(13)	1.124	(1,1%)
Margem Líquida - Total (%)	7,3%	-	7,2%	(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.

Os efeitos dos eventos climáticos ocorridos no Rio Grande do Sul, estão descritos na página 20 deste Relatório da Administração e na Nota Explicativa 1.2 às Demonstrações Financeiras Intermediárias.



SEGMENTO BRASIL



SEGMENTO BRASIL

Segmento Brasil (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	7.240	6.556	10,4%	6.872	5,4%
Preço médio (R\$/kg)	11,81	11,55	2,2%	11,81	(0,0%)
CPV	(5.281)	(5.102)	3,5%	(4.990)	5,8%
CPV/kg	(8,61)	(8,99)	(4,2%)	(8,57)	0,4%
Lucro Bruto	1.959	1.454	34,8%	1.882	4,1%
Margem Bruta (%)	27,1%	22,2%	4,9 p.p.	27,4%	(0,3) p.p.
EBITDA Ajustado	1.203	778	54,6%	1.076	11,8%
Margem EBITDA Ajustada (%)	16,6%	11,9%	4,7 p.p.	15,7%	0,9 p.p.

No Brasil, atingimos um EBITDA ajustado de R\$1.203 milhões no terceiro trimestre com uma margem 16,6%, uma evolução de 4,7 p.p. a/a e de 0,9 p.p. t/t. Destacamos o contínuo aumento do volume de vendas no mercado doméstico em especial de produtos processados, que neste trimestre alcançou patamares históricos. Nesta categoria, atingimos 40% de *market share*¹, um aumento de 0,9 p.p. frente a última leitura. Seguimos fortalecendo nossa execução comercial como vetor de produtividade e crescimento de receita. Superamos 320 mil pontos de vendas no período, ao mesmo tempo em que aumentamos a disponibilidade de itens e o share de espaço, garantindo também maior aderência aos preços sugeridos dos nossos produtos em loja. Nossos indicadores logísticos de atendimento aos pequenos e grandes varejistas seguem evoluindo e o percentual de descontos por FIFO alcançou o menor nível histórico, ressaltando a assertividade do planejamento de demanda e os planos de produção.

Adicionalmente, destacamos o aniversário de 90 anos da marca Perdigão, com a comunicação de uma nova identidade visual através de uma campanha nacional. Ampliamos também o nosso portfólio de hambúrgueres com o lançamento das linhas Sadia Bassi e Perdigão Montana fortalecendo a parceria com a Marfrig e aumentando a presença das empresas no mercado brasileiro de carnes bovinas processadas.

No Brasil, os indicadores macroeconômicos de ocupação², rendimento médio³ e índice de confiança do consumidor⁴ seguem apontando para um cenário de consumo mais favorável, o que tende a impulsionar a venda dos nossos produtos, com ênfase no portfólio de processados.

1- Fonte: Nielsen

2 - Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – PNAD Contínua - Taxa de desocupação no trimestre móvel terminado em set/24 em 6,4%

3 - Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – PNAD Contínua - Rendimento Médio no trimestre móvel terminado em set/24 com crescimento de 3,7% versus set/23

4 - Fonte: Fundação Getúlio Vargas – Instituto Brasileiro de Economia - Índice de Confiança do Consumidor em 93,7 pontos em setembro/2024

DESTAQUES MARCAS

O terceiro trimestre de Sadia foi marcado pelo encerramento da maior promoção da história da marca, que em comemoração aos seus 80 anos sorteamos R\$ 10,2 milhões em prêmios.

Além disso, Sadia lançou sua nova campanha de empanados, destacando a crocância e explosão de sabores dos produtos, tanto da versão icônica, criada em 1985, como das novidades “Xtreme Empanacho”, empanado de frango com sabor de queijo nacho e o “Xtreme Chicken Bomb”, empanado de frango recheado com queijo cheddar.

A marca tem ganhado *market share*⁵ desde o início de 2024, além de reconhecimentos como o Prêmio Top of mind (Folha de S. Paulo) em Ceia de Natal, Linguiça Calabresa (pela 2ª vez) e 1º lugar no Prêmio ECGLOBAL - Meio & Mensagem “As marcas que conquistaram o Brasil”: Lovebrand em carnes e derivados.

Perdigão também celebrou seus 90 anos e comunicou a nova identidade visual das embalagens, logotipo e assinatura através de uma campanha nacional que reforçou a qualidade, tradição e sabor da marca.

Além disso, a marca esteve presente no reality show musical “Estrela da Casa” comunicando seus produtos líderes em ativações durante o programa. E como marca patrocinadora oficial da NFL, esteve presente no primeiro jogo da franquia no Brasil, destacando a linha Perdigão Na Brasa como o churrasco oficial e oferecendo uma experiência autêntica e saborosa as fãs do futebol americano.

Perdigão, a marca de alimentos mais presente e a mais escolhida pelos lares no Brasil⁶, segue ganhando market share consecutivamente há mais de 1 ano e lidera o mercado de processados⁷.

Qualy, marca preferida de margarinas⁸ e líder da categoria⁹, além de Top of Mind pelo 19º ano consecutivo¹⁰, iniciou a nova campanha “Tudo de Qualy Pra Você”, estrelada pela apresentadora Eliana, reforçando a versatilidade da marca com um portfólio que atende aos diferentes públicos e em todos os tipos de ocasiões de consumo, destacando que “Só Qualy tem gosto de Qualy” e suas variantes: Qualy Cremosa, Aérea, Vegê, Vita e 0% Lactose.

Em setembro a BRF anunciou a medalhista olímpica Rebeca Andrade como nova embaixadora das marcas Sadia e Qualy. Representando a força das atletas femininas, a ginasta empresta todo o seu carisma a Qualy e Sadia, que pela primeira vez se juntaram em receitas *collab*.

Finalmente, no terceiro trimestre foi anunciada a parceria entre marcas da BRF e Marfrig, visando fortalecer a presença das duas empresas no mercado de carnes bovinas processadas no Brasil. Sadia, uma das marcas mais valiosas do Brasil¹¹, passou a endossar os hambúrgueres Bassi, que são conhecidos por sua qualidade premium enquanto Perdigão passou a nomear sua linha de processados bovinos como Perdigão Montana, combinando a força da marca Perdigão com a expertise da Montana em carnes bovinas.

5 - Fonte: Nielsen

6 - Fonte: Kantar

7 - Fonte: Nielsen

8 - Fonte: Tracking de Categorias - Margarinas | Kantar Insights – Jan/23 a Dez/23. Pesquisa relacionada à preferência de marcas de Margarinas | Total Brasil

9 - Fonte: Margarina Qualy | Nielsen Retail Index Evolution | 1º bimestre até 5º bimestre | INA+C&C | Total Brasil

10 - Fonte: Datafolha: Top of Mind (Folha de S. Paulo)

11 - Fonte: Kantar Insights– BrandZ 2024



SEGMENTO INTERNACIONAL



SEGMENTO INTERNACIONAL

Segmento Internacional (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	7.347	6.023	22,0%	7.073	3,9%
Preço médio (R\$/kg)	13,36	10,76	24,1%	12,71	5,1%
CPV	(5.224)	(5.336)	(2,1%)	(5.140)	1,6%
CPV/kg	(9,50)	(9,53)	(0,4%)	(9,24)	2,9%
Lucro Bruto	2.123	687	208,8%	1.933	9,8%
Margem Bruta (%)	28,9%	11,4%	17,5 p.p.	27,3%	1,6 p.p.
EBITDA Ajustado	1.629	251	548,5%	1.486	9,6%
Margem EBITDA Ajustada (%)	22,2%	4,2%	18,0 p.p.	21,0%	1,2 p.p.

