



SUA  
TORCIDA  
PEDE **Sadia**

**Sadia**



BRASIL

Patrocinadora oficial da seleção brasileira

Relatório  
da Administração

1T26

**MBRF**  
GLOBAL FOODS COMPANY

Sadia



PERDIGÃO

Qualy

Sals  
Bassi



National Beef



São Paulo, 14 de maio de 2026, Marfrig Global Foods S.A. – MBRF (B3 Novo Mercado: MBRF3 e ADR Nível 1: MBRFY) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2026 (1T26). As informações operacionais e financeiras a seguir, exceto quando indicado o contrário, são apresentadas em reais nominais, de acordo com os critérios do padrão contábil internacional (IFRS) e devem ser lidas em conjunto com os demonstrativos de resultados e Notas explicativas para o período encerrado em 31 de março de 2026, arquivados na CVM.

## Destques financeiros

<b>Receita Líquida</b> R\$ <b>39.453</b> R\$ Milhões	<b>Lucro Bruto</b> R\$ <b>4.770</b> R\$ Milhões	<b>Margem Bruta</b> <b>12,1%</b>	<b>Resultado Líquido</b> R\$ <b>111</b> R\$ Milhões
<b>EBITDA Ajustado</b> R\$ <b>3.096</b> R\$ Milhões	<b>Margem EBITDA Ajustada</b> <b>7,8%</b>	<b>Fluxo de Caixa Operacional</b> R\$ <b>1.451</b> R\$ Milhões	<b>Alavancagem</b> <b>3,37x</b> Dívida Líquida/EBITDA Aj 12M (R\$)
<b>América do Norte</b> ROL (US\$) <b>3.491</b> EBITDA Aj (US\$) <b>10</b> Margem EBITDA Aj <b>0,3%</b>	<b>América do Sul</b> ROL (R\$) <b>6.154</b> EBITDA Aj (R\$) <b>616</b> Margem EBITDA Aj <b>10,0%</b>	<b>BRF</b> ROL (R\$) <b>14.933</b> EBITDA Aj (R\$) <b>2.477</b> Margem EBITDA Aj <b>16,6%</b>	<b>ESG</b> Companhia brasileira mais bem avaliada do setor no Forest 500, índice global que monitora o combate ao desmatamento.
<b>Teleconferência</b> 15/05/2026 – Sexta-feira 10h00 BRT   9h00 US ET Acesso em: <a href="#">clique aqui</a>	<b>Valor de Mercado</b> R\$ <b>23,7</b> Bilhões Base: 13/05/2026	<b>Cotações</b> MBRF3 R\$ <b>16,93</b> Base: 13/05/2026	<b>Ações Emitidas</b> <b>1.401.916.108</b> <b>600.190</b> Ações ON / Ações em tesouraria Base: 31/03/2026



# Índice

- 4 – Mensagem do Chairman
- 5 – Mensagem da Administração
- 6 – Resultado Consolidado
- 12 – Resultado por Segmento
- 21 – Destaques Marcas
- 24 – Destaques ESG
- 26 – Anexos
- 28 – A MBRF





### Prezados colaboradores, acionistas, parceiros e clientes,

Ao iniciarmos o nosso primeiro ano completo como MBRF, reforçamos a convicção de que estamos construindo uma companhia ainda mais forte, global e preparada para capturar as oportunidades estruturais de crescimento do mercado mundial de proteínas.

Os resultados do primeiro trimestre de 2026 refletem a consistência da nossa estratégia e a capacidade da companhia de executar com disciplina, eficiência e visão de longo prazo. Seguimos avançando na integração dos negócios, fortalecendo nossa plataforma global multiproteína e ampliando nossa presença em mercados relevantes e dinâmicos para o consumo de alimentos no mundo.

No último ano, direcionamos investimentos estratégicos para regiões onde observamos evolução consistente do consumo *per capita* de proteínas. China e Oriente Médio são exemplos claros dessa estratégia. Nos tornamos a primeira empresa brasileira do setor a ter produção local com a conclusão da aquisição da fábrica de Henan, na China, e concluímos, em maio de 2026, a criação da Sadia Halal, a maior empresa de frango halal do mundo, com acesso a uma base de consumidores de mais de 350 milhões de pessoas em 14 países islâmicos.

Acreditamos que os investimentos realizados nos últimos ciclos começarão a gerar retornos cada vez mais relevantes ao longo de 2026, ampliando nossa competitividade global, fortalecendo nossas marcas e criando novas oportunidades de crescimento sustentável para a companhia.

Seguiremos comprometidos com uma agenda de crescimento consistente, sustentada por disciplina financeira, eficiência operacional e alocação responsável de capital. Nossa prioridade permanece sendo fortalecer a geração de valor no longo prazo, mantendo solidez financeira e flexibilidade para continuar investindo nas oportunidades mais estratégicas para a companhia.

Entramos em 2026 com uma nova marca, que traduz a nossa ambição de crescer e ampliar a nossa capacidade de alimentar o mundo com escala, qualidade, inovação e responsabilidade. Iniciamos essa nova etapa com confiança, foco e otimismo, apoiados pela dedicação dos nossos colaboradores, pela parceria dos nossos fornecedores e clientes, e pela confiança dos nossos acionistas. A todos, nosso agradecimento por fazerem parte da construção do próximo capítulo da história da MBRF.

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



Prezados(as) Senhores(as),

Iniciamos 2026 com indicadores consistentes e evolução gradual ao longo do trimestre, refletindo nossa disciplina na execução. Alcançamos lucro de R\$ 111 milhões, superando o reportado no 1T25, o que reforça a robustez do nosso modelo de negócios e a coerência do nosso planejamento. Com receita líquida de R\$ 39,5 bilhões e EBITDA de R\$ 3,1 bilhões, seguimos avançando com eficiência e diversificação de portfólio, preservando a capacidade de investimento e o controle de custos, fortalecendo as bases para a continuidade da geração de valor ao longo do ano.

A crescente demanda global por proteínas, impulsionou nosso desempenho em todos os segmentos em que atuamos.

Na BRF, alcançamos recorde no volume de exportações diretas em março, com destaque para o início dos embarques à União Europeia, via *pre-listing*, e retorno dos envios para a China a partir do Rio Grande do Sul, movimentos que reforçam a competitividade e a atuação consistente em diferentes geografias.

No Oriente Médio, alcançamos volume histórico para o período sazonal de celebração do Ramadã. Por meio da presença consolidada na região, relação próxima com parceiros locais e consistência do sistema produtivo e logístico, sustentamos uma execução positiva, ampliando nosso *share* de exportação para os países do Golfo em 12 pontos percentuais entre fevereiro e março. Com uma marca sólida, mantivemos a liderança de mercado e alcançamos rentabilidade recorde na Sadia Halal, com margem EBITDA ajustada de 15,6%. Seguimos contribuindo para a segurança alimentar da região, com confiabilidade e qualidade.

Em um período tipicamente mais moderado para o mercado brasileiro, observamos melhora progressiva nos primeiros meses de 2026.

Nossa operação de Beef na América do Sul segue em patamar saudável de rentabilidade, apresentando crescimento de 8,8% no volume e 34,9% no EBITDA, quando comparados ao mesmo período do ano anterior. Os ganhos foram obtidos principalmente por avanços na produtividade, decorrentes de investimentos, aumento na ocupação dos nossos complexos e foco em produtos de valor agregado.

Na América do Norte, a forte demanda resultou em preços mais altos, ampliando nossa receita em 6,9% em comparação ao primeiro trimestre de 2025, alcançando US\$ 3,5 bilhões, apesar do cenário de redução na oferta de gado. Já se observam os primeiros sinais de recuperação, fazendo crer que a tendência seja de um ano de 2026 melhor que 2025.

Continuamos as capturas de sinergias com a otimização da estrutura corporativa, integração comercial e iniciativas de *supply chain*, alcançando R\$ 126 milhões no período – cerca de 20% do previsto para o ano. Seguimos evoluindo também em nosso programa de eficiência, o MBRF+, alcançando R\$ 296 milhões no período.

Nos posicionando de acordo com o nosso planejamento estratégico para atender à maior demanda global por proteínas, anunciamos investimentos que fortalecem nossa cadeia, com recursos direcionados a unidades produtivas no Brasil, na China e Oriente Médio e a criação da Sadia Halal, empresa líder no mercado Halal.

O início de 2026 foi marcado pelo foco em nossa jornada de crescimento e na captura de oportunidades que irão acelerar a expansão global da MBRF. Avançamos com consistência, disciplina e eficiência, sustentados pela evolução da execução comercial e operacional e pelo compromisso de entregar resultados sólidos.

Agradeço ao nosso chairman e controlador, Marcos Molina, pelo suporte e direcionamento. Estendo os agradecimentos também ao nosso Conselho de Administração, pelo apoio constante, aos nossos acionistas pela confiança em nossa gestão, aos nossos clientes pela parceria estratégica, e ao comprometimento dos nossos colaboradores, parceiros e produtores integrados, essenciais para os resultados que alcançamos até aqui.

