



1T25

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



24 DESTAQUES ESG

25 ANEXOS

29 QUEM SOMOS



São Paulo, 15 de maio de 2025 – A BRF S.A. (B3: BRFS3; NYSE:BRFS) – “BRF” ou “Companhia” divulga seus resultados do 1º trimestre de 2025. 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 2024 e/ou anos anteriores, conforme indicado.

INDICADORES FINANCEIROS

RECEITA LÍQUIDA R\$ 15.512 R\$ Milhões 13.378 Milhões no 1T24	LUCRO BRUTO R\$ 4.053 R\$ Milhões 3.224 Milhões no 1T24	MARGEM BRUTA 26,1% 24,1% no 1T24	RESULTADO LÍQUIDO R\$ 1.185 R\$ Milhões 594 Milhões no 1T24
EBITDA AJUSTADO R\$ 2.753 R\$ Milhões 2.117 Milhões no 1T24	MARGEM EBITDA AJUSTADA¹ 17,7% 15,8% no 1T24	FLUXO DE CAIXA LIVRE R\$ 1.282 R\$ Milhões 844 Milhões no 1T24	ALAVANCAGEM LÍQUIDA 0,54x 1,45x no 1T24
PRAZO MÉDIO DE ENDIVIDAMENTO 8,1 anos 7,8 anos no 1T24	VALOR DE MERCADO R\$ 33,11 US\$ 5,86 Bilhões Base: 14/05/2025	COTAÇÕES BRFS3 R\$ 19,68 BRFS US\$ 3,48 Base: 14/05/2025	AÇÕES EMITIDAS 1.682.473.246 82.673.171 Ações ON / Ações em tesouraria Base: 31/03/2025

TELECONFERÊNCIA

16/05/2025 – Sexta-feira - 10h30 BRT | 9h30 US ET

Acesso em: [clique aqui](#)

MENSAGEM DO CHAIRMAN

Prezados colaboradores, acionistas, parceiros e clientes,

A BRF iniciou 2025 em trajetória de crescimento, apresentando resultados consistentes em mais um trimestre de números recordes. A evolução no EBITDA e a geração contínua de caixa livre demonstram o compromisso da gestão com a alocação eficiente de capital com foco na disciplina financeira e retomada da remuneração dos acionistas.

A empresa mais uma vez demonstrou capacidade de maximização de resultados dos ativos existentes, por meio de uma cultura de eficiência e alta performance consolidada. A estratégia de diversificação de mercados também tem sido fundamental para a evolução dos resultados a cada trimestre, bem como o avanço da presença global da companhia com foco em produtos de valor agregado em mercados estratégicos como Arábia Saudita e China.

Agradeço a todos os colaboradores pelo comprometimento e dedicação, aos nossos acionistas pela confiança contínua, e aos nossos parceiros e clientes pela colaboração. Juntos, continuaremos a construir uma empresa cada vez mais forte e preparada para os desafios e oportunidades do futuro.

Marcos Antonio Molina dos Santos
Presidente do Conselho de Administração

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Prezados(as) Senhores(as),

Iniciamos o ano de 2025 com resultados sólidos e avanços consistentes em nossa jornada de eficiência e crescimento. Nosso lucro atingiu R\$ 1,2 bilhão, o dobro do mesmo período do ano passado, e nossa receita líquida chegou a R\$ 15,5 bilhões, um aumento de 16%. O EBITDA ajustado cresceu 30%, alcançando R\$ 2,8 bilhões, recorde para um primeiro trimestre, enquanto o fluxo de caixa livre chegou a R\$ 1,3 bilhão. Fechamos o trimestre com a menor alavancagem de nossa história (0,54x), patamar que nos permite seguir investindo em expansão e manter a disciplina financeira.

O programa BRF+ nos permitiu capturar R\$ 305 milhões por meio da evolução contínua dos nossos indicadores operacionais, contribuindo para o aumento da ocupação fabril e resultando no crescimento dos volumes vendidos. No segmento Brasil, atingimos recorde de vendas para um primeiro trimestre, com destaque para processados. O progresso contínuo da nossa execução comercial fortaleceu a presença dos nossos produtos em um maior número de pontos de vendas no país. Seguimos uma trajetória constante de redução de FIFO, atingindo o menor nível histórico no trimestre. Fortalecemos também a conexão das nossas marcas com os consumidores por meio da renovação de patrocínios estratégicos e de inovações em produtos de valor agregado.

O segmento internacional sustentou patamares saudáveis de rentabilidade e crescimento de volume impulsionado pela consolidação de nossa estratégia de diversificação de mercados. A Companhia conquistou, neste trimestre, 12 novas habilitações, somando 187 desde 2022, incluindo a retomada das exportações da fábrica de Rio Verde (GO) para a China. Além disso, fortalecemos nossa atuação no Chile com a estreia de Sadia na categoria de hambúrgueres.