No terceiro trimestre de 2024, atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 1.629 milhões, com margem de 22,2%, um crescimento de 18,0 p.p. a/a e de 1,2 p.p. t/t. A evolução da rentabilidade foi motivada pela recuperação dos preços dos cortes suínos, pela diversificação de mercados que segue nos permitindo melhor posicionamento de preços e pela maior participação de produtos processados nas vendas totais. Durante o terceiro trimestre conquistamos 13 novas habilitações, com destaque para as habilitações da planta de Toledo para exportação de proteína de frango *in natura* para o Reino Unido e de diversas plantas para exportação de proteína de frango *in natura* e processada para países da região do MENA¹². No acumulado do ano, já somamos 70 novas permissões para exportação.

Outro fator que contribuiu para a rentabilidade do segmento Internacional foi a desvalorização do real frente ao dólar no trimestre (ptax média do 2T24 em R\$5,21 versus R\$5,55 no 3T24¹³), potencializando os preços em reais. Por outro lado, o fator cambial, em conjunto com a alta de custos da plataforma de produção na Turquia, foram os principais propulsores para o aumento de 2,9% do CPV/kg t/t.

No GCC¹⁴, aumentamos a penetração dos nossos produtos de valor agregado, resultando em aumento de participação de mercado nesta categoria de 0,4 p.p. Destacamos o lançamento de novos produtos da categoria de empanados e da linha Easy & Juice, além de estrearmos na categoria de mortadela com 2 SKU's (bovino e frango), reforçando o portfólio de processados com o início da temporada de "Volta às Aulas". O *market share* total representou 36,8% na região¹⁵. Na Turquia, alcançamos novo recorde de volume de vendas de produtos processados. No terceiro trimestre, a Banvit alcançou 22,6% de *market share*¹⁶.

Na Ásia, observamos uma recuperação de preços tanto da proteína de frango quanto suína e seguimos ampliando a nossa presença nos países do Sudeste Asiático como resultado das novas habilitações conquistadas durante o ano.

Nas Américas, capturamos boas oportunidades de preço tanto para produtos processados quanto para cortes da proteína *in natura*.

12 - MENA (Middle East and North Africa) – grupo de países que englobam as regiões do Oriente Médio e Norte da África

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

14 - Gulf Cooperation Council (GCC): Países membro são Arábia Saudita, Bahrein, Catar, Emirados Árabes Unidos, Kuwait e Omã

15 - Fonte: Nielsen – 3T24

16 - Fonte: Nielsen – 3T24

DESTAQUES MARCAS

Nos países do GCC, o terceiro trimestre foi marcado pela temporada de volta às aulas (*Back-to-school season*), que representa a segunda maior sazonalidade para produtos de valor agregado, especialmente aqueles que oferecem maior conveniência. Em resposta, a Sadia lançou uma campanha de 360 graus para promover seus produtos empanados, destacando as linhas *Broasted e Tempura*.

O objetivo da campanha era mostrar os diversos sabores e a qualidade dos produtos empanados da Sadia, enfatizando a diversão. A campanha alcançou com sucesso 32 milhões do nosso público-alvo e gerou 62 milhões de visualizações. Além disso, um plano robusto de ativações *out-of-home* foi executado durante quatro semanas, concentrando-se em áreas de alto tráfego para aumentar a visibilidade e educar os consumidores sobre os benefícios funcionais dos produtos *Broasted e Tempura* de uma maneira divertida e atraente. Mais de 600 lojas foram ativadas em todo o GCC, complementadas por amostras de produtos e promoções impactantes que envolveram ainda mais os consumidores.

Durante o terceiro trimestre, também alcançamos marcos importantes para aumentar o portfólio, alinhados com a estratégia de aumentar as vendas de itens de valor agregado: lançamos um total de 15 novos *SKUs*, expandindo o sortimento de categorias importantes, como empanados e a linha *Easy & Juicy*, e também entramos em uma nova categoria - mortadela, com dois *SKUs* - frango e carne bovina.

Na Banvit (Turquia), durante um dos períodos mais fortes sazonalmente, a *Barbecue Season* (temporada de churrasco), lançamos uma campanha sobre a preparação de churrasco com a participação de influenciadores de destaque. Como parte de nossa estratégia de comunicação contínua, lançamos um novo comercial na mesma temática, “*Banvit'se Tamam*”, nos canais de mídia social e nas plataformas digitais das redes nacionais de televisão. Além disso, colaboramos com vários criadores de conteúdo para aprimorar a promoção de nossos produtos de churrasco. Nossos anúncios geraram mais de 60 milhões de impressões durante esse período.

Também demos continuidade aos nossos esforços de patrocínio durante esse período. Em especial, patrocinamos a ultramaratona de Kyzikos, com a participação de cerca de 1.300 atletas. Com esse evento, destacamos a importância da proteína nos esportes e demonstramos nosso compromisso de apoiar as atividades locais. Além disso, fomos patrocinadores do evento do Dia da Independência do Brasil em Ancara, no qual os participantes tiveram a oportunidade de experimentar nossos produtos.





OUTROS SEGMENTOS



OUTROS SEGMENTOS

Outros Segmentos (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	976	827	18,0%	728	34,2%
Preço médio (R\$/kg)	8,92	7,12	25,3%	6,91	29,1%
CPV	(748)	(622)	20,2%	(563)	32,8%
CPV/kg	(6,84)	(5,35)	27,7%	(5,35)	27,9%
Lucro Bruto	228	205	11,4%	165	38,7%
Margem Bruta (%)	23,4%	24,8%	(1,4) p.p.	22,6%	0,8 p.p.
EBITDA Ajustado	130	123	5,7%	86	50,0%
Margem EBITDA Ajustada (%)	13,3%	14,8%	(1,5) p.p.	11,9%	1,4 p.p.

Em Ingredientes, seguimos observando uma oferta de produtos reduzida para esse segmento de negócio em favor do portfólio *core* da Cia como resultado da evolução do indicador de rendimento do nosso programa de eficiência, o BRF+. Avançamos com a estratégia de maximizar a rentabilidade através da maior participação de produtos de valor agregado nas vendas. Ampliamos a nossa oferta de fármacos com o início da produção de heparina, um anticoagulante amplamente utilizado na medicina e enriquecemos o mix de produtos das exportações para destinos importantes, como a América do Norte, promovendo também maior diversificação de mercados.

Neste trimestre, a BRF Ingredients também marcou presença na REAM, feira que ocorreu em setembro em Medellín, na Colômbia, que reuniu produtores e compradores das indústrias de reciclagem animal, ração e petfood, biodiesel, entre outras, com o intuito de expandir os negócios e estabelecer parcerias.

Em Pet Food, continuamos a crescer no segmento Super Premium Natural, o que favoreceu a rentabilidade total do negócio, assim como a evolução dos indicadores de atendimento logístico e gestão de estoques. Destacamos também a habilitação pela agência governamental americana FDA (Federal Drug Administration) da planta da BRF Pet, localizada em Bastos, no estado de São Paulo, para a exportação de rações úmidas para os Estados Unidos, fortalecendo a estratégia de internacionalização.