**Miguel Gularte**  
CEO

# Resultado Consolidado

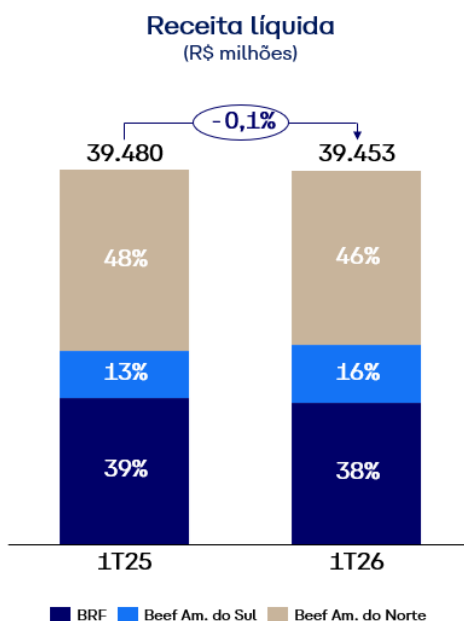


Toneladas (Mil tons)	1T26	1T25	Var.%	4T25	Var.%
Volume Consolidado	1.949	1.989	-2,0%	2.192	-11,1%
Mercado Interno	1.220	1.279	-4,6%	1.420	-14,1%
Mercado Externo	729	709	2,7%	771	-5,5%

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var.%	4T25	Var.%
Receita Líquida	39.453	39.480	-0,1%	43.915	-10,2%
Mercado Interno	27.049	27.565	-1,9%	30.965	-12,6%
Mercado Externo	12.404	11.915	4,1%	12.951	-4,2%
CPV	(34.683)	(34.785)	-0,3%	(38.388)	-9,7%
Lucro Bruto	4.770	4.694	1,6%	5.528	-13,7%
Margem Bruta	12,1%	11,9%	20 bps	12,6%	-50 bps
DVGA	(3.341)	(3.433)	-2,7%	(4.016)	-16,8%
EBITDA Ajustado	3.096	3.199	-3,2%	3.410	-9,2%
Margem Ebitda Ajustada	7,8%	8,1%	-25 bps	7,8%	8 bps
Resultado Financeiro	(1.390)	(1.347)	3,2%	(2.121)	-34,5%
Resultado Antes de IR e CS	(2)	(70)	-97,0%	(530)	-99,6%
IR + CS	(27)	495	-105,5%	488	-105,6%
Participação Minoritários	141	(337)	-141,7%	134	5,2%
Lucro Líquido atribuído ao controlador	111	88	26,8%	91	22,1%

### Receita Consolidada Líquida

No 1T26, a Receita Líquida Consolidada da MBRF foi de R\$ 39.453 milhões, 0,1% abaixo do primeiro trimestre de 2025. Com crescimento de receita nas operações de *beef* na América do Sul e na América do Norte, a receita líquida foi negativamente impactada pelo efeito cambial, dada a valorização do real frente ao dólar<sup>1</sup>, e pelo segmento BRF, no qual voltamos a observar o efeito da sazonalidade durante o primeiro trimestre. Em Beef América do Sul, este crescimento de receita foi influenciado por maiores volumes vendidos e melhores preços praticados, e em Beef América do Norte por um crescimento de 13,5% do preço líquido, dado a restrição da oferta de gado localmente e forte demanda.



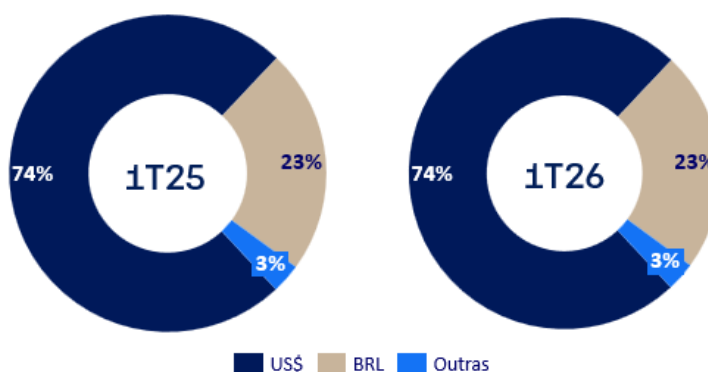
No 1T26, a Receita Líquida em dólares representou 74% da receita total consolidada, decorrente da soma das receitas na América do Norte com as exportações da Operação da América do Sul e da BRF.

1 - Fonte: Banco Central do Brasil – Ptax média 1T26 R\$ 5,26 versus R\$ 5,85 1T25



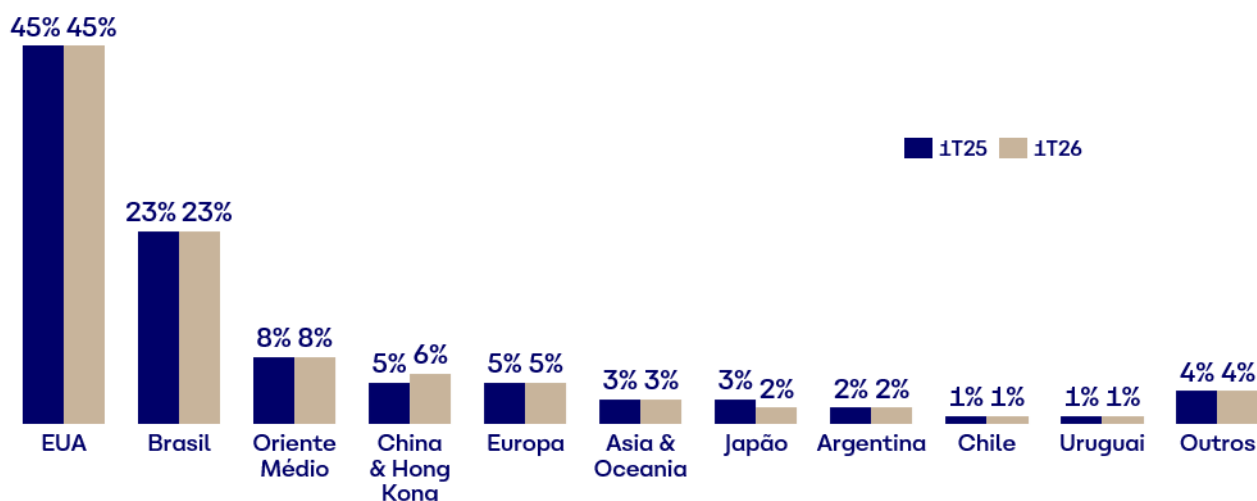
No trimestre, 46% da Receita Líquida Consolidada foi resultado da Operação América do Norte, 16% da Operação da América do Sul e 38% da BRF.

### Receita Por Moeda (%)



A MBRF tem apresentado um mix de receita distribuído entre os principais mercados consumidores do mundo. No 1T26, os Estados Unidos representaram 45% das vendas totais, mantendo o patamar do mesmo período de 2025. A participação do Brasil foi de 23%, também em linha com o 1T25. A receita das exportações no trimestre atingiram 8% para o Oriente Médio e 6% para a China e Hong Kong.

### Mercados Consumidores (%) da Receita Líquida Consolidada



### Custo do Produto Vendido

No 1T26, o custo dos produtos vendidos da MBRF consolidado foi de R\$ 34.683 milhões, uma redução de 0,3% em relação ao 1T25. A redução do custo é explicada, principalmente, pelo menor volume de vendas nas operações da América do Norte e da BRF, mitigando os efeitos do aumento do custo de aquisição do gado nas operações de *beef* e os efeitos inflacionários em todas as operações. Outro fator que contribuiu positivamente para o custo no trimestre foi o programa de eficiência da Cia, que agora engloba as operações dos segmentos Beef América do Sul e BRF, o MBRF+, que capturou R\$ 296 milhões no período, tendo a maior parte dos *savings* passando na rubrica de custo.



## Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas

No trimestre, as Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas (DVGA) totalizaram R\$ 3.341 milhões, redução de 2,7% em relação ao 1T25, explicado principalmente pela redução das despesas na operação da América do Norte, em função da redução dos volumes vendidos e do efeito cambial, além de despesas não recorrentes que maximizaram a base comparativa do 1T25. A DVGA em função da receita líquida (DVGA/ROL) foi de 8,5%, 0,2 p.p. menor quando comparado ao 1T25.

As Despesas com Vendas totalizaram R\$ 2.785 milhões, ou 7,1% da receita líquida consolidada, um aumento de 0,1 p.p. em relação a receita líquida consolidada do 1T25, que foi de 7,0%. Já as despesas Gerais e Administrativas atingiram R\$ 556 milhões, ou 1,4% da receita líquida.