No mercado Halal, aumentamos os volumes vendidos com a contribuição do Ramadã e evoluímos ainda na participação de itens de valor agregado no faturamento. Nossas marcas permanecem líderes de mercado no Oriente Médio com Sadia alcançando 36,6% de market share nos países do GCC e Banvit com 25,3 % de participação na Turquia.

Nossos planos de crescimento e presença global por meio de investimentos estratégicos começaram a se materializar nos primeiros meses de 2025. Concluímos as aquisições da fábrica de processados em Henan, na China, e de 26% da Addoha Poultry Company na Arábia Saudita, além da celebração de acordo para aquisição de 50% da Gelprime. Anunciamos ainda o início da construção de uma nova fábrica de processados em Jeddah, também na Arábia Saudita, impulsionando nossa relevância na região com foco em produtos de maior valor agregado.

A Companhia também iniciou o ano com novos avanços importantes no engajamento dos colaboradores, de acordo com pesquisa realizada globalmente no primeiro trimestre. Atingimos um índice de 89% de satisfação dos colaboradores, aumento de 4 p.p. em relação a 2024, nos mantendo acima da média das empresas de alta performance. O contínuo reconhecimento dos nossos colaboradores reflete a nossa dedicação ao aprimoramento das práticas de gestão e é motivo de orgulho para todos nós. Na agenda de Sustentabilidade, igualmente registramos conquistas relevantes, como a participação nas carteiras do ISE e Índice de Carbono eficiente, ambos da B3.

Seguimos confiantes na jornada de crescimento da BRF, liderada pelo nosso chairman e controlador, Marcos Molina, que há mais de três anos conduz a transformação da companhia com uma estratégia focada em eficiência operacional, inovação e presença global. Agradecemos a todo o nosso Conselho de Administração e aos nossos mais de 100 mil colaboradores pelo comprometimento diário, aos nossos acionistas pela confiança e aos nossos produtores integrados, clientes, fornecedores e comunidades pela parceria. Juntos, continuaremos a construir uma BRF cada vez melhor e sustentável, compartilhando valor com todos que fazem parte dessa história.

Miguel Gularte
CEO

DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

Destaques (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.243	1.153	7,7%	1.328	(6,5%)
Receita Líquida	15.512	13.378	16,0%	17.549	(11,6%)
Preço Médio (R\$/kg)	12,48	11,60	7,6%	13,21	(5,5%)
CPV	(11.459)	(10.153)	12,9%	(13.078)	(12,4%)
CPV/Kg	(9,22)	(8,80)	4,8%	(9,84)	(6,3%)
Lucro Bruto	4.053	3.224	25,7%	4.471	(9,4%)
Margem Bruta (%)	26,1%	24,1%	2,0 p.p.	25,5%	0,6 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido - Total Societário	1.185	594	99,6%	868	36,6%
Margem Líquida (%)	7,6%	4,4%	3,2 p.p.	4,9%	2,7 p.p.
EBITDA Ajustado	2.753	2.117	30,0%	2.803	(1,8%)
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,7%	15,8%	1,9 p.p.	16,0%	1,7 p.p.
EBITDA Societário	2.723	2.100	29,7%	2.822	(3,5%)
Margem EBITDA Societário (%)	17,6%	15,7%	1,9 p.p.	16,1%	1,5 p.p.
Geração (Consumo) de Caixa	1.282	844	51,9%	2.114	(39,4%)
Dívida Líquida	5.982	9.016	(33,7%)	8.325	(28,1%)
Alavancagem (Div.Líquida/EBITDA Aj. 12M)	0,54x	1,45x	(62,9%)	0,79x	(32,2%)

O resultado consolidado do 1T25 foi impactado pela hiperinflação na Turquia, que merece destaque conforme abaixo:

Destaques (R\$ Milhões)	Resultado Consolidado Societário 1T25	Hiperinflação Turquia	Resultado Consolidado Gerencial 1T25	Var %
Volumes (Mil, Toneladas)	1.243	-	1.243	-
Receita Líquida	15.512	61	15.573	0,4%
Preço Médio (R\$/kg)	12,48	-	12,53	0,4%
CPV	(11.459)	(18)	(11.477)	0,2%
CPV/Kg	(9,22)	-	(9,24)	0,2%
Lucro Bruto	4.053	43	4.095	1,1%
Margem Bruta (%)	26,1%	-	26,3%	0,2 p.p.
EBITDA	2.723	30	2.753	1,1%
Margem EBITDA (%)	17,6%	-	17,7%	0,1 p.p.
EBITDA Ajustado	2.753	-	2.753	0,0%
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,7%	-	17,7%	0,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	1.185	(15)	1.171	(1,2%)
Margem Líquida - Total (%)	7,6%	-	7,5%	(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.