A Companhia executou durante o terceiro 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 originação. Tais operações contribuíram para a melhora do resultado absoluto dos Outros Segmentos de negócio.

DESTAQUES MARCAS

Pet: No trimestre, a BRF Pet inovou no segmento Super Premium Natural, com o lançamento de Biofresh Cães Lombo e Abacaxi, uma fórmula exclusiva com funcionalidade inédita no mercado. Já Guabi Natural, finalizou a campanha de comemoração de seus 20 anos contribuindo com recordes de vendas no período. Gran Plus, marca Premium Especial, lançou a nova campanha "Expert em Sabor e Alimento", com o objetivo de contratar um cão e um gato para serem embaixadores da marca, reforçando seu compromisso em oferecer produtos para os paladares mais exigentes.



Corporate

Corporate (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Lucro Bruto	(5)	30	(116,7%)	(107)	95,2%
EBITDA Ajustado	7	53	(87,2%)	(28)	124,5%

Os custos e despesas associados aos impactos dos eventos climáticos ocorridos no Rio Grande do Sul durante o segundo 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\$ 5 milhões faz referência ao valor do impacto no CPV. Para mais detalhes desses impactos, consultar a página 20 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, pela reversão/provisão de contingências tributárias e pelo ajuste referente ao impacto dos eventos climáticos. Mais detalhamentos sobre o resultado estão disponíveis na Nota Explicativa 24 às demonstrações financeiras.

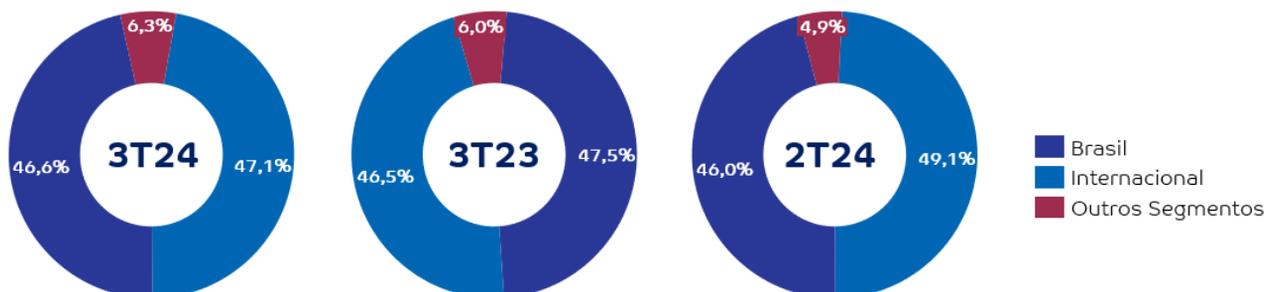


DESEMPENHO CONSOLIDADO



1. RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

ROL (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.273	1.243	2,3%	1.244	2,3%
Receita Operacional Líquida	15.523	13.806	12,4%	14.930	4,0%
Preço Médio (ROL)	12,20	11,10	9,9%	12,00	1,6%



Neste trimestre, observamos uma expansão da receita líquida de 12,4% a/a e de 4,0% t/t explicada, principalmente, i) pelo aumento de 2,3% dos volumes vendidos em ambas as comparações analisadas, ii) pelo aumento de 9,9% a/a e de 1,6% t/t do preço médio.

Na visão gerencial, onde excluimos os efeitos da hiperinflação da Turquia, nossa receita líquida atingiu R\$ 15.563 milhões no 3T24 versus R\$ 13.406 milhões no 3T23 e R\$14.672 no 2T24, um aumento de 16,1% a/a e 6,1% t/t.

Estratégia de Proteção do Resultado Operacional *hedge accounting*

Os efeitos dos instrumentos financeiros para proteção cambial do resultado totalizaram - R\$88,838 milhões no 3T24, 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\$82,219 milhões.

Formação dos instrumentos derivativos liquidados no 3T24	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24
Nacional Acumulado Contratado (US\$ Milhões)	18	46	101	553	682
Taxa de Câmbio Contratada (BRL/USD)*	5,13	5,25	5,15	5,30	5,36

* 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	4T24	1T25	2T25	3T25
Nacional a vencer	574	208	84	35
Taxa de Câmbio contratada (BRL/USD)*	5,55	5,57	5,61	5,95

* Taxa média ponderada

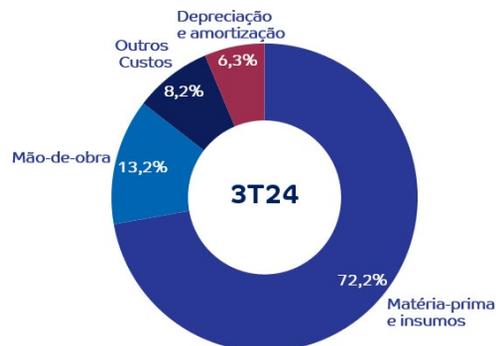
A Companhia pode realizar contratações adicionais de proteção de fluxo de caixa, conforme previsto em sua Política de Gestão de Riscos Financeiros, sempre lastreadas nas receitas futuras de exportação, na medida em que a sua probabilidade evolua e assumindo um horizonte temporal definido de até 12 meses. 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)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Custo dos Produtos Vendidos	(11.312)	(11.324)	(0,1%)	(11.000)	2,8%
CPV/kg	(8,89)	(9,11)	(2,4%)	(8,84)	0,5%
Custo dos Produtos Vendidos (Gerencial)	(11.257)	(11.029)	2,1%	(10.799)	4,2%
CPV/kg (Gerencial)	(8,85)	(8,87)	(0,3%)	(8,68)	1,9%

Na comparação anual, observamos uma redução de 2,4% no custo unitário na visão societária, e de 0,3% na visão gerencial, na qual eliminamos os efeitos da hiperinflação da Turquia, sendo justificado principalmente, i) pela queda do custo de consumo dos grãos que começou a impactar positivamente o resultado a partir do segundo semestre de 2023, e ii) pelos efeitos no nosso programa de eficiência, o BRF+, que em mais um trimestre evoluiu em diversos indicadores, alcançando patamares recordes de eficiência, capturando R\$ 330 milhões no trimestre e R\$ 1,137 bilhão no acumulado do ano. Estes efeitos foram parcialmente mitigados pelo mix de produtos vendidos e pela alta dos custos de produção da plataforma da Turquia.



Na comparação trimestral, podemos observar um aumento de 0,5% do custo unitário na visão societária e de 1,9% na visão gerencial. Este aumento de custos é motivado predominantemente:

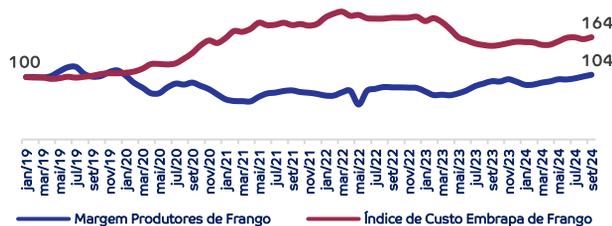
- pelo mix de produtos vendidos no Brasil.
- pelo impacto da variação cambial nos estoques do segmento internacional.
- pelo aumento do custo de produção na nossa plataforma da Turquia.

Os efeitos apontados acima foram parcialmente compensados pela redução do custo de consumo dos grãos, também na variação trimestral.