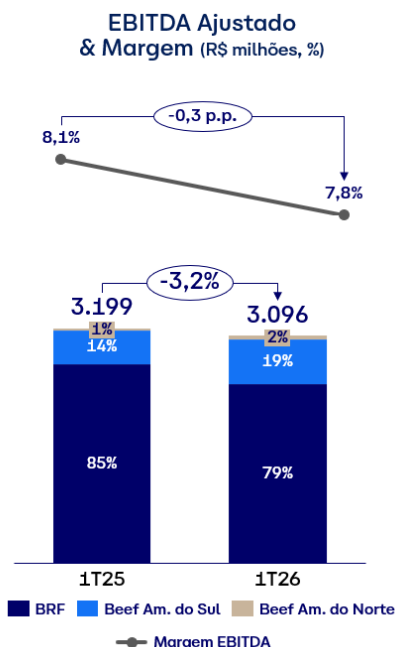
## EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada

No 1T26, o EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 3.096 milhões, representando uma redução de 3,2% em comparação ao primeiro trimestre de 2025. Esse desempenho reflete, principalmente, a compressão do EBITDA da BRF, como resultado da sazonalidade típica do primeiro trimestre do ano, não observada no primeiro trimestre de 2025.

A margem EBITDA ajustada consolidada foi de 7,8% no 1T26 versus 8,1% no 1T25, uma redução de 25 bps.

No trimestre, 79% do EBITDA ajustado consolidado foi resultado da BRF, 19% da Operação América do Sul e 2% da América do Norte.

Com o avanço do processo de integração entre as operações de Marfrig e BRF, durante o primeiro trimestre do ano capturamos R\$ 126 milhões em sinergias, englobando estrutura corporativa, integração comercial e *supply chain*. Este montante corresponde a 20% do previsto para o ano de 2026.



## Resultado Financeiro Consolidado

O resultado financeiro líquido consolidado do 1T26, totalizou uma despesa de R\$ 1.390 milhões, em linha com o resultado apresentado no 1T25. O aumento na rubrica de outras receitas e despesas foi compensado pelo impacto positivo da variação cambial no período.

Na comparação trimestral, o resultado financeiro consolidado apresentou queda de 34,5% como resultado i) da queda dos juros líquidos provisionados, em função da valorização do real frente ao dólar, além de uma melhor gestão da dívida, e ii) da redução das outras receitas e despesas, como resultado de impactos não recorrentes no 4T25, inflando a base comparativa.



R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
Juros Líquidos Provisonados	(1.221)	(1.245)	-2,0%	(1.446)	-15,6%
Outras Receitas e Despesas	(539)	(10)	5255,6%	(835)	-35,5%
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(1.760)</b>	<b>(1.256)</b>	<b>40,1%</b>	<b>(2.282)</b>	<b>-22,9%</b>
Variação Cambial	370	(91)	-505,3%	161	130,0%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(1.390)</b>	<b>(1.347)</b>	<b>3,2%</b>	<b>(2.121)</b>	<b>-34,5%</b>

## Lucro (Prejuízo) Líquido

No 1T26, o resultado líquido consolidado atribuído ao controlador foi positivo em R\$ 111 milhões frente a um lucro de R\$ 88 milhões do mesmo período do ano anterior, um aumento de 26,8%.

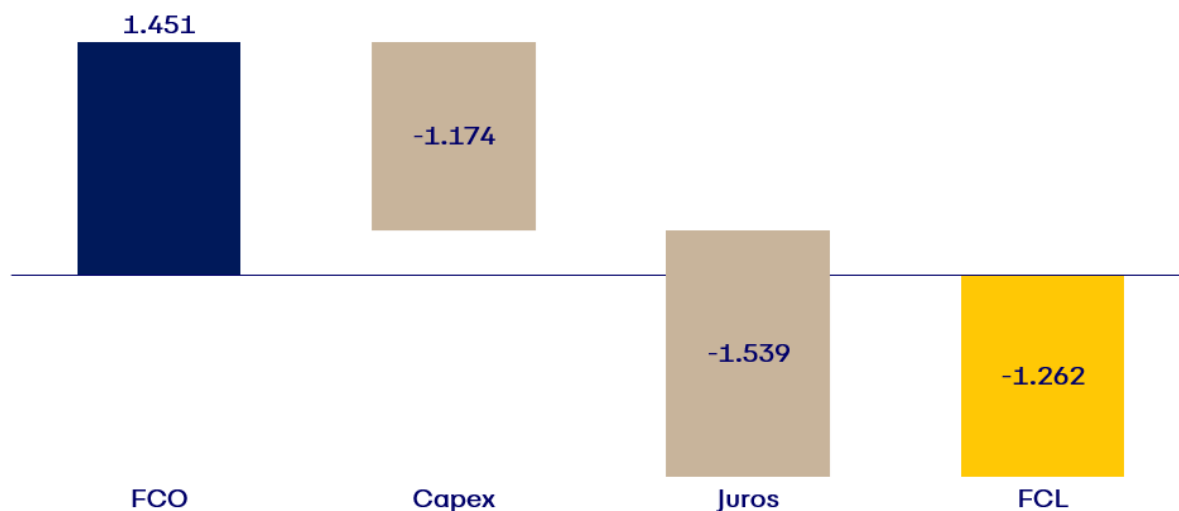
## Capex

No 1T26, os investimentos consolidados totalizaram R\$ 1.173,5 milhões, dos quais R\$ 239,5 milhões foram destinados às operações de *beef* e R\$ 934 milhões à operação de BRF. O montante realizado, entre outros, contempla investimentos i) na BRF, com projetos destinados a expansão da capacidade produtiva na unidade de Lucas do Rio Verde (MT), da continuidade do *greenfield* em Jeddah (KSA), e em embutidos em Herval d'Oeste (SC), ii) na operação Beef América do Sul, com projetos de expansão na unidade de Promissão (SP) e ampliação de plantas no Argentina e no Uruguai, e iii) na operação Beef América do Norte, com projetos de automação e modernização de linhas. Os investimentos realizados foram feitos para suportar o crescimento futuro da Companhia.

## Fluxo de Caixa Recorrente

No primeiro trimestre de 2026, o fluxo de caixa operacional foi de R\$ 1.451 milhões, os investimentos consolidados foram de R\$ 1.174 milhões e as despesas financeiras consolidadas foram de R\$ 1.539 milhões, resultando em um consumo de caixa de R\$ 1.262 milhões.

Cabe destacar que o primeiro trimestre do ano apresenta tradicionalmente um consumo de capital de giro, sendo que no 1T26 se verificou um aumento de mais de R\$ 1 bilhão nos estoques e ativos biológicos, principalmente devido ao aumento da receita da operação de bovinos da América do Sul e da América do Norte e o impacto do conflito nos estoques da BRF.



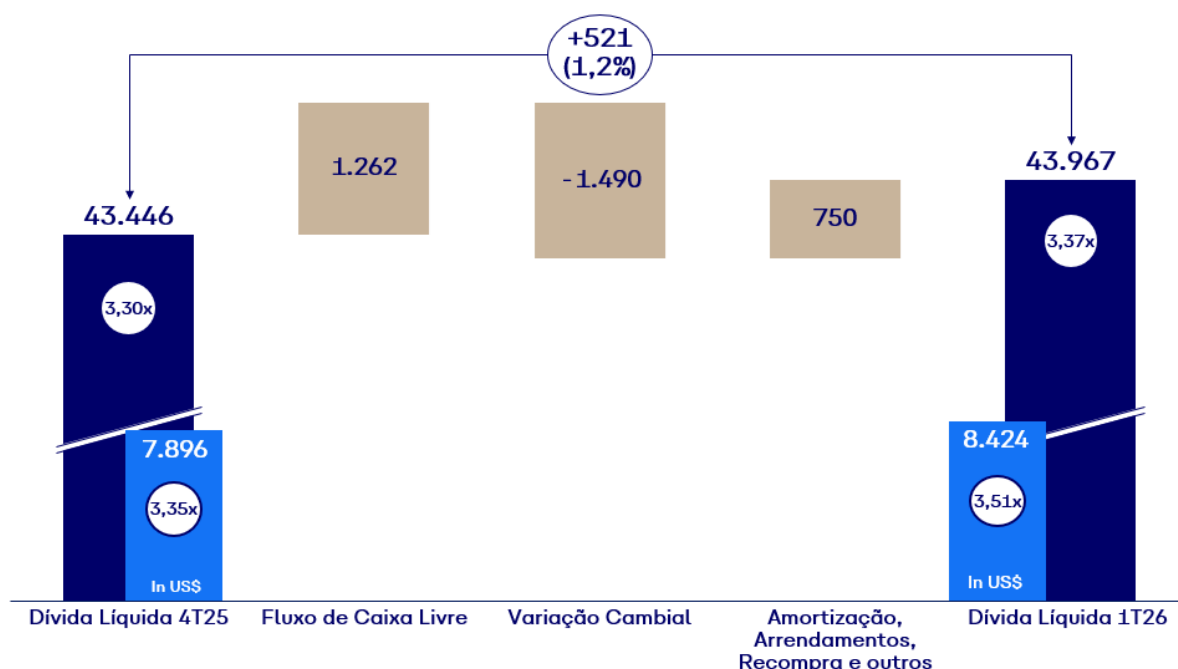
## Dívida Líquida

O perfil do endividamento da Companhia é em grande parte atrelado à moeda norte-americana (a parcela da dívida bruta atrelada ao dólar ou outras moedas que não o Real ficou em torno de 51,7% no final do trimestre).