SEGMENTO BRASIL



SEGMENTO BRASIL

Segmento Brasil (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	7.435	6.162	20,6%	8.567	(13,2%)
Preço médio (R\$/kg)	12,77	11,91	7,2%	12,74	0,2%
CPV	(5.375)	(4.575)	17,5%	(6.261)	(14,2%)
CPV/kg	(9,23)	(8,85)	4,3%	(9,31)	(0,9%)
Lucro Bruto	2.060	1.587	29,8%	2.305	(10,6%)
Margem Bruta (%)	27,7%	25,8%	1,9 p.p.	26,9%	0,8 p.p.
EBITDA Ajustado	1.274	931	36,8%	1.260	1,1%
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,1%	15,1%	2,0 p.p.	14,7%	2,4 p.p.

No primeiro trimestre de 2025, alcançamos um EBITDA de R\$ 1.274 milhões no Brasil, e uma margem de 17,1%, que representou uma evolução de 2,0 p.p. em relação ao primeiro trimestre de 2024 e de 2,4 p.p. em relação ao último trimestre. A resiliência do consumo de alimentos no mercado interno aliado à evolução contínua de nossa jornada de execução comercial possibilitou maior desempenho operacional. Observamos aumento da distribuição numérica, maior disponibilidade de produto em loja bem como maior aderência aos preços sugeridos, além dos níveis de serviço logístico que se mantiveram em bons patamares mesmo em cenário de maior atividade comercial. Destacamos o desempenho de processados com crescimento de volume de vendas de 16% a/a e a contribuição da categoria *in natura* nas margens do segmento.

Com relação ao custo unitário, apresentamos um aumento de 4,3% a/a e uma redução de 0,9% t/t. A variação anual é explicada, principalmente, pelos efeitos inflacionários sobre bens e serviços, maior volume de compra de matéria-prima de terceiros para atender a demanda de processados e pelo mix de produtos vendidos no período, sendo parcialmente mitigado pelas capturas do programa de eficiência, o BRF+. Na comparação trimestral, a redução observada no custo unitário de produção é, majoritariamente, explicada pela campanha sazonal de comemorativos e pelos efeitos *one-off* da provisão para pagamento de participação nos lucros que ocorreram no 4T24, observando-se em contrapartida um maior custo de consumo dos grãos e óleos.

Neste trimestre, alcançamos novo patamar mínimo histórico de descontos por FIFO, ressaltando a assertividade do planejamento de demanda e dos planos de produção.

No Brasil, a taxa de desocupação (desemprego)¹ permanece em baixos níveis e apesar das pressões inflacionárias, a massa de rendimentos² atingiu recorde em fevereiro, suportado pelo aumento do emprego formal. Esse resultado influenciou diretamente no rendimento médio que cresceu 4,0% a/a e 1,2% t/t³. O desempenho dos indicadores citados reflete sinais de aquecimento da demanda e tendem impulsionar, principalmente, a venda dos nossos produtos processados.

1 - Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – PNAD Contínua - Taxa de desocupação no trimestre móvel terminado em março/25 em 7%
2 - Massa de rendimentos: soma de tudo o que as pessoas recebem pelo seu trabalho - Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)
3 - Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – PNAD Contínua - Rendimento Médio Real Habitual das Pessoas Ocupadas – R\$3.3410 em mar/25, R\$ 3.371 em dez/24 e R\$ 3.279 em mar/24



DESTAQUES MARCAS

Sadia iniciou 2025 com uma campanha nacional de frios que alcançou mais de 100 milhões de pessoas. Mignoneto, produto de filé mignon suíno, foi o destaque da campanha e atingiu recorde de vendas no primeiro trimestre.

Mantendo a estratégia de se aproximar do público jovem, Sadia marcou presença pelo quarto ano consecutivo no Lollapalooza, o público pôde provar quatro variações da sua icônica linha de empanados (Pop Nuggets, Empanacho, Chicken Bomb, Empanadíssimo) além dos hambúrgueres, hot dogs, batata e pizza.

Sadia lançou novos produtos que trazem ainda mais praticidade e reforçam seu posicionamento como marca parceira de todos os momentos. A linha Hot Bowls cresceu e agora conta com as massas mais pedidas pelos consumidores: Nhoque à Bolonhesa e Nhoque ao Molho Branco.

Perdigão iniciou 2024 como patrocinadora oficial da Copa do Nordeste pelo segundo ano consecutivo, agora com a presença da embaixadora Ivete Sangalo comunicando a linha de produtos *core* da marca.

Perdigão Na Brasa, submarca de Perdigão que possui um portfólio completo para churrasco, incluindo cortes bovinos, foi amplamente divulgada no primeiro trimestre visando aumentar sua dominância na ocasião de consumo: Perdigão Na Brasa é patrocinadora oficial da NFL no Brasil e está presente nas transmissões do Paulistão na Record, do Campeonato Brasileiro e da Copa do Brasil na Globo. Além disso, comunicou Michel Teló como novo embaixador da marca, com uma nova campanha que conectou o churrasco com o sertanejo.