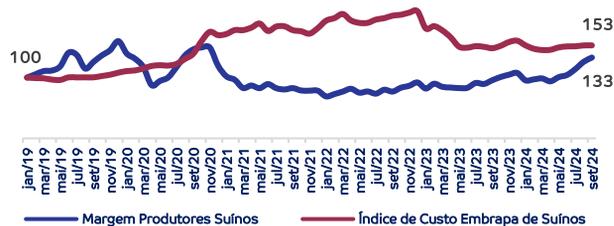
O incêndio ocorrido na planta de Carambeí em agosto foi reconhecido no resultado através de gastos vinculados principalmente ao processo produtivo, recuperações estruturais e de equipamentos, assim como ao ressarcimento parcial do sinistro pela seguradora, gerando um impacto praticamente neutro no trimestre. Mais informações podem ser encontradas na Nota Explicativa 1.3 às Informações Financeiras Intermediárias.

Observamos um leve aumento do custo de produção em relação ao último trimestre ao analisar o índice do custo teórico ICP Embrapa¹⁷, influenciado principalmente pelo aumento do preço de mercado dos grãos para a proteína de frango e pelo aumento do custo da genética para o suíno. Contudo, observa-se uma melhora nos patamares de rentabilidade dos produtores¹⁸, principalmente de suínos, 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)



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

18 - 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.

Despesas Operacionais

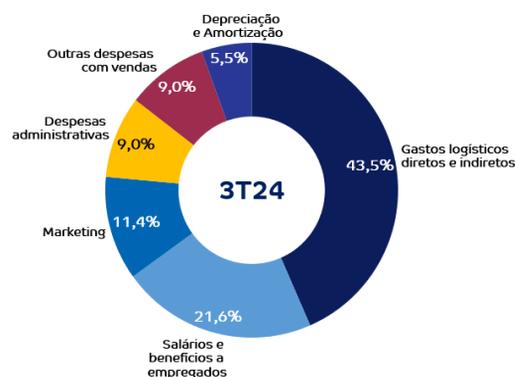
Despesas Operacionais (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Despesas com Vendas	(2.021)	(1.894)	(6,8%)	(1.959)	(3,2%)
% sobre a ROL	(13,0%)	(13,7%)	0,7 p.p.	(13,1%)	(0,1) p.p.
Despesas Administrativas e Honorários	(202)	(179)	(13,2%)	(251)	19,5%
% sobre a ROL	(1,3%)	(1,3%)	(0,0) p.p.	(1,7%)	0,4 p.p.
Despesas Operacionais Totais	(2.224)	(2.072)	(7,3%)	(2.210)	(0,6%)
% sobre a ROL	(14,3%)	(15,0%)	0,7 p.p.	(14,8%)	0,5 p.p.

*Contempla redução ao valor recuperável de contas a receber de R\$21,9 milhões no 3T24 (R\$24,3 no 3T23).

Na comparação anual, o indicador percentual de despesas operacionais sobre a receita líquida variou -0,7 p.p., na visão societária, por uma maior diluição em função do crescimento da receita em 12,4% a/a, apesar de maiores gastos com marketing e trade marketing decorrentes das campanhas para impulsionar as vendas, como as campanhas de Perdígão no Estrelas da Casa e NFL, assim como as campanhas do *Back-to-School* no Oriente Médio. Na visão gerencial, o indicador variou -0,8 p.p.

Na comparação trimestral, observamos variação de -0,5 p.p. na visão societária e de -0,4 p.p. na visão gerencial.

Para maior detalhamento dessa rubrica, vide Nota Explicativa 26 às Demonstrações Financeiras.



Outros Resultados Operacionais

Outros Resultados Operacionais (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Outros Resultados Operacionais	33	42	(22,4%)	(13)	(356,4%)
% sobre a ROL	0,2%	0,3%	(0,1) p.p.	(0,1%)	0,3 p.p.

Este desempenho é majoritariamente explicado pela recuperação de despesas e pelos ganhos líquidos na alienação e baixa de ativos, 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)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Receitas financeiras	344	358	(3,9%)	274	25,7%
Juros sobre caixa e equiv. caixa e receitas de títulos e valores mobiliários	284	233	22,0%	195	45,7%
Juros e outras receitas financeiras	61	126	(51,7%)	79	(23,5%)
Despesas financeiras	(920)	(1.064)	13,5%	(887)	(3,7%)
Juros sobre empréstimos e financiamentos	(492)	(560)	12,1%	(479)	(2,7%)
Juros sobre contingências e arrendamentos	(105)	(110)	5,1%	(128)	17,9%
Ajuste a valor presente	(194)	(276)	29,9%	(140)	(38,6%)
Outras despesas financeiras	(129)	(117)	(10,1%)	(140)	8,0%
Var cambiais e resultado de derivativos, líquidos	62	32	95,4%	223	(72,2%)
Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários	(105)	(201)	47,6%	127	(182,7%)
Variações cambiais de derivativos	31	128	(75,9%)	131	(76,4%)
Juros e valor justo de derivativos	(0)	(2)	82,1%	3	(109,4%)
Ganhos ou perdas monetários líquidos	137	106	28,8%	(38)	455,2%
Resultado financeiro líquido	(513)	(674)	23,8%	(390)	(31,6%)
Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários e derivativos	(74)	(73)	(2,3%)	258	(128,8%)

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

Receitas Financeiras

A maior posição de liquidez da Companhia, oriunda da geração de caixa, tem contribuído para uma maior receita de juros sobre aplicações em R\$ 51 milhões. Entretanto, o total das Receitas financeiras apresentou uma redução de R\$ 14 milhões em relação ao 3T23, que havia sido beneficiado pelo ganho de capital com a execução da recompra de Bonds.

Despesas Financeiras

Decorrem do efeito das seguintes contas abaixo descritas:

Juros sobre empréstimos e financiamentos: Redução das despesas com juros no 3T24 vs. 3T23 em R\$ 68 milhões atribuída à queda do endividamento bruto médio na comparação entre os períodos aliada à redução da taxa básica de juros (DI acum. 2,63% no 3T24 vs. 3,22% no 3T23).

Ajuste a valor presente (AVP): Redução no 3T24 reflete principalmente a queda do DI ao longo dos últimos 12 meses (DI acum. até 3T24 7,99% vs. 9,92% acum. até 3T23). Em comparação ao 2T24, o aumento de R\$ 54 milhões do AVP é atribuído ao maior saldo de Fornecedores decorrente da sazonalidade da compra de grãos. 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 3T24 em relação aos períodos comparados, 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 3T24 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\$ 74 milhões.

O montante de juros e valor justo de derivativos teve efeito neutro, representando um aumento de R\$ 1 milhão em relação ao 3T23 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 reconhecidos ganhos monetários de +R\$ 137 milhões devido principalmente ao impacto relativo à hiperinflação das operações na Turquia.

4. LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

Lucro (Prejuízo) Líquido (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Lucro (Prejuízo) Líquido	1.137	(262)	533,2%	1.094	3,8%
Margem Líquida (%)	7,3%	(1,9%)	9,2 p.p.	7,3%	(0,0) p.p.

A Companhia apurou lucro de R\$ 1.137 milhões no 3T24, explicado principalmente, i) pelo resultado operacional, com destaque para o crescimento da receita em 12,4% a/a e 4,0% t/t e níveis saudáveis de rentabilidade em todo o portfólio de produtos e segmentos de negócios e ii) pela redução do endividamento líquido com reflexos nas despesas de juros incorridas no período.