A Dívida Líquida Consolidada de fechamento do 1T26 foi R\$ 43.967 milhões, um aumento de 1,2% quando comparada ao 4T25. Quando medida em dólares, a Dívida Líquida Consolidada foi de US\$ 8.424 milhões.

Durante o 1T26, foram recomprados, por meio do programa aberto, R\$ 164,7 milhões em ações.

O índice de alavancagem medido pela relação entre a Dívida Líquida e o EBITDA ajustado UDM (últimos 12 meses) foi de 3,37x em reais. Medido em dólar o indicador de alavancagem ficou em 3,51x.



## Detalhamento da Estrutura de Capital

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
Dívida de Curto Prazo	12.998	6.822	90,5%	13.622	-4,6%
Dívida de Longo Prazo	54.001	51.397	5,1%	55.028	-1,9%
<b>Dívida Bruta Total</b>	<b>66.998</b>	<b>58.219</b>	<b>15,1%</b>	<b>68.650</b>	<b>-2,4%</b>
Moeda Nacional	48,3%	37,8%	1048 bps	45,2%	307 bps
Moeda Estrangeira	51,7%	62,2%	-1048 bps	54,8%	-307 bps
Caixa e Aplicações	(23.032)	(20.094)	14,6%	(25.204)	-8,6%
<b>Dívida Líquida Gerencial</b>	<b>43.967</b>	<b>38.125</b>	<b>15,3%</b>	<b>43.446</b>	<b>1,2%</b>
Dívida Líquida   EBITDA Ajustado (R\$)	3,37	2,69	0,68	3,30	0,07
Dívida Líquida   EBITDA Ajustado (US\$)	3,51	2,64	0,87	3,35	0,16

# Resultado por Segmento



Toneladas (Mil tons)	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
<b>Volume Total</b>	<b>473</b>	<b>502</b>	<b>-5,8%</b>	<b>490</b>	<b>-3,5%</b>
<b>Mercado Interno</b>	<b>414</b>	<b>432</b>	<b>-4,3%</b>	<b>431</b>	<b>-3,9%</b>
<b>Mercado Externo</b>	<b>59</b>	<b>69</b>	<b>-15,0%</b>	<b>59</b>	<b>-0,2%</b>

US\$ Millions	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>3.491</b>	<b>3.266</b>	<b>6,9%</b>	<b>3.664</b>	<b>-4,7%</b>
<b>Mercado Interno</b>	<b>3.199</b>	<b>2.967</b>	<b>7,8%</b>	<b>3.393</b>	<b>-5,7%</b>
<b>Mercado Externo</b>	<b>292</b>	<b>299</b>	<b>-2,3%</b>	<b>271</b>	<b>7,8%</b>
<b>CPV</b>	<b>(3.434)</b>	<b>(3.199)</b>	<b>7,3%</b>	<b>(3.572)</b>	<b>-3,9%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>57</b>	<b>67</b>	<b>-14,1%</b>	<b>91</b>	<b>-36,8%</b>
<b>Margem Bruta (%)</b>	<b>1,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>-40 bps</b>	<b>2,5%</b>	<b>-83 bps</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>71,7%</b>	<b>28</b>	<b>-62,7%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada (%)</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,2%</b>	<b>11 bps</b>	<b>0,8%</b>	<b>-46 bps</b>

Na operação Beef América do Norte durante o primeiro trimestre de 2026, o efeito sazonal de compressão de margens típico do período foi intensificado pelo inverno rigoroso que atingiu a região durante os dois primeiros meses do ano, influenciando a queda do abate no período (- 8,5% a/a²).

Esse cenário foi revertido durante o último mês do trimestre devido a condições mercadológicas que favoreceram a operação, ajustando a capacidade instalada de produção no mercado norte americano. Apesar disso, os custos de aquisição animal seguem altos, comprimindo as margens do segmento.

Na contramão do aumento de preços, a demanda pela proteína bovina segue resiliente, e sem mostrar sinais de arrefecimento.

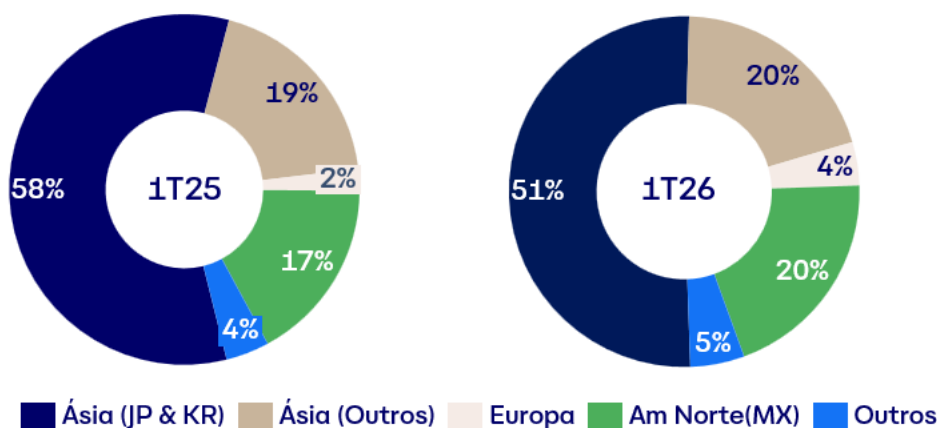
### Receita Líquida e Volume

No 1T26, totalizamos 473 mil toneladas, volume 5,8% menor em comparação ao 1T25, alinhado a queda do abate em âmbito nacional. Deste montante, 88% foi vendido no mercado doméstico.

A receita líquida da operação América do Norte foi de US\$ 3.491 milhões no primeiro trimestre de 2026, aumento de 6,9% em comparação ao 1T25, explicado pelo maior preço médio de venda (US\$7,39/kg no 1T26 versus US\$6,51/kg no 1T25).

Em reais, a Receita Líquida foi de R\$ 18.366 milhões no 1T26.

Principais Destinos das Exportações (% da Receita)



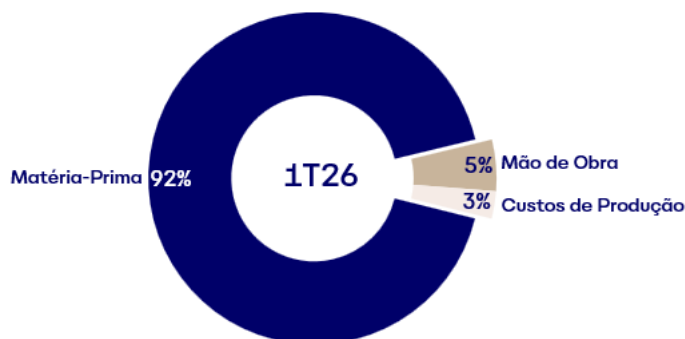
2 - Fonte: USDA



## Custo do Produto Vendido

No 1T26, o custo dos produtos vendidos foi de US\$ 3.434 milhões, aumento de 7,3% comparado ao 1T25, impactado negativamente pelo maior custo da matéria prima.

O preço médio utilizado como referência para a compra de gado – USDA KS Steer – foi de US\$ 238,6/cwt, valor 17,9% superior ao 1T25, explicado pela menor disponibilidade de gado.

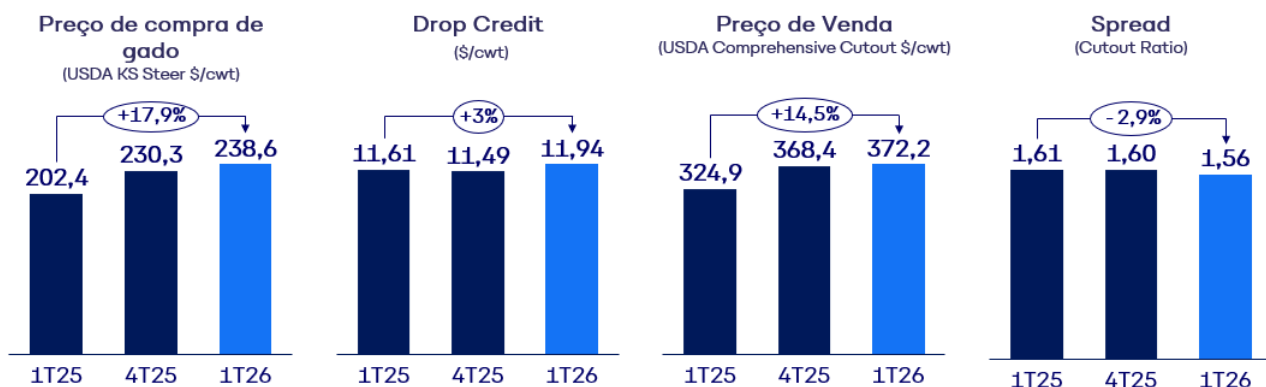


## Lucro Bruto e Margem Bruta

O lucro bruto no primeiro trimestre de 2026 foi de US\$ 57 milhões, 14,1% inferior ao resultado apresentado no 1T25, com margem bruta de 1,6%, 40 bps abaixo da margem apresentada no mesmo período de 2025. A involução da margem reflete o maior preço de compra do gado em função da baixa disponibilidade, apesar do maior preço de venda. Em reais, o lucro bruto foi de R\$ 301,0 milhões.