Perdigão também inovou no primeiro trimestre trazendo novos pratos prontos para completar a linha Meu Menu: Frango Cremoso com bacon e arroz com brócolis, Stroganoff de Frango com arroz branco, Lombo Suíno e arroz com cenoura, Feijoada e arroz com couve, além de uma versão de Feijoada individual na cumbuca. Além disso, Perdigão Ouro, marca líder em mortadela defumada, expandiu seu portfólio, que agora inclui salame e peito de frango, com a principal característica da linha sendo a defumação tradicional.

Em margarinas, Qqualy começou 2025 reforçando o pilar de sustentabilidade, em uma campanha digital, na qual a embaixadora Rebeca Andrade promoveu os 4Rs: Reuso, Reciclagem, Reaproveitamento e Receitas. A iniciativa impactou mais de 41 milhões de pessoas, com centenas de consumidores compartilhando ideias de reutilização dos potes de Qqualy nas redes sociais.

Em março voltou ao ar a campanha “Só as Qualys tem gosto de Qqualy” onde a apresentadora Eliana mostra os benefícios de toda a linha Qqualy: Vegê, 0% Lactose, Aera e Vita.

Em um trimestre repleto de campanhas que reforçam a força das marcas de margarinas, a BRF atingiu volumes recordes e a maior participação de mercado dos últimos 4 anos, com Qqualy mantendo sua ampla liderança na categoria.



SEGMENTO INTERNACIONAL



SEGMENTO INTERNACIONAL

Segmento Internacional (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	7.483	6.484	15,4%	7.345	1,9%
Preço médio (R\$/kg)	13,53	12,13	11,5%	13,48	0,3%
CPV	(5.580)	(4.987)	11,9%	(5.501)	1,4%
CPV/kg	(10,09)	(9,33)	8,1%	(10,10)	(0,1%)
Lucro Bruto	1.903	1.497	27,1%	1.844	3,2%
Margem Bruta (%)	25,4%	23,1%	2,3 p.p.	25,1%	0,3 p.p.
EBITDA Ajustado	1.426	1.096	30,1%	1.495	(4,6%)
Margem EBITDA Ajustada (%)	19,1%	16,9%	2,2 p.p.	20,4%	(1,3) p.p.

No 1T25, atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 1.426 milhões, com margem de 19,1%, mantendo um patamar saudável de rentabilidade. Novamente, o aumento do volume exportado em 3,5% a/a e 1,5% t/t, foi resultado da estratégia da conquista de novas habilitações, que nos permitiu ter mais opções de destinos para nossos produtos. No trimestre, conquistamos 12 novas habilitações para exportação, para destinos como Reino Unido, Hong Kong, Peru e Argentina, incluindo a reversão da unidade de Rio Verde – GO para a exportação de aves para a China.

Apresentamos neste trimestre um aumento do preço médio em 11,5% a/a e 0,3% t/t. A variação anual é fortemente influenciada pela desvalorização do real frente ao dólar no período (ptax média 1T24 em R\$ 4,95 versus R\$ 5,85 no 1T25⁴), mais que compensando a acomodação dos preços em dólares após os picos de preço observados no primeiro trimestre de 2024 como consequência dos desafios logísticos na região do Mar Vermelho.

O aumento de 8,1% do custo unitário na comparação anual é explicado, majoritariamente, pelo aumento do custo de produção na nossa plataforma da Turquia, pelos efeitos inflacionários sobre bens e serviços e pelo mix de produtos vendido no período. Na análise trimestral, notamos uma estabilidade do custo de produção.

No GCC⁵, destaque para o aumento dos volumes vendidos no trimestre, impulsionados pela sazonalidade positiva do Ramadã⁶ que durou do fim de fevereiro ao fim de março. Neste período, ressaltamos a conveniência do nosso portfólio de produtos de valor agregado e seguimos operando com alta ocupação nas fábricas de Dammam, na Arábia Saudita, e de Kezad, nos Emirados Árabes Unidos. No 1T25, atingimos 36,6% de *market share*⁷ total na região, e 20,0% em processados. Avançando mais um passo na estratégia de fortalecer nossa presença local e aumentar a participação de processados nas vendas, anunciamos em abril a construção de uma fábrica dedicada a esse segmento de produtos em Jeddah, também na Arábia Saudita. O investimento de aproximadamente US\$ 160 milhões será realizado através da BRF Arabia, *joint venture* constituída entre a BRF e a Halal Products Development Company, uma subsidiária integral do fundo soberano saudita PIF. O projeto permitirá à BRF aumentar sua produção local de 17 mil para até 57 mil toneladas ao ano, capturando a demanda crescente do mercado da região e de contas globais, bem como sedimentar a parceria estratégica com a Arábia Saudita.