5. EBITDA AJUSTADO

EBITDA (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Resultado Líquido Consolidado	1.137	(262)	533,2%	1.094	3,9%
Imposto de Renda e Contribuição Social	366	41	791,4%	219	66,7%
Financeiras Líquidas	514	674	(23,7%)	390	31,8%
Depreciação e Amortização	858	791	8,4%	866	(0,9%)
EBITDA	2.873	1.243	131,1%	2.569	11,8%
Margem EBITDA (%)	18,5%	9,0%	9,5 p.p.	17,2%	1,3 p.p.
Efeitos da Hiperinflação	84	(39)	315,9%	(66)	228,9%
Resultado da equivalência patrimonial	4	(0,3)	n.m.	4	14,9%
Eventos climáticos - RS	6	0	n.m.	113	(94,9%)
Outros impactos	0	0,4	n.m.	-	n.m.
EBITDA Ajustado	2.968	1.205	146,4%	2.621	13,3%
Margem EBITDA Ajustada (%)	19,1%	8,7%	10,4 p.p.	17,6%	1,5 p.p.

O total apurado do impacto das chuvas no estado do Rio Grande do Sul nas operações da BRF no trimestre foi de R\$ 5,8 milhões de reais, já líquidos de adiantamento parcial recebido da seguradora. 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)	3T24	2T24
Custo dos Produtos Vendidos	(5)	(107)
Despesas com Vendas	(0)	(4)
Despesas Gerais e Administrativas	(1)	(3)
Total	(6)	(113)

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 continua em processo de regularização deste sinistro no Rio Grande do Sul.

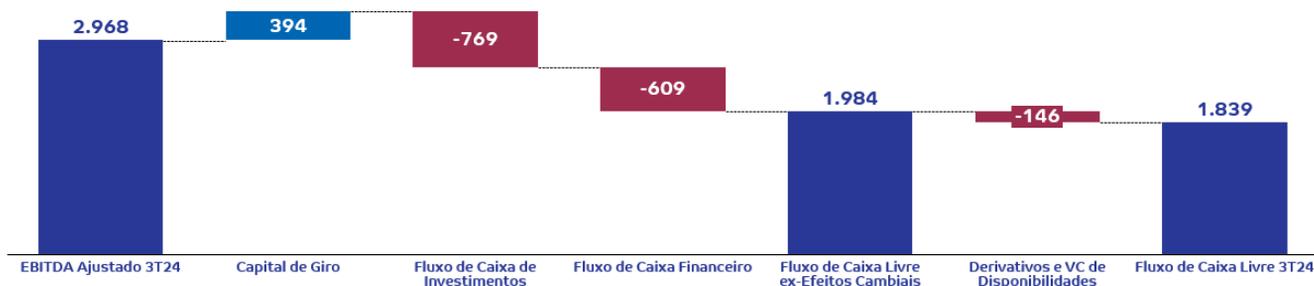
6. FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa Livre (R\$ Milhões)	3T24	3T23	2T24	LTM
EBITDA Ajustado	2.968	1.205	2.621	9.609
Capital de Giro	296	(452)	(461)	(288)
Δ Clientes	716	(691)	(1.056)	(543)
Δ Estoques	(873)	(288)	(124)	557
Δ Fornecedores	452	526	718	(303)
Outras variações	98	171	255	212
Fluxo de Caixa Operacional	3.362	923	2.414	9.532
CAPEX com IFRS16	(785)	(753)	(784)	(3.035)
Fluxo de Caixa Operacional c/ Capex	2.577	170	1.630	6.497
M&A e Venda de ativos	16	217	29	74
Fluxo de Caixa de Investimentos	(769)	(536)	(756)	(2.961)
Financeiras - efeito caixa	(276)	(215)	(193)	(900)
Juros recebidos	272	236	194	792
Juros pagos	(604)	(641)	(350)	(2.026)
Fluxo de Caixa Financeiro ex-efeitos cambiais	(609)	(621)	(350)	(2.134)
Fluxo de Caixa Livre ex-efeitos cambiais	1.984	(233)	1.309	4.436
Derivativos (caixa)	58	(23)	(48)	(4)
VC de Disponibilidades	(203)	236	467	592
Fluxo de Caixa Financeiro	(754)	(408)	69	(1.547)
Fluxo de Caixa Livre	1.839	(21)	1.728	5.024
Recompra de ações/Follow-on	(496)	5.328	(213)	(844)
Fluxo de Caixa Livre c/ Recompra de ações/Follow-on	1.343	5.307	1.515	4.180
Captações/Amortizações	(2.405)	(1.823)	1.234	(3.929)
Variação de Caixa	(1.063)	3.484	2.750	251

* 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 29 deste relatório.

Fluxo de caixa livre

A geração de caixa livre alcançou R\$1.839 milhões no 3T24, R\$1.859 maior que o 3T23. Abaixo, apresentamos o detalhamento dos componentes do fluxo de caixa livre.



Fluxo de caixa operacional e ciclo de conversão de caixa

No 3T24, o fluxo de caixa operacional atingiu R\$3.362 milhões, R\$2.439 milhões superior ao 3T23, com destaque para a redução do ciclo financeiro, mesmo em um período de compras sazonais de matéria-prima e acúmulo de estoques de comemorativos.

O ciclo de conversão de caixa da Companhia encerrou o 3T24 em 1,0 dia, com queda de 6,6 dias em relação ao mesmo período do ano anterior.

Fluxo de caixa de investimentos

O fluxo de caixa de investimentos totalizou R\$ 769 milhões no 3T24, dispêndio de R\$ 233 milhões maior que o 3T23 em virtude do menor fluxo de caixa associado à venda de ativos.

Foram destinados R\$ 223 milhões para crescimento, eficiência e suporte, R\$ 335 milhões para ativos biológicos animais e R\$ 228 milhões para arrendamento mercantil e outros, conforme tabela abaixo:

CAPEX (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Crescimento	(14)	(24)	(40,4%)	(14)	1,9%
Eficiência	(58)	(43)	35,9%	(53)	9,7%
Suporte	(151)	(126)	20,1%	(139)	8,2%
Ativos Biológicos	(335)	(351)	(4,5%)	(345)	(3,1%)
Arrendamento Mercantil e Outros	(228)	(211)	8,2%	(233)	(2,1%)
Total	(785)	(753)	4,3%	(784)	0,2%
Total M&A e venda de ativos	16	217	(92,6%)	29	(43,7%)
Total - CAPEX + M&A e venda de ativos	(769)	(536)	43,5%	(756)	1,8%

Dentre os principais projetos do 3T24 destacam-se:

Crescimento

- Investimentos nas unidades produtivas para pleitear novas habilitações e em capacidade produtiva destinada ao mercado interno e 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 – 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;
- 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 a 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 depreciados, recuperação de ativos sinistrados 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, Carambeí – PR, Kezad – Abu Dhabi, İzmir – Turquia e PET.
- Continuidade da 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.

