



FriGol registra lucro líquido de R\$ 11,1 milhões no primeiro trimestre

Período foi marcado pela parceria para serviços de industrialização em três plantas em Rondônia

12 de maio de 2026 – A **FriGol**, um dos principais e mais tradicionais processadores de carne bovina do Brasil, registrou receita bruta de R\$ 1,05 bilhão no primeiro trimestre de 2026, um aumento de 3,2% em relação ao mesmo período do ano passado. A receita líquida atingiu R\$ 999,2 milhões, 2,8% superior. O lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (Ebitda) foi de R\$ 33,3 milhões, avanço de 242%, com margem de 3,3%. A companhia obteve lucro líquido de R\$ 11,1 milhões, alta significativa ante R\$ 1 milhão registrado no primeiro trimestre de 2025.

“Apesar da sazonalidade típica de nosso setor no primeiro trimestre, da volatilidade do mercado externo e da baixa oferta de gado – e, conseqüentemente, da alta do valor da arroba bovina –, tivemos crescimento em nossos indicadores, refletindo a solidez de nossa estratégia operacional e disciplina financeira”, destaca Luciano Pascon, CEO da FriGol.

No período, a companhia abateu 136.604 bovinos, queda de 14% na comparação anual, em decorrência dos desafios do ciclo pecuário no Brasil.

O equilíbrio entre a presença no Brasil e no exterior é considerado um diferencial competitivo pela FriGol, permitindo optar pelos mercados mais rentáveis, o que se concretizou no trimestre, com o mercado doméstico representando 54% da receita bruta, ante 49% no mesmo período do ano passado.

No mercado interno, o destaque tem sido o foco nas vendas de produtos de alto valor agregado, como as linhas Chef, Angus, BBQ Secrets e Açougue Completo, que tiveram alta de 13% no volume vendido, na comparação anual.

Vale destacar também a ampliação da presença nos grandes atacarejos, potencializada no ano passado com a abertura de duas lojas do projeto Açougue Completo FriGol no Assaí Atacadista, em São Paulo, e expandida neste ano com a abertura de mais seis açougues FriGol no Ceará. A estratégia foi ampliada com a inauguração das duas primeiras lojas do Açougue Completo no Atacadão, ocorrida no fim de março, em São Paulo.

No primeiro trimestre, as vendas para o mercado externo representaram 46% da receita bruta, enquanto, no mesmo período do ano anterior, representaram 51%.

A China manteve-se como principal destino, representando 64,8% das receitas externas. Porém, diante da recente cota imposta pelas autoridades chinesas, o volume exportado foi menor, sendo compensado, em parte, pela alta do valor das vendas, na comparação trimestral. Israel segue consolidado como o segundo principal mercado da companhia, com 10,3% das receitas, seguido de Hong Kong, com 4,3%, e da Europa, com 3,2%. Paralelamente, a FriGol diversificou as vendas para outros mercados, que responderam por 17,4% das receitas. No



mesmo período de 2025, outros mercados representaram 13% e, em 2024, 6%, demonstrando a consistência da estratégia de diversificação.

O aumento da demanda por países do Sudeste Asiático, como Indonésia e Filipinas, foi um dos destaques do trimestre, com alta de 255% no volume exportado na comparação anual.

Alinhado à estratégia de diversificação, o CEO Luciano Pascon e o diretor de Exportação, Rogério Bonato, realizaram, em março, uma intensa agenda nos Estados Unidos e no Canadá, focada em estreitar o relacionamento com clientes e gerar oportunidades comerciais.

Expansão em Rondônia

O primeiro trimestre foi marcado por um importante avanço da companhia, com parcerias firmadas com a RioBeef e a DistriBoi, em Rondônia, para prestação de serviços de industrialização em três plantas, sendo duas localizadas em Ji-Paraná e uma em Rolim de Moura.

As parcerias ampliam a base de fornecimento de gado em uma região com pecuária estruturada. Além disso, as unidades contam com habilitações estratégicas que permitirão à companhia diversificar ainda mais as exportações, focando em mercados como Canadá e Chile, além de entrar nos Estados Unidos, país para o qual a FriGol não tinha habilitação e cujo primeiro embarque se concretizou no mês de abril, via planta de Rolim de Moura.

“A partir de abril, começamos a produzir no volume esperado nas três plantas, o que será visto no próximo balanço trimestral. Estamos muito otimistas. Mesmo em meio a todos os desafios do ano, projetamos um aumento significativo na produção e no faturamento, consolidando nossa posição entre os quatro maiores frigoríficos do Brasil”, pontua Pascon.

Solidez Financeira

A FriGol encerrou o trimestre com caixa de R\$ 415,4 milhões, 80% superior ao registrado no primeiro trimestre de 2025, e alavancagem de 1,7x dívida líquida/Ebitda, patamar extremamente saudável para o setor.

“Seguimos a estratégia de buscar uma estrutura de capital menos onerosa para financiar o crescimento da companhia de forma sustentável no longo prazo. A emissão de nosso quarto CRA, com procura muito superior à inicialmente prevista e permitindo alcançar investidores pessoas físicas qualificadas, foi um dos destaques deste período”, pontua Carlos Corrêa, CFO da FriGol.

No primeiro trimestre, a FriGol realizou com sucesso sua quarta emissão de Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA), totalizando R\$ 250 milhões. A operação teve o Bradesco BBI como coordenador líder, o BTG Pactual como coordenador e a Opea como securitizadora.

Sobre a FriGol



A FriGol é um dos principais e mais tradicionais frigoríficos de carne bovina do Brasil. Fundada em 1992 pela família Gonzaga Oliveira, que atua no setor de carnes desde 1970, a companhia conta com três unidades industriais próprias, localizadas em Lençóis Paulista (SP), Água Azul do Norte (PA) e São Félix do Xingu (PA), além de três unidades que operam por meio de contratos de prestação de serviços de industrialização, em parceria com a RioBeef, em Ji-Paraná (RO), e com a DistriBoi, em Ji-Paraná (RO) e Rolim de Moura (RO). A empresa possui relevante participação nos mercados nacional e internacional, com presença em mais de 60 países distribuídos pela América, Europa, Oriente Médio, Ásia e África.

Atendimento à imprensa:

Elaine Daffara – elaine.daffara@frigol.com.br – (14) 9.8181-0183

Gleice Bernardini – marketing@frigol.com.br – (14) 9.8181-0235