Na Turquia, a restrição das exportações e aumento da oferta local, provocou pressão de preços nos produtos *in natura*. Os reflexos do cenário econômico também influenciaram negativamente a estrutura de custos, principalmente relacionados à mão-de-obra. Nesse contexto, a resiliência da rentabilidade dos produtos de valor agregado, nos permitiu mitigar os efeitos macro e microeconômicos em resultado. A estratégia de aumentar a participação dessa categoria de produtos começou em 2023, com a expansão da capacidade da fábrica de Bandirma. Como líderes de mercado, atingimos no 1T25 um *market share* total de 25,3% e de 29,8% em processados⁸.

No mercado Asiático, mantivemos um patamar saudável de rentabilidade através da diversificação de destinos para as proteínas. Nas Américas, destaque para o lançamento da categoria de hambúrgueres no Chile, ampliando nosso portfólio de produtos de valor agregado. Na Europa, as novas habilitações para exportação para o Reino Unido, seguem contribuindo para a expansão da rentabilidade consolidada.

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

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

6 - Ramadã: nono mês do calendário islâmico, um mês sagrado para os muçulmanos, marcado pela prática do jejum, que se estende do nascer ao pôr do sol.

7 - Fonte: Nielsen

8 - Fonte: Nielsen

DESTAQUES MARCAS

Nos países do GCC, o primeiro trimestre de 2025 foi marcado pelo Ramadã, o período mais importante de vendas para nossos produtos. A BRF Halal apresentou bons resultados, apoiados por uma sólida campanha e ativações nas lojas da região. Nossa campanha 360° foi lançada com uma abordagem inovadora, dividida em fases, alinhada com a evolução das necessidades dos consumidores durante o mês sagrado. Promovendo nosso amplo portfólio de produtos de valor agregado, incluindo nossos convenientes produtos *in natura* e prontos para o preparo (*“Ready-to-Prepare”*).

A Sadia se tornou um catalisador para a criação de momentos inspiradores e alegres em torno da comida, especialmente durante o Iftar⁹ e as ocasiões de lanche, oferecendo produtos convenientes e de alta qualidade, complementados por receitas e dicas selecionadas para apoiar os consumidores durante toda a temporada.

A campanha foi implementada em um mix de mídia diversificado para maximizar a conscientização e o engajamento. Isso incluiu televisão local, anúncios *out-of-home* e uma forte presença nas principais plataformas digitais, além de um envolvimento ativo nas mídias sociais. No total, a campanha atingiu mais de 33 milhões de consumidores nos países do GCC. A forte execução nas lojas foi apoiada pela ativação regional, oferecendo aos consumidores a chance de ganhar bolsas térmicas da marca Sadia com a compra de nossos produtos de valor agregado, fortalecendo ainda mais a visibilidade e a conversão no ponto de venda.

Na Turquia, durante o primeiro trimestre, nossa principal campanha de comunicação foi a campanha do Ramadã, que apresentou nosso novo filme transmitido na TV, nas mídias sociais e em vários canais digitais com a mensagem “As mesas do Ramadã nos unem, e a Turquia diz que se for Banvit, todo mundo está mais do que bem!”. Ao abraçarmos o mês do Ramadã, inspiramos nossos consumidores com receitas que eles podem preparar para as mesas do Iftar e Sahur¹⁰. Com um plano de TV abrangente, ficamos no ar em todos os canais nacionais durante um mês.

Como fazemos todo Ramadã, colaboramos com chefs famosos para preparar receitas com nossos principais produtos e lançamos um projeto de sugestão de cardápio com suporte de IA no site de perguntas e respostas mais visitado da Turquia, o *Kızlar Soruyor*, como fizemos na última Campanha de Ano Novo. No *Nefis Yemek Tarifleri*, um dos sites de receitas mais visitados da Turquia, preparamos receitas especiais para o Ramadã com nossos produtos. Realizamos esforços de propagação de vídeos com nosso novo filme comercial nas plataformas YouTube, Meta e TikTok. Com todos esses projetos, obtivemos um total de 150 milhões de impressões.

Valorizamos a conexão com nossos consumidores, e com essa meta em mente, aumentamos nossa interação e oferecemos degustações de produtos, assim como encontrando nossos consumidores pessoalmente em seis grandes eventos.

Para o Cone Sul¹¹, tivemos o início da virada das novas embalagens de Sadia para a região, com o Chile sendo o primeiro mercado a ter essa mudança fora do Brasil, reforçando e expandindo o novo posicionamento global da marca. Também realizamos o lançamento do Lek Trek no Chile, mascote oficial de Sadia no Brasil, com foco em conectar a marca com o público mais jovem através de conteúdos dentro de plataformas como TikTok e Instagram que reforçam a praticidade e conveniência que só Sadia pode oferecer. Ao todo tivemos mais 2,5 milhões de impressões no primeiro mês e com plano para amplificar conteúdo orgânico nos próximos meses.