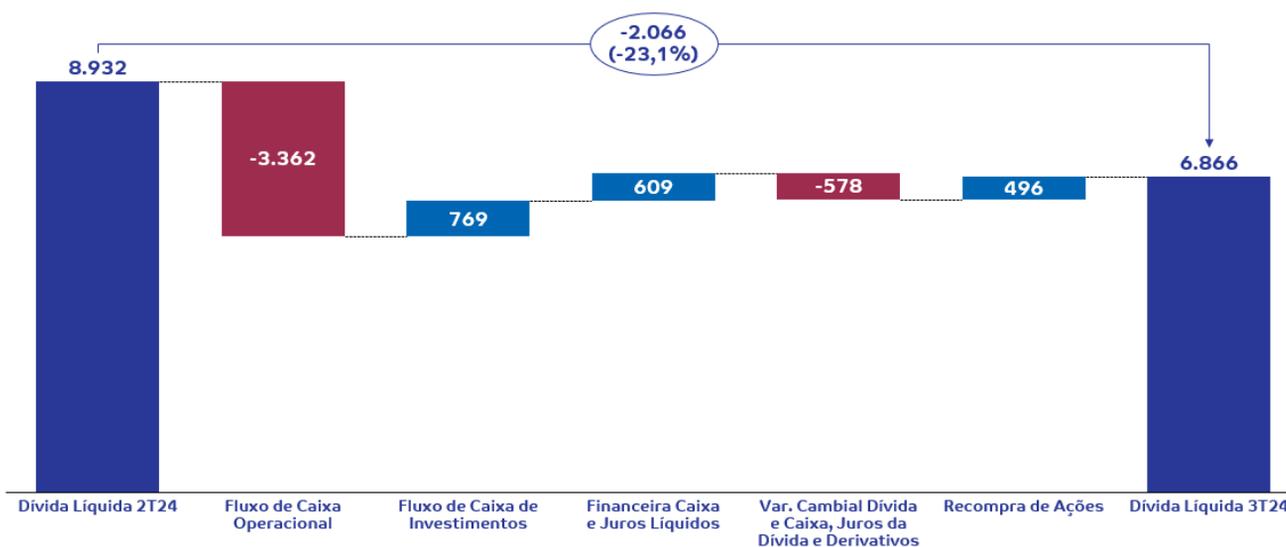
Fluxo de caixa financeiro

Os desembolsos com juros líquidos foram reduzidos em R\$ 73 milhões em relação ao 3T23 e considerando que no trimestre houve antecipação de juros por conta de pré-liquidação de dívidas em R\$ 64 milhões, a redução nos desembolsos poderia ter sido ainda mais relevante. O fluxo de caixa financeiro líquido dos efeitos cambiais apresentou redução de R\$ 12 milhões. 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\$ 754 milhões no 3T24.

7. ENDIVIDAMENTO

Endividamento (R\$ Milhões)	Em 30.09.2024			Em 30.06.2024		Em 31.12.2023	
	Circulante	Não Circulante	Total	Total	Δ %	Total	Δ %
Moeda Nacional	(431)	(8.293)	(8.724)	(10.590)	(17,6%)	(9.002)	(3,1%)
Moeda Estrangeira	(526)	(9.700)	(10.226)	(11.490)	(11,0%)	(10.591)	(3,4%)
Endividamento Bruto	(957)	(17.994)	(18.950)	(22.079)	(14,2%)	(19.593)	(3,3%)
Caixa e Aplicações*							
Moeda Nacional	4.658	1.001	5.659	8.026	(29,5%)	5.592	1,2%
Moeda Estrangeira	6.166	260	6.425	5.121	25,5%	4.526	42,0%
Total Aplicações	10.823	1.261	12.084	13.147	(8,1%)	10.119	19,4%
Endividamento Líquido	9.867	(16.733)	(6.866)	(8.932)	(23,1%)	(9.475)	(27,5%)

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



As amortizações do trimestre totalizaram R\$ 2.506 milhões, fruto da execução de um programa de redução do endividamento bruto focado no pré-pagamento de dívidas com vencimento original nos primeiros anos e com maior encargo financeiro. Este montante foi alocado principalmente em: (i) Debêntures e CRA - R\$ 1 bilhão; (ii) linhas bilaterais - R\$ 1,2 bilhão. Adicionalmente, houve a amortização de dívidas previstas em cronograma no montante de -R\$ 0,3 bilhão. As captações totalizaram R\$ 100 milhões, concentradas em linhas de capital de giro. O prazo médio do endividamento encerrou o 3T24 em 8,5 anos, aumento de 0,5 ano em comparação ao 2T24

O endividamento líquido totalizou R\$ 6.866 milhões no 3T24, redução de R\$ 2.066 milhões quando comparado ao 2T24. A alavancagem líquida da Companhia, medida pela razão entre o endividamento líquido e o EBITDA Ajustado dos últimos doze meses, atingiu 0,71x no 3T24 versus 1,14x no 2T24 (alavancagem equivalente em USD atingiu 0,94x no 3T24 versus 1,39x no 2T24).

Destacamos que a agência de classificação de riscos Moody's elevou as notas de crédito da BRF em escala corporativa global de "Ba3" para "Ba2", com alteração da perspectiva de positiva para estável.

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	-	-	Ba2	Estável



DESTAQUES ESG

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

Clima

A BRF conquistou o Selo Ouro no Programa Brasileiro do GHG Protocol pelo 15º ano consecutivo. Este é o mais alto nível de certificação concedido às empresas que atendem todos os critérios de transparência na publicação de seu inventário de emissão de gases de efeito estufa.

Bem-estar Animal

No último trimestre, unidades de abate na Turquia obtiveram certificações em bem-estar animal. No Brasil, todas as unidades são certificadas desde outubro de 2023. As novas conquistas fazem parte do compromisso da BRF de ter 100% das unidades de abate certificadas em bem-estar animal até 2025.

Diversidade

Avanço na promoção da equidade racial em parceria com o MOVER, com o lançamento da Mentoria Nossa Cor, que inclui bolsas de inglês, além da participação de colaboradores em programas de aceleração de carreira. As ações fazem parte do nosso compromisso setorial de combate ao racismo estrutural.

Responsabilidade Social

O Instituto BRF lançou o Programa de Iniciação à Língua Espanhola em Lucas do Rio Verde (MT), oferecendo cursos gratuitos para profissionais de educação, saúde e assistência, com o objetivo de promover a integração de imigrantes latino-americanos. Além disso, através da frente "Educação para o Futuro", concluiu a primeira edição do Programa Nossa Parte Pela Educação, impactando mais de 4 mil alunos e professores em temas como empreendedorismo, redução da defasagem de aprendizagem e desenvolvimento socioemocional em seis municípios.

ANEXOS

Demonstração do Resultado Consolidado

DRE (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Var % a/a	2T24	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	15.523	13.806	12,4%	14.930	4,0%
Custo dos Produtos Vendidos	(11.312)	(11.324)	(0,1%)	(11.000)	2,8%
% sobre a ROL	(72,9%)	(82,0%)	9,1 p.p.	(73,7%)	0,8 p.p.
Lucro Bruto	4.210	2.482	69,6%	3.930	7,1%
% sobre a ROL	27,1%	18,0%	9,1 p.p.	26,3%	0,8 p.p.
Despesas Operacionais	(2.224)	(2.072)	7,3%	(2.210)	0,6%
% sobre a ROL	(14,3%)	(15,0%)	0,7 p.p.	(14,8%)	0,5 p.p.
Resultado Operacional	1.987	410	384,8%	1.720	15,5%
% sobre a ROL	12,8%	3,0%	9,8 p.p.	11,5%	1,3 p.p.
Outros Resultados Operacionais	33	42	(22,4%)	(13)	(356,4%)
Equivalência Patrimonial	(4)	0	n.m.	(4)	14,9%
EBIT	2.015	452	345,6%	1.703	18,3%
% sobre a ROL	13,0%	3,3%	9,7 p.p.	11,4%	1,6 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(513)	(674)	(23,8%)	(390)	31,6%
Resultado antes dos Impostos	1.502	(221)	(778,6%)	1.313	14,4%
% sobre a ROL	9,7%	(1,6%)	11,3 p.p.	8,8%	0,9 p.p.
Imposto de renda e contribuição social	(366)	(41)	791,4%	(219)	66,7%
% sobre o resultado antes dos impostos	(24,3%)	18,5%	(42,8) p.p.	(16,7%)	(7,6) p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	1.137	(262)	(533,2%)	1.094	3,9%
% sobre a ROL	7,3%	(1,9%)	9,2 p.p.	7,3%	(0,0) p.p.
EBITDA	2.873	1.243	131,1%	2.569	11,8%
% sobre a ROL	18,5%	9,0%	9,5 p.p.	17,2%	1,3 p.p.
EBITDA Ajustado	2.968	1.205	146,4%	2.621	13,3%
% sobre a ROL	19,1%	8,7%	10,4 p.p.	17,6%	1,6 p.p.

Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Ativo - R\$ Milhões	30.09.24	31.12.23
Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	10.722	9.265
Títulos e valores Mobiliários	87	448
Contas a receber de clientes	4.761	4.766
Títulos a receber	24	65
Estoques	7.390	6.629
Ativos biológicos	2.693	2.702
Tributos a recuperar	1.870	1.518
Instrumentos financeiros derivativos	139	109
Despesas antecipadas	250	166
Adiantamentos	137	123
Caixa restrito	15	14
Ativos mantidos para a venda	13	7
Outros ativos circulantes	234	143
Total Circulante	28.335	25.954
Não Circulante		
Ativo realizável a longo prazo	10.858	10.471
Títulos e valores Mobiliários	1.201	320
Contas a receber de clientes	24	6
Títulos a receber	17	2
Tributos a recuperar	4.667	5.001
Tributos diferidos sobre o lucro	1.819	2.113
Depósitos judiciais	422	416
Ativos biológicos	1.849	1.858
Instrumentos financeiros derivativos	570	530
Caixa restrito	60	72
Outros ativos não circulantes	229	153
Investimentos	87	98
Imobilizado	14.810	14.609
Intangível	6.399	6.140
Total do Não Circulante	32.155	31.318
Total do Ativo	60.490	57.272

Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Passivo - R\$ Milhões	30.09.24	31.12.23
Circulante		
Empréstimos e financiamentos	1.017	2.452
Fornecedores	13.529	12.592
Passivo de arrendamento	1.026	944
Salários, obrigações sociais e participações	1.402	984
Obrigações tributárias	852	585
Instrumentos financeiros derivativos	79	77
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	665	720
Benefícios a empregados	86	86
Adiamentos de clientes	451	290
Outros passivos circulantes	479	659
Total Circulante	19.587	19.390
Não Circulante		
Empréstimos a financiamentos	18.526	17.644
Fornecedores	17	0
Passivo de arrendamento	2.975	2.778
Obrigações tributárias	81	91
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	490	483
Tributos diferidos sobre o lucro	61	60
Benefícios a empregados	508	454
Instrumentos financeiros derivativos	38	60
Outros passivos não circulantes	554	668
Total do Não Circulante	23.250	22.238
Total do Passivo	42.837	41.628
Patrimônio Líquido		
Capital social	13.349	13.349
Reservas de capital	2.763	2.763
Outras transações patrimoniais	(87)	(70)
Lucros Acumulados	2.517	0
Ações em tesouraria	(902)	(96)
Outros resultados abrangentes	(1.111)	(1.023)
Atribuído aos acionistas controladores	16.530	14.923
Atribuído aos acionistas não controladores	1.123	720
Total do Patrimônio Líquido	17.653	15.644
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	60.490	57.272

Demonstração dos Fluxos de Caixa Consolidado

DFC - R\$ Milhões	3T24	3T23	2T24
Lucro (Prejuízo) líquido - operações continuadas	1.137	(262)	1.094
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado	1.788	1.520	2.695
Variações nos saldos patrimoniais	94	(699)	(375)
Contas a receber de clientes	854	(583)	(787)
Estoques	(926)	(570)	22
Ativos biológicos circulantes	33	326	67
Fornecedores	132	128	323
Geração de caixa das atividades operacionais	3.018	558	2.320
Juros recebidos	368	118	137
Outros ativos e passivos operacionais	430	430	(191)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	3.816	938	2.266
Aplicações no ativo imobilizado	(187)	(166)	(138)
Aplicações no ativo biológico não circulante	(356)	(367)	(360)
Recebimento pela venda de imobilizado e investimento	16	29	29
Aplicações no ativo intangível	(25)	(27)	(67)
Resgate (adições) em títulos mensurados ao VJORA	(92)	0	(831)
Outros ativos e passivos das atividades de investimento	(3)	196	(9)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimento	(648)	(335)	(1.376)
Captações de empréstimos e financiamentos	100	271	2.068
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(2.428)	(2.040)	(882)
Pagamento de juros	(629)	(590)	(234)
Pagamento de derivativos de juros - hedge de valor justo	(52)	(105)	(68)
Aumento de capital com emissões de ações	0	5.327	0
Aquisição de ações em tesouraria	(496)	0	(213)
Pagamento de arrendamento	(217)	(193)	(220)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento	(3.722)	2.670	451
Efeito da variação cambial em Caixa e Equivalentes de Caixa	(182)	197	549
Aumento (decrécimo) líquido no saldo de caixa e equivalentes de caixa	(736)	3.471	1.891

Na tabela abaixo apresentamos a conciliação entre a visão de fluxo de caixa contábil e o fluxo de caixa livre gerencial (página 21 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 ¹
Fluxo de Caixa Operacional	3.816	151	-	(344)	-	(262)	-	3.362	-	-	3.362
Fluxo de Caixa Investimentos	(648)	-	(217)	-	-	96	-	(769)	-	-	(769)
Fluxo de Caixa Financeiro	(3.722)	(151)	217	1	2.405	-	496	(754)	(2.405)	(496)	(3.656)
Variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	(182)	-	-	182	-	-	-	-	-	-	-
Total	(736)	-	-	(161)	2.405	(166)	496	1.839	(2.405)	(496)	(1.063)