No 1T26, o indicador geral de mercado do preço médio de venda - USDA Comprehensive - foi de US\$ 372,2/cwt, valor 14,5% superior ao 1T25, mas não suficiente para compensar o impacto do aumento do custo do gado no mesmo período.

No trimestre, os créditos de abate (Drop Credit) como couro, sebo e outros subprodutos, foram de US\$ 11,94/cwt versus US\$ 11,61/cwt no 1T25.



## EBITDA Ajustado e Margem

No 1T26, o EBITDA ajustado foi de US\$ 10 milhões, um aumento de 71,7% do apresentado no 1T25. Em reais, o EBITDA ajustado foi de R\$ 53,2 milhões.

A margem EBITDA ajustada no 1T26 foi de 0,3%, 11 bps superior à margem do 1T25, justificado pelos fatores acima.

Toneladas (Mil tons)	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
<b>Volume Total</b>	<b>271</b>	<b>249</b>	<b>8,8%</b>	<b>298</b>	<b>-8,9%</b>
Mercado Interno	156	159	-1,9%	171	-8,8%
Mercado Externo	115	90	27,9%	126	-9,0%

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>6.154</b>	<b>5.000</b>	<b>23,1%</b>	<b>6.480</b>	<b>-5,0%</b>
Mercado Interno	2.608	2.248	16,0%	2.701	-3,5%
Mercado Externo	3.546	2.752	28,9%	3.779	-6,2%
CPV	(5.169)	(4.206)	22,9%	(5.444)	-5,0%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>985</b>	<b>794</b>	<b>24,1%</b>	<b>1.037</b>	<b>-5,0%</b>
Margem Bruta (%)	16,0%	15,9%	13 bps	16,0%	0 bps
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>616</b>	<b>456</b>	<b>34,9%</b>	<b>682</b>	<b>-9,7%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	10,0%	9,1%	88 bps	10,5%	-51 bps

No primeiro trimestre de 2026, a operação de *Beef* na América do Sul apresentou resultado sólido, evoluindo o patamar de preços tanto no mercado interno quanto externo, refletindo a demanda crescente global por proteína. Os investimentos recentes em ampliação de capacidade e otimização da ocupação foram determinantes para o aumento de volume e manutenção da rentabilidade, apesar do impacto cambial na receita do mercado externo dado a valorização do real frente ao dólar no período.

Neste segmento, a dinâmica de mercado para a exportação foi afetada pela recente restrição comercial imposta pelo mercado chinês, contribuindo para a evolução tanto dos preços de exportação quanto para os preços de aquisição animal no mercado interno. Nesse cenário, as estratégias de flexibilização comercial e a diversificação de destinos é um importante mitigador de volatilidades e para a preservação de margens.

Adicionalmente, vale destacar que a Cia possui uma plataforma de produção diversificada, com *footprint* fabril no Brasil, Argentina e Uruguai, além do foco em produtos de valor agregado.

## Receita Líquida e Volume

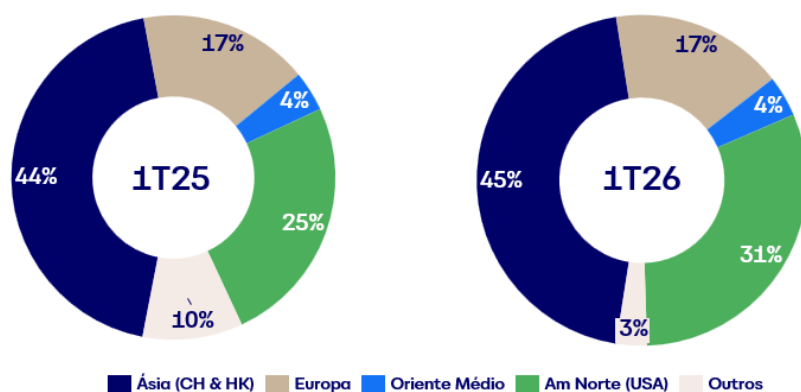
No 1T26, o volume de vendas foi de 271 mil toneladas, 8,8% superior em comparação com o mesmo trimestre de 2025. Este crescimento está alinhado com a adição de capacidade, ainda em processo de *ramp-up* e otimização nos complexos industriais da Companhia, mencionado acima.

As vendas no mercado doméstico representaram 58% do volume do 1T26 e 64% do 1T25.

A receita líquida da operação América do Sul foi de R\$ 6.154 milhões no 1T26, um crescimento de 23,1% em relação ao 1T25, explicado pelo maior volume, conforme detalhado acima, e pela evolução do preço médio.

No 1º trimestre de 2026, as exportações representaram 58% da receita do segmento. Do total das exportações no 1T26, aproximadamente 45% foram destinados à China e Hong Kong, 31% para os Estados Unidos e 17% para os países da Europa.

**Principais Destinos das Exportações**  
(% da receita)





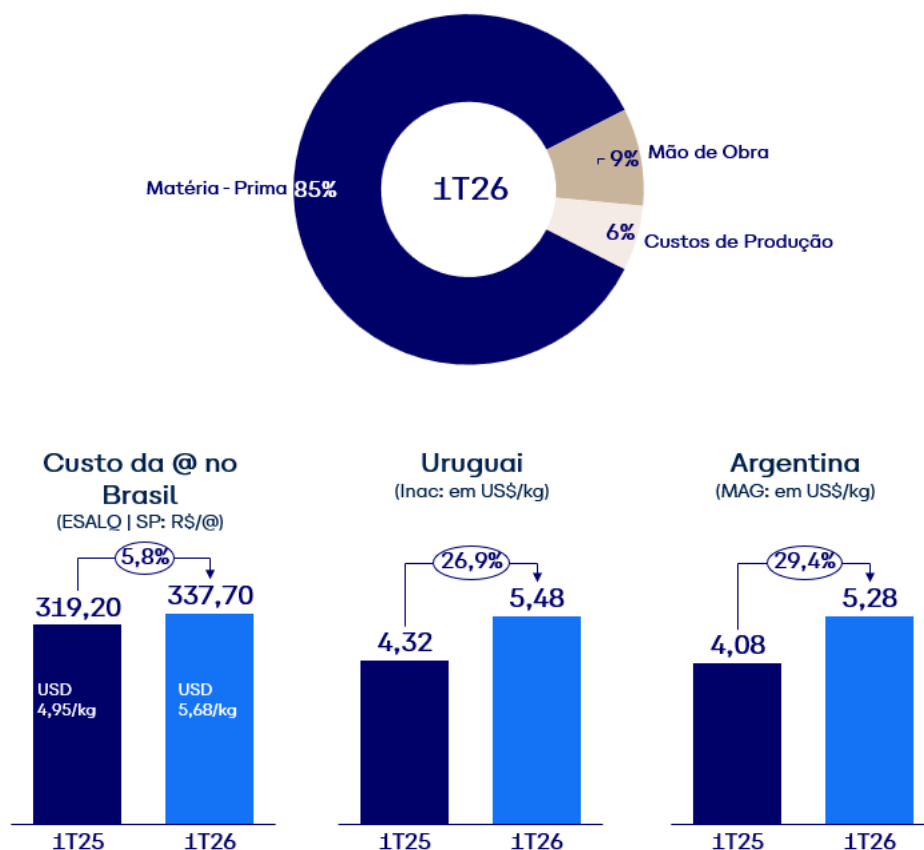
## Custo do Produto Vendido

O custo de produtos vendidos no 1T26 foi de R\$ 5.169 milhões, um crescimento de 22,9% em comparação com o 1T25, explicado pelo maior volume de vendas e o aumento do custo da matéria-prima.

No Brasil, o custo de gado, com base na informação CEPEA/ESALQ, foi de R\$ 337,70/@, um aumento de 5,8% em comparação ao 1T25. Enquanto o preço de exportação foi de USD5,68/kg no 1T26 versus USD4,95/kg no 1T25.

No Uruguai, de acordo com dados do INAC, o preço do gado no 1T26 foi 26,9% maior em comparação ao mesmo período de 2025 (US\$ 5,48/kg no 1T26 versus US\$ 4,32/kg no 1T25).

Na Argentina o custo de matéria-prima no trimestre foi de US\$ 5,28/kg, 29,4% acima quando comparado com o mesmo período de 2025.



## Lucro Bruto e Margem Bruta

No 1T26, o lucro bruto da operação América do Sul foi de R\$ 985 milhões, 24,1% acima do lucro bruto reportado no 1T25. A margem bruta foi de 16,0%, ante 15,9% no mesmo período do ano anterior.

## EBITDA Ajustado e Margem

No 1T26, o EBITDA ajustado da operação América do Sul foi de R\$ 616 milhões, um crescimento de 34,9% na comparação com o 1T25. A margem EBITDA ajustada foi de 10,0% no trimestre, 88 bps superior à margem do mesmo período de 2025.