No México, Marfrig e BRF estiveram presentes na ExpoCarnes 2025, um evento significativo para a indústria de processamento de carne na América Latina, que ocorreu entre dias 4 e 6 de março e reforça o nosso compromisso em estreitar relações com parceiros locais.

9 - Refeição que quebra o jejum dos muçulmanos durante o Ramadã, que é consumida ao pôr do sol

10 - Refeição que os muçulmanos fazem antes do amanhecer durante o Ramadã

11 - Região geográfica e culturalmente definida na América do Sul, composta por Argentina, Chile, Uruguai e Paraguai



OUTROS SEGMENTOS



OUTROS SEGMENTOS

Outros Segmentos (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	655	730	(10,2%)	932	(29,6%)
Preço médio (R\$/kg)	6,12	7,19	(14,9%)	8,38	(27,0%)
CPV	(523)	(556)	(6,0%)	(723)	(27,7%)
CPV/kg	(4,88)	(5,48)	(10,9%)	(6,51)	(25,0%)
Lucro Bruto	133	174	(23,6%)	209	(36,3%)
Margem Bruta (%)	20,3%	23,8%	3,5 p.p.	22,4%	(2,1) p.p.
EBITDA Ajustado	76	78	(2,8%)	128	(40,9%)
Margem EBITDA Ajustada (%)	11,5%	10,7%	0,8 p.p.	13,7%	(2,2) p.p.

Em Ingredientes, seguimos observando uma oferta reduzida de produtos para esse segmento de negócios, como consequência dos avanços do programa de eficiência, o BRF+. No trimestre, a BRF Ingredientes conquistou, com o hidrolisado de frango, o primeiro lugar no F3 Krill Replacement Challenge 2025, premiação internacional que tem como objetivo impulsionar o desenvolvimento de soluções sustentáveis para utilização em rações de peixes criados em cativeiro. Este resultado reforça o plano de maximização da rentabilidade através da maior participação de produtos de valor agregado nas vendas.

Em Pet Food, fortalecemos o time de gestão comercial e concluímos a unificação do ERP (SAP), que já opera com novos processos em todas as unidades do Brasil, facilitando o processo de sinergia e mensuração das capturas do BRF Pet+. O primeiro trimestre do ano também foi marcado pela aproximação da BRF Pet com clientes do mercado interno e mercado externo. Iniciamos o ano reunindo os parceiros distribuidores do Brasil e principais mercados internacionais na Convenção Anual de Vendas, compartilhando os objetivos e principais ferramentas para crescimento em 2025. Ainda neste período, marcamos presença em dois reconhecidos eventos internacionais: Expo Gatos, em Lima, no Peru, e Global Pet Expo, em Orlando, nos Estados Unidos, reforçando o posicionamento das marcas com potenciais parceiros comerciais, médicos-veterinários e consumidores.

A Companhia executou durante o primeiro trimestre de 2025 operações pontuais de arbitragem envolvendo comercialização de grãos entre regiões (praças) como resultado da atuação mais ativa na identificação de oportunidades de mercado que permitam redução dos custos de origem. Tais operações contribuíram para o resultado absoluto dos Outros Segmentos de negócio.

DESTAQUES MARCAS

Pet: GranPlus (Premium Especial) teve grande destaque através da parceria concluída em fevereiro com a atleta Rebeca Andrade, que divulgou sua rotina ao lado de seus cães oferecendo o sabor de GranPlus. Também divulgaram a marca os Experts de Sabor Hiro (cão de São Paulo) e Lol (gata do Rio de Janeiro), que foram contratados pela empresa no final de 2024. Já no segmento Super Premium Natural, **Biofresh** veiculou campanha digital, reforçando as credenciais de naturalidade e frescor dos ingredientes utilizados em sua linha de produtos.



Corporate

Corporate (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Lucro Bruto	(1)	(0)	n.m.	7	(117,8%)
EBITDA Ajustado	(22)	12	(285,0%)	(80)	72,6%

O lucro bruto negativo em R\$ 1 milhão no trimestre, faz referência ao impacto no CPV dos reflexos dos eventos climáticos ocorridos no Rio Grande do Sul. Os custos e despesas associados a estes eventos foram alocados no segmento Corporate pela natureza não recorrente e por não estarem diretamente relacionados aos mercados. Para mais detalhes desses impactos, consultar a Nota Explicativa 1.2 às Demonstrações Financeiras.