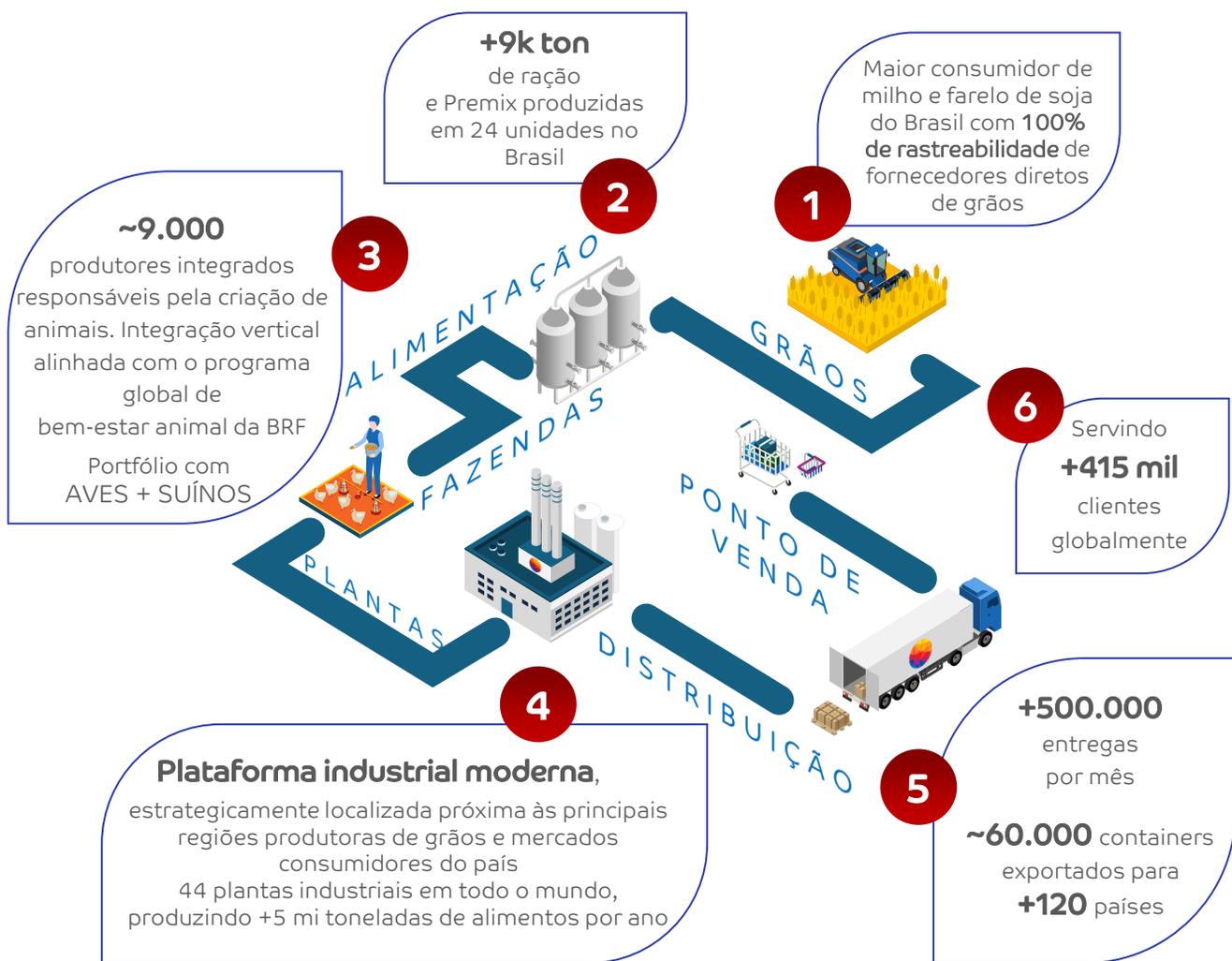
¹As variações de caixa Contábil e Gerencial apresentam metodologias distintas em relação à determinação do grupo de contas que compõem o caixa: a variação do caixa Contábil considera a variação da conta contábil de Caixa e equivalentes de caixa, enquanto a variação de caixa Gerencial considera a variação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



QUEM SOMOS



MODELO DE NEGÓCIOS TOTALMENTE INTEGRADO DO CAMPO À MESA

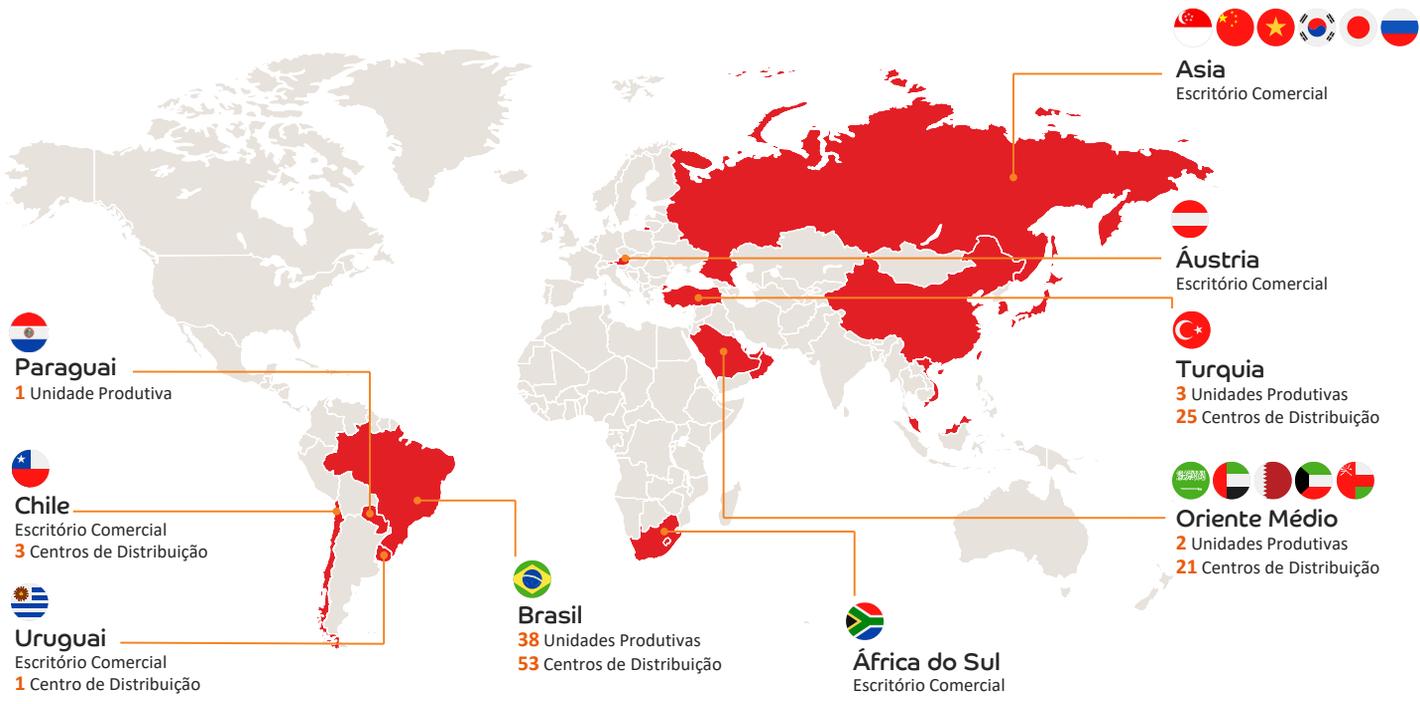


NOSSA OPERAÇÃO COM PRESENÇA GLOBAL

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



Barvit

ساديا
Sadia



Confidence

ALIMENTOS PROCESSADOS



Refeições prontas,
salsichas, frios,
embutidos e
margarinas



Sadia



Qualy

Deline

Claybom

Barvit

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



Sadia
Qualy

VENCEDORAS em conjunto, em Ceia de Natal, Linguiça Calabresa e Margarinas



MARKET SHARE
em processados

40,0%

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

36,8%

nos países do GCC

22,6%

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

Diretor Vice-Presidente Financeiro e de Relações com Investidores

Leticia Vaccaro

E-mail: leticia.vaccaro@brf.com

Fernanda Coutinho

E-mail: fernanda.coutinho@brf.com

Leonardo Squarizi

E-mail: leonardo.squarizi@brf.com

Bruno Cunha

E-mail: bruno.cunha@brf.com

João Vale

E-mail: joao.vale@brf.com

Imprensa

E-mail: imprensa@brf.com