Toneladas (Mil tons)	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
<b>Volume Total</b>	<b>1.205</b>	<b>1.237</b>	<b>-2,6%</b>	<b>1.404</b>	<b>-14,2%</b>
Mercado Interno	650	687	-5,5%	818	-20,6%
Mercado Externo	555	550	0,9%	586	-5,3%

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>14.933</b>	<b>15.425</b>	<b>-3,2%</b>	<b>17.683</b>	<b>-15,6%</b>
Mercado Interno	7.612	8.006	-4,9%	9.973	-23,7%
Mercado Externo	7.320	7.420	-1,3%	7.710	-5,1%
CPV	(11.221)	(11.373)	-1,3%	(13.451)	-16,6%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>3.712</b>	<b>4.053</b>	<b>-8,4%</b>	<b>4.232</b>	<b>-12,3%</b>
Margem Bruta (%)	24,9%	26,3%	-141 bps	23,9%	93 bps
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>2.477</b>	<b>2.752</b>	<b>-10,0%</b>	<b>2.639</b>	<b>-6,1%</b>
Margem EBITDA Ajustada (%)	16,6%	17,8%	-126 bps	14,9%	166 bps

No 1T26, a BRF alcançou uma receita líquida de R\$ 14.933 milhões e um EBITDA de R\$ 2.477 milhões, com margem EBITDA de 16,6%.

No mercado interno, a BRF registrou uma evolução sequencial do desempenho mensal, ao mesmo tempo em que voltou-se a observar a sazonalidade típica do primeiro trimestre. Em março, os volumes retornaram a níveis semelhantes aos do mesmo período do ano anterior. Mais uma vez, a solidez de suas principais marcas, aliada à manutenção dos indicadores de execução comercial e logística, resultou em ganho de participação de mercado<sup>3</sup>.

Em linha com o processo de integração e captura de sinergias entre as operações da Marfrig e da BRF, a Cia passou a operar, já no primeiro trimestre, com uma força de vendas unificada para todo o portfólio de proteínas. Essa iniciativa tem gerado ganhos relevantes de capilaridade e eficiência na comercialização e distribuição logística do portfólio de bovinos.

No mercado externo, ao longo do trimestre, a BRF conquistou 35 novas habilitações, com destaque para países da União Europeia, da América do Sul e da Ásia. Essa estratégia tem se mostrado fundamental para a maximização da receita, principalmente em um momento de valorização do real frente ao dólar, ao permitir maior rentabilização dos cortes por destino, além de atuar como importante mitigador em cenários de restrição às exportações.

Na região do GCC<sup>4</sup>, suportada pela fortaleza da marca Sadia, líder de mercado e preferência na região, e pelo portfólio de produtos convenientes para diversas ocasiões, a BRF entregou a melhor campanha de celebração do Ramadã da história da Companhia em termos de volume de vendas.

No período, pudemos observar uma evolução dos preços em dólares em patamar superior ao aumento dos custos. A atuação da operação local no Oriente Médio – apoiada em estoques estratégicos, força comercial dedicada, ampla distribuição e capilaridade – foi determinante para superar os desafios logísticos impostos pelo atual ambiente de instabilidade geopolítica na região.

Na Turquia, também pudemos observar uma evolução nos preços como contribuição do efeito sazonal do Ramadã. Apesar disso, o desbalanceamento entre oferta e demanda segue pressionando o resultado da operação.

Na Ásia, o retorno da exportação da proteína de frango para a China contribuiu para a rentabilização e mix entre as regiões. No Japão e na Coreia, dado o cenário equalizado de estoque local, pudemos observar boa dinâmica de preços.

Desde a aprovação do sistema de *pré-listing* em outubro de 2025, a Cia vem trabalhando para habilitar diversas de suas unidades fabris para a exportação para os países da União Europeia. Como resultado desse processo, durante o 1T26 a BRF realizou os primeiros embarques da proteína de frango para os países dessa região. Esta conquista somada às exportações para o Reino Unido garantiu a Cia acesso a um dos mercados mais relevantes do mundo, contribuindo para a rentabilidade consolidada.

3 – Fonte: Nielsen

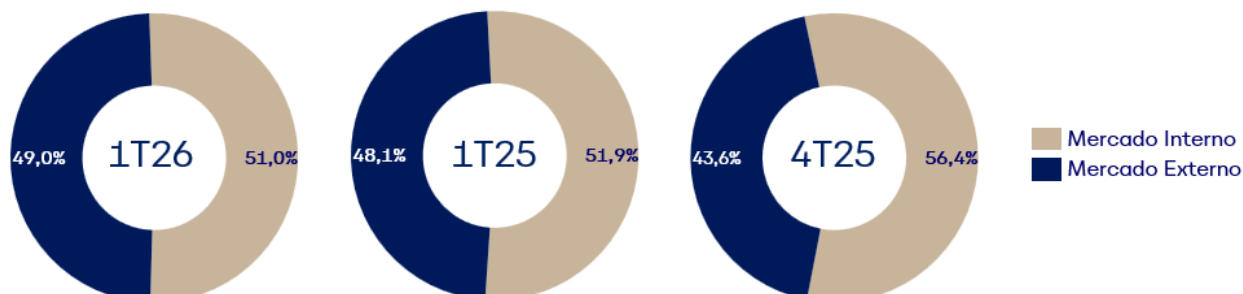
4 – Gulf Cooperation Council (GCC): Países membro são Arábia Saudita, Bahrein, Catar, Emirados Árabes Unidos, Kuwait e Omã



## Receita Líquida e Volume

No 1T26, observamos uma retração da receita líquida de 3,2% a/a explicada também pela retração do volume de vendas em 2,6% e do preço médio em 0,6% no período.

Na comparação trimestral, a queda de 15,6% da receita é também justificada pela diminuição de 14,2% t/t dos volumes vendidos e de 1,6% do preço médio, principalmente em função do impacto da campanha sazonal de comemorativos durante o quarto trimestre do ano.



## Custo do Produto Vendido

No 1T26, na comparação anual, notamos uma retração de 1,3% do custo, sendo explicado, majoritariamente, i) pela redução do volume de vendas, ii) pela queda do custo de consumo dos grãos (milho -10,9% a/a e farelo de soja -8,5% a/a<sup>5</sup>), iii) pelos impactos do programa de eficiência, o MBRF+, e iv) pela redução do custo de produção na plataforma da Turquia. Os fatores descritos foram parcialmente mitigados pelo mix de produtos vendidos no período e pelos efeitos inflacionários.

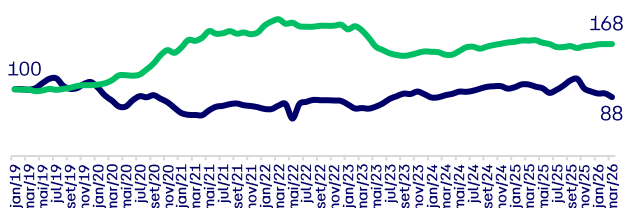
Na comparação trimestral, podemos observar uma retração de 16,6% do custo, principalmente:

- i) pela retração do volume de vendas;
- ii) pelo o impacto contábil da hiperinflação da Turquia no resultado do 4T25;
- iii) pelas capturas do programa de eficiência, o MBRF+;
- iv) pela redução dos custos de produção na Turquia.

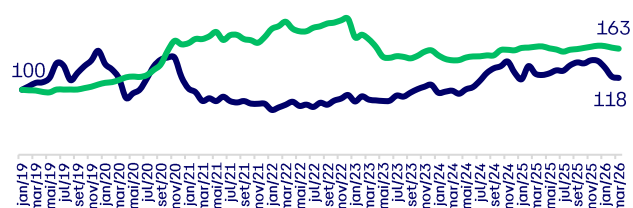
Novamente, os efeitos positivos foram parcialmente mitigados pelo impacto da inflação sobre produtos e serviços.

No trimestre, ao analisar o índice do custo teórico ICP Embrapa<sup>6</sup> observamos um aumento do custo de produção setorial para frango e uma queda para o suíno, influenciado, principalmente, pelo custo da ração na composição do índice. Dado a queda do preço de ambas proteínas *in natura* no mercado interno, notamos numa involução do patamar de rentabilidade dos produtores<sup>7</sup> de frango e suíno.

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)



— Margem Produtores de Frango — Índice de Custo Embrapa de Frango

— Margem Produtores Suínos — Índice de Custo Embrapa de Suínos

5 - Variação da média móvel de 6 meses dos preços de grãos e óleos, 1T26 x 1T25. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ

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

7 - 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 suíno



## Lucro Bruto e Margem Bruta

No 1T26, o lucro bruto da BRF foi de R\$ 3.712 milhões, uma redução de 8,4% em relação ao 1T25. A margem bruta foi de 24,9%, ante 26,3% no 1T25.

## EBITDA Ajustado e Margem

No 1T26, o EBITDA ajustado foi de R\$ 2.477 milhões, redução de 10,0% em comparação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA ajustada no trimestre foi de 16,6%, uma redução de 126 bps em comparação ao mesmo período de 2025.

Em continuidade aos Fatos Relevantes Conjuntos divulgados em 27 de outubro de 2025 e 03 de maio de 2026, apresentamos os resultados proforma da Sadia Halal.