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

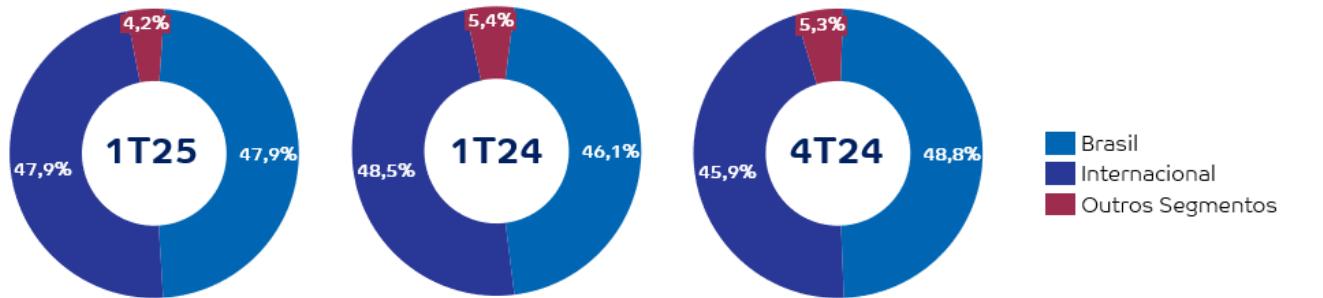


DESEMPENHO CONSOLIDADO



1. RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

ROL (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Volumes (Mil, Toneladas)	1.243	1.153	7,7%	1.328	(6,5%)
Receita Operacional Líquida	15.512	13.378	16,0%	17.549	(11,6%)
Preço Médio (ROL)	12,48	11,60	7,6%	13,21	(5,5%)



No 1T25, observamos uma expansão da receita líquida de 16,0% a/a explicada, principalmente, i) pelo aumento de 7,7% dos volumes vendidos, ii) pelo aumento de 7,6% a/a do preço médio, influenciado, entre outros fatores, pela recuperação de preços da proteína suína e pelo impacto cambial na receita do segmento Internacional (ptax média 1T24 em R\$ 4,95 *versus* R\$ 5,85 no 1T25¹²). Na comparação trimestral, a retração de 11,6% da receita é reflexo dos impactos da hiperinflação da Turquia e do efeito sazonal da campanha de comemorativos no volume e preço de venda durante o último trimestre do ano.

Na visão gerencial, onde excluimos os efeitos da hiperinflação da Turquia em todos os períodos, nossa receita líquida atingiu R\$ 15.573 milhões no 1T25 *versus* R\$ 13.376 milhões no 1T24 e R\$ 16.844 no 4T24, uma variação de 16,4% a/a e -7,5% t/t.

Estratégia de Proteção do Resultado Operacional *hedge accounting*

Os efeitos dos instrumentos financeiros para proteção cambial do resultado totalizaram - R\$ 36,771 milhões no 1T25, conforme a Nota Explicativa 23.2 das Informações Financeiras Intermediárias, e são decorrentes das posições liquidadas no trimestre, cuja contratação ocorreu ao longo dos 12 meses anteriores à sua liquidação.

Formação dos instrumentos derivativos liquidados no 1T25	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25
Nocional Acumulado Contratado (US\$ Milhões)	21	85	208	585	658
Taxa de Câmbio Contratada (BRL/USD)*	5,16	5,36	5,57	5,94	5,95

* 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\$ Milhões	2T25	3T25	4T25	1T26
Nocional a vencer	454	206	147	42
Taxa de Câmbio contratada (BRL/USD)*	6,00	6,21	6,48	6,42

* 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.

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

2. CUSTOS, DESPESAS E OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS

Custos dos Produtos Vendidos (CPV)

CPV (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Custo dos Produtos Vendidos	(11.459)	(10.153)	12,9%	(13.078)	(12,4%)
CPV/kg	(9,22)	(8,80)	4,8%	(9,84)	(6,3%)
Custo dos Produtos Vendidos (Gerencial)	(11.477)	(10.118)	13,4%	(12.479)	(8,0%)
CPV/kg (Gerencial)	(9,24)	(8,77)	5,3%	(9,39)	(1,7%)

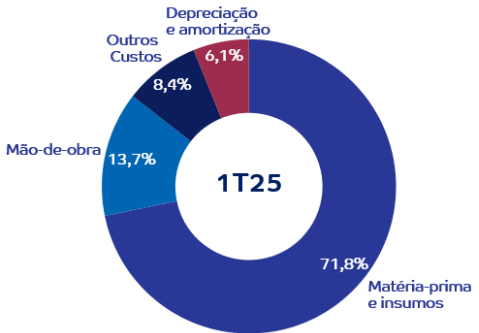
Na comparação anual, notamos um aumento de 4,8% no custo unitário na visão societária, e de 5,3% na visão gerencial, na qual eliminamos os efeitos da hiperinflação da Turquia, sendo justificado principalmente:

- i) pelo aumento dos custos de produção na plataforma da Turquia, com efeitos principalmente nas rubricas de grãos e provisões para os reajustes sindicais provocados pela hiperinflação;
- ii) pelos efeitos inflacionários sobre suprimentos e serviços (IPCA +5,48%¹³);
- iii) pelo aumento dos custos com frete nacional, como consequência do aumento de tarifas influenciado pelo custo com diesel (6,8%¹⁴);
- iv) pelo efeito do mix de vendas e pelo maior volume de compra de matéria-prima de terceiros para atender a demanda crescente de processados.