O quadro abaixo demonstra uma visão histórica da performance operacional da Sadia Halal, sob uma perspectiva comparável e consistente, caso sua estrutura societária e o contrato de fornecimento estivessem em vigor. Os dados foram reprocessados desde 01 de janeiro de 2024.

No primeiro trimestre de 2026, a Sadia Halal alcançou rentabilidade recorde, com margem EBITDA ajustada de 15,6%.

US\$ Milhões	Q1.25	Q2.25	Q3.25	Q4.25	2025	Q1.26
Receita Líquida	562	506	566	615	2249	596
EBITDA AJUSTADO	62	46	62	64	234	93
Margem EBITDA Ajustada (%)	11,0%	9,2%	11,0%	10,4%	10,4%	15,6%

Números Gerenciais (não auditados) apurados pela Companhia.

Em 3 de maio ocorreu o *closing* da transação entre MBRF e HPDC, subsidiária integral do fundo soberano da Arábia Saudita (PIF), marcando a criação de uma das maiores plataformas de produção e distribuição de proteínas halal do mundo.

A nova companhia já nasce com os seguintes destaques:

- Avaliação dos ativos contribuídos de USD 2,07 bilhões, a um múltiplo implícito de 9x EV/EBITDA.
- Forte capacidade de distribuição logística em 5 países do Golfo;
- Expansão de capacidade na planta de Kezad e construção de um *greenfield* em Jeddah – Arábia Saudita – ampliando a capacidade total de processados para 150 kton/ano;
- Assinatura de contrato de segurança alimentar com a SALIC (Saudi Agricultural and Livestock Investment Company), subsidiária integral do Public Investment Fund (“PIF”), fundo soberano da Arábia Saudita, duplicando o volume de aves em contrato previamente assinado e incluindo os produtos de carne bovina;

**3** unidades  
fabris, sendo **2**  
dedicadas a  
processados



# Destiques Marcas

Sadia iniciou 2026 com a campanha nacional “Seu Verão Pede Frios Sadia” que reforçou a diferenciação e preferência do portfólio e impactou mais de 116 milhões de pessoas. Sadia também esteve presente pelo 5º ano consecutivo no Lollapalooza, onde o público do festival pode experimentar a linha Sadia Pop, que traz a experiência das lanchonetes para dentro de casa.

No final do trimestre, Sadia se tornou patrocinadora oficial da Seleção Brasileira de Futebol e fornecedora oficial de proteína da Seleção Brasileira até 2030, conectando a marca a territórios de grande audiência e relevância nacional em ano de mundial. O patrocínio será reverberado com campanha, inovações, ações no ponto de venda e embalagens comemorativas.

Perdigão reforçou o protagonismo de suas submarcas no primeiro trimestre. Em janeiro, a campanha de celebração do aniversário da cidade de São Paulo destacou a Mortadela Ouro Perdigão, a mais vendida do Brasil<sup>8</sup> como ícone paulistano. Perdigão Na Brasa sustentou a comunicação do portfólio mais completo de churrasco do mercado no território dos esportes com presença no Campeonato Brasileiro na Globo, no Paulistão na Record e no Super Bowl da NFL.

Qualy, marca líder de margarinas<sup>9</sup>, iniciou a celebração de seus 35 anos com a campanha nacional “O Que é Gostoso Você Nunca Esquece”, onde resgatou memórias afetivas e reafirmou o legado da marca na história das famílias brasileiras.

O trimestre também contou com lançamentos que ampliaram ocasiões de consumo e reforçaram a proposta de valor das marcas. Sadia lançou a linha Assa Fryer, uma linha inovadora com bandeja própria para não sujar a airfryer, além das duas novas linguiças temperadas: chimichurri e apimentada para churrasco. Perdigão lançou dois novos sabores de pratos prontos na linha Meu Menu Perdigão, que contam com 42g de proteína, além de expandir o portfólio de Perdigão Na Brasa com o lançamento de 7 novos itens: hambúrguer de linguiça, tulipa de frango com e sem tempero, três linguiças fininhas e a linguiça de picanha suína.

A MBRF ampliou sua liderança no mercado de processados e margarinas, encerrando o primeiro bimestre com 41,8% de market share valor<sup>10</sup> e Qualy ampliou sua liderança em margarinas pelo 6º bimestre consecutivo<sup>11</sup>.

Em Pet Food, durante o primeiro trimestre do ano, a marca GranPlus da MBRF Pet, se destacou com o lançamento na nova categoria de *snacks*, a Bifinhos, que contam com 3 novos SKUs nos sabores lombo suíno grelhado, carne grelhada e frango assado. A linha sem corantes, aromatizantes e ingredientes transgênicos é elaborada com 100% de proteína de origem animal.

Também foi destaque positivo o segmento Super Premium Natural, portfólio de maior valor agregado, que apresentou recorde de produção, crescendo +40% em volume na comparação anual.



8 - Nielsen Retail - leitura 1ºbi 2026 processados  
 9 - Nielsen Retail - leitura 1ºbi 2026 margarinas  
 10 - Nielsen Retail - leitura 1ºbi 2026 processados e margarinas  
 11 - Nielsen Retail - leitura 1ºbi 2026 margarinas;  
 12 - Fonte: Nielsen



Nos países do GCC, a MBRF apresentou um sólido desempenho comercial no primeiro trimestre, coincidindo com a época do Ramadã, período de pico de vendas em nossa categoria, que contou com o apoio de uma campanha 360 graus. A campanha destacou as categorias de valor agregado da Sadia, com foco nas linhas “Easy & Juicy” e “Breaded”. A ideia central da campanha era mostrar, de forma leve e alegre, que momentos familiares autênticos e inesperados tornam o Ramadã verdadeiramente especial, posicionando a Sadia como uma marca parceira e prática durante a celebração. A campanha foi veiculada em um mix diversificado de mídias para impulsionar o reconhecimento e o engajamento, incluindo televisão local, veiculação em *outdoors*, principais plataformas digitais e parceria com influenciadores.

Na Arábia Saudita, a Sadia apresentou um espaço dedicado à experiência da marca no Boulevard World, a “Sadia House”, complementado por *masterclasses* semanais ministradas por chefs influentes de renome para impulsionar ainda mais o engajamento com os consumidores sauditas. A campanha proporcionou forte visibilidade nas lojas, offline e online, alcançando aproximadamente 32 milhões de pessoas dentro do público-alvo e gerando 54 milhões de visualizações.

Na Turquia, após o lançamento da nossa campanha “Tarif Marif Yok Ban Ban” em novembro de 2025, continuamos a campanha ao longo de janeiro e fevereiro de 2026 com forte foco no público mais jovem e uma abordagem centrada nos produtos processados. A campanha alcançou 229 milhões de impressões e 128 milhões de visualizações.

Além disso, por meio do uso dos “Produtos em Destaque” no Getir, um dos principais aplicativos de comércio rápido da Turquia, posicionamos nossos produtos de valor agregado no topo da categoria e alcançamos um aumento de 36% no volume em relação ao mês anterior.

Paralelamente, em janeiro realizamos testes de embalagem para o consumidor dos nossos novos produtos com lançamento previsto para maio, alcançando um resultado altamente positivo com uma taxa de aprovação de 91%.

Para o restante do globo, 25 SKUs foram lançados no primeiro trimestre de 2026. Como exemplos temos os primeiros envios de peito de frango para Europa, pernil suíno para o México e o lançamento de barriga suína nas Filipinas.

Na Europa, nosso foco estratégico foi a estruturação do portfólio para a reabertura de mercado com primeiras produções acontecendo em dezembro e já embarcando durante o primeiro trimestre de 2026. No Reino Unido, lançamos a nova identidade visual da marca Perdigão na IFE London - maior feira de alimentos e bebidas do país - e apresentamos novo portfólio de empanados e itens de valor agregado aos nossos clientes, impulsionando visibilidade e consolidação da marca Perdigão no mercado.

Na Ásia, as iniciativas no período focaram na expansão do portfólio multiproteína e ativações de marca (FHV Vietnam). Destacamos também o desdobramento e expansão do portfólio Sadia Beef para essa região.



Market  
Share<sup>13</sup>

**37,0%**  
nos países  
do GCC

**21,3%**  
na Turquia

13 - Fonte: Nielsen

# Destques ESG



# Destques e avanços da agenda ESG



## Governança da Sustentabilidade

- Fomos a companhia brasileira mais bem avaliada do setor no Forest 500, índice global que monitora o desempenho das empresas no combate ao desmatamento.
- Integramos a mais recente carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3.
- A Companhia foi uma das três companhias reconhecidas no CDP Latin America Awards 2026, pela sua pontuação de liderança (Tripla A) em Segurança Hídrica, Clima e Florestas no ciclo 2025.
- Desenvolvemos o 1º Relatório Integrado da MBRF, referente ao ano de 2025, seguindo diretrizes internacionais de relato como o IIRC, GRI e SASB, verificado por terceira parte.



# Anexos

## DRE por operação

R\$ Milhões	1T26		América do Norte		América do Sul		BRF		Corporate	
	R\$	%ROL	R\$	%ROL	R\$	%ROL	R\$	%ROL	R\$	%ROL
Receita Líquida	18.366	100,0%	6.154	100,0%	14.933	100,0%				
CPV	(18.065)	-98,4%	(5.169)	-84,0%	(11.221)	-75,1%	(228)			
Lucro Bruto	301	1,6%	985	16,0%	3.712	24,9%	(228)			
DVG&A	(515)	-2,8%	(493)	-8,0%	(2.203)	-14,8%	(130)			
EBITDA Ajustado	53	0,3%	616	10,0%	2.477	16,6%	(49)			

## Reconciliação EBITDA e EBITDA ajustado

Reconciliação EBITDA Ajustado	1T26	1T25
R\$ Milhões		
Lucro/Prejuízo Líquido	111	88
Provisão de IR e CS	27	(495)
Participação de Acionistas não Controladores	(141)	337
Variação Cambial Líquida	(370)	91
Encargos Financeiros Líquidos	1.760	1.256
Depreciação / Amortização	1.610	1.795
<b>EBITDA</b>	<b>2.997</b>	<b>3.072</b>
Equivalência de não controladas	(9)	(2)
Despesas com reestruturação e incorporação BRF	17	-
Hiperinflação	13	30
Outras Receitas/Despesas Operacionais	78	(17)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>3.096</b>	<b>3.083</b>

## Conversão contábil

Moedas	1T26	1T25	Var. %	4T25	Var. %
Dólar Médio (R\$ US\$)	5,25	5,84	-10,1%	5,40	-2,8%
Dólar Fechamento (R\$ US\$)	5,22	5,71	-8,6%	5,50	-5,1%
Peso Uruguaio Médio (UYU US\$)	39,07	43,03	-9,2%	39,11	-0,1%
Peso Argentino Médio (ARS US\$)	1.417,83	1.056,06	34,3%	1.449,58	-2,2%

# A MBRF



**MBRF**  
GLOBAL FOODS COMPANY

Sadia      



# Visão geral

LTM

**+130 mil**  
FUNCIONÁRIOS

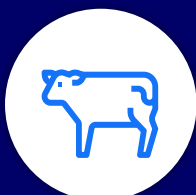
**+120**  
PAÍSES

**R\$ 164 bi**  
RECEITA LÍQUIDA  
CONSOLIDADA

**R\$ 13,0 bi**  
EBITDA Aj  
CONSOLIDADO

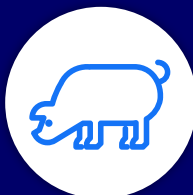
**R\$ 11,5 bi**  
FLUXO DE CAIXA  
OPERACIONAL

Capacidade diária  
de abate



**+20.000**  
Cabeças  
de gado

Capacidade diária  
de abate



**40.000**  
Cabeças  
de suínos

Capacidade diária  
de abate



**6.000.000**  
Cabeça  
de aves

# Uma empresa global multiproteína presente em 120 países e com 130 mil colaboradores



## A MBRF está presente na mesa de milhões de pessoas em todo o mundo



Responsável por ~10% das exportações globais de aves



O 2º maior produtor de carne bovina do mundo



Maior produtor de hambúrgueres de carne bovina do mundo  
247 mil toneladas/ano



Produção diversificada na América do Norte e do Sul



Ampla capacidade de distribuição e logística no Brasil, países do Golfo e Turquia



Um dos maiores exportadores de frango do Brasil



# Liderança em segmentos complementares, portfólio exclusivo de marcas icônicas

 **In Natura**  
Frango, Porco, Peru e Bovino



 **Produtos Processados**  
Refeições prontas, salsichas, frios, carnes fatiadas, patês, Hambúrgueres, produtos enlatados, itens pré-cozidos e carne seca.



 **PET**  
Alimentos e Petiscos



 **Ingredients**  
Farinha de vísceras, gorduras, hidrolisados, gelatina e colágenos



# Governança Corporativa

## Composição acionária



## Diretoria Executiva



**Miguel Gularte**  
Diretor Presidente Global



**Artemio Listoni**  
Diretor Vice-Presidente de Operações Industriais e Logística



**Jose Ignacio Scoseria**  
Diretor Vice-Presidente de Finanças, Relações com Investidores, Gestão e Tecnologia



**Manoel Martins**  
Diretor Vice-Presidente Mercado Brasil e Marketing



**Fabio Stumpf**  
Diretor Vice-Presidente Agro e Qualidade



**Fabio Mariano**  
Diretor Vice-Presidente Mercado Halal



**Heraldo Geres**  
Diretor Vice-Presidente Jurídico, Tributário, Assuntos Corporativos e Gente



**Leonardo Dall'orto**  
Diretor Vice-Presidente de Mercado Internacional e Supply



**Rodrigo Marçal Filho**  
Diretor Executivo de Originação e Agro Bovinos



**Alisson Navarro**  
Diretor Vice-Presidente Bovinos

## Conselho de Administração



**Marcos Molina**  
 Marfrig



**Marcia A. M. Santos**  
 Marfrig



**Rodrigo Marçal Filho**  
 Marfrig



**Tang David**  
 Marfrig



**Antonio Maciel Neto**



**Herculano Aníbal Alves**



**Roberto Silva Waack**



## Canais de RI

Site Relações com Investidores: <https://ri.mbrf.com>

Contato de Relações com Investidores: +55 (11) 2322-5377

E-mail: [ri@mbrf.com](mailto:ri@mbrf.com)

### **José Ignacio Scoseria Rey**

Diretor Vice-Presidente de Finanças, Relações com Investidores, Gestão e Tecnologia

**Leticia Vaccaro**

**Fernanda Coutinho**

**Leonardo Squarizi**

**Marianna Marcondes**

**Daniel Mattei**

### **Imprensa**

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



Este material constitui uma apresentação de informações gerais sobre a Marfrig Global Foods S.A. e suas controladas consolidadas (em conjunto, a “Companhia”) na presente data. Tais informações são apresentadas de forma resumida, não devendo ser consideradas isoladamente para a tomada de qualquer decisão. As demonstrações financeiras trimestrais da Companhia, elaboradas na forma da legislação societária e da regulamentação contábil aplicável, estão disponíveis em <https://ri.mbrf.com/> e arquivadas na Comissão de Valores Mobiliários - CVM (<https://www.gov.br/cvm/pt-br>).

A Companhia não presta nenhuma declaração ou garantia, expressa ou implícita, em relação às informações aqui contidas. Nem a Companhia nem qualquer uma de suas afiliadas, consultores ou representantes assumem qualquer responsabilidade por qualquer perda ou dano resultante de qualquer informação apresentada ou contida nesta apresentação.

As informações apresentadas ou contidas nesta apresentação encontram-se atualizadas até 31 de março de 2026 e, exceto quando expressamente indicado de outra forma, estão sujeitas a alterações sem aviso prévio. Nem a Companhia nem qualquer uma de suas afiliadas, consultores ou representantes firmaram qualquer compromisso de atualizar tais informações após a presente data. Esta apresentação não deve ser interpretada como uma recomendação jurídica, fiscal, de investimento ou de qualquer outro tipo.

Esta apresentação contém dados obtidos a partir de diversas fontes externas, sendo que a Companhia não verificou tais dados através de nenhuma fonte independente. Dessa forma, a Companhia não presta qualquer garantia quanto à exatidão ou completude de tais dados, os quais envolvem riscos e incertezas e estão sujeitos a alterações com base em diversos fatores.

Esta apresentação contém declarações prospectivas. Tais declarações não constituem fatos históricos e refletem as crenças e expectativas da administração da Companhia. As palavras “prevê”, “deseja”, “espera”, “estima”, “pretende”, “antevê”, “planeja”, “prediz”, “projeta”, “alvo” e outras similares pretendem identificar tais declarações.

Embora a Companhia acredite que as expectativas e premissas refletidas nas declarações prospectivas sejam razoáveis e baseadas em informações atualmente disponíveis para a sua administração, ela não pode garantir resultados ou eventos futuros. É aconselhável que tais declarações prospectivas sejam consideradas com cautela, uma vez que os resultados reais podem diferir materialmente daqueles expressos ou implícitos em tais declarações.

Títulos e valores mobiliários não podem ser oferecidos ou vendidos nos Estados Unidos a menos que sejam registrados ou isentos de registro de acordo com o Securities Act dos EUA de 1933, conforme alterado (“Securities Act”). Quaisquer ofertas futuras de valores mobiliários serão realizadas exclusivamente por meio de um memorando de oferta. Esta apresentação não constitui uma oferta, convite ou solicitação de oferta para a subscrição ou aquisição de quaisquer títulos e valores mobiliários, e nem qualquer parte desta apresentação e nem qualquer informação ou declaração nela contida deve ser utilizada como base ou considerada com relação a qualquer contrato ou compromisso de qualquer natureza. Qualquer decisão de compra de títulos e valores mobiliários em qualquer oferta de títulos da Companhia deverá ser realizada com base nas informações contidas nos documentos da oferta, que poderão ser publicados ou distribuídos oportunamente em conexão a qualquer oferta de títulos da Companhia, conforme o caso.