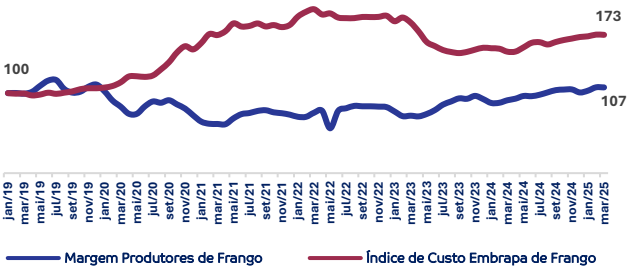
Os impactos descritos acima foram parcialmente mitigados pelas capturas do programa de eficiência, o BRF+.

Na comparação trimestral, podemos observar uma redução de 6,3% do custo unitário na visão societária, motivada principalmente pelo impacto contábil referente a hiperinflação da Turquia no quarto trimestre de 2024. Na visão gerencial, a redução de 1,7% é explicada pelo efeito *one-off* da provisão contabilizada no 4T24 para pagamento de participação nos lucros, por um menor volume de compra de matéria-prima de terceiros para a produção de processados e pelas capturas do programa de eficiência, o BRF+, que no trimestre capturou R\$ 305 milhões. Estes efeitos mais que compensaram o aumento do custo de consumo dos grãos e óleos e o aumento do custo de produção na plataforma da Turquia.

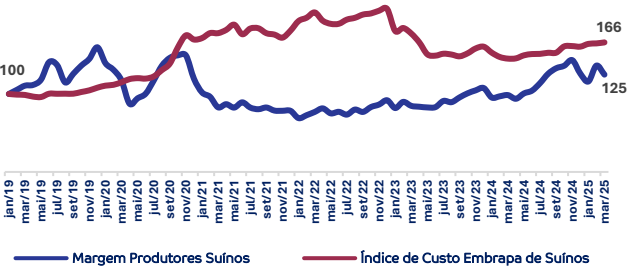
Observamos um aumento do custo de produção setorial em relação ao último trimestre ao analisar o índice do custo teórico ICP Embrapa¹⁵, influenciado principalmente pelo aumento do custo do milho. Apesar dessa pressão de custos, o patamar de rentabilidade do produtor¹⁶ de frango evoluiu e do produtor de suíno se manteve estável em relação ao trimestre anterior, sustentado pelo patamar de preço das proteínas *in natura*.



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)



13 - Variação acumulada 12 meses. Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
14 - Fonte: ANP – Agência Nacional do Petróleo, Gás natural e Biocombustíveis (média 1T25 vs média 1T24).
15 - Variação do índice do custo de produção Embrapa (ICP Frango e ICP Suíno), disponibilizado publicamente no site www.embrapa.br
16 - Fonte: Bloomberg, CEPEA-Esaiq, 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

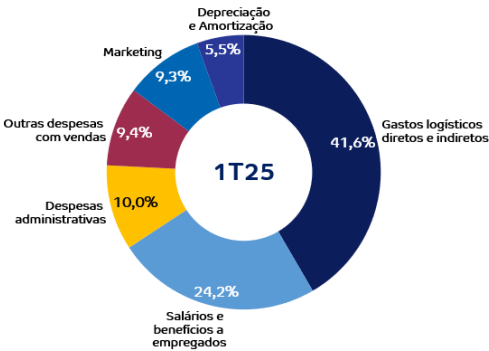
Despesas Operacionais (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Despesas com Vendas*	(1.949)	(1.799)	8,3%	(2.332)	(16,4%)
% sobre a ROL	(12,6%)	(13,4%)	0,9 p.p.	(15,0%)	2,5 p.p.
Despesas Administrativas e Honorários	(217)	(201)	7,8%	(298)	(27,1%)
% sobre a ROL	(1,4%)	(1,5%)	0,1 p.p.	(1,9%)	0,5 p.p.
Despesas Operacionais Totais	(2.166)	(2.001)	8,3%	(2.630)	(17,6%)
% sobre a ROL	(14,0%)	(15,0%)	1,0 p.p.	(17,0%)	3,0 p.p.

*Contempla redução ao valor recuperável de contas a receber de R\$ 4,8 milhões no 1T25 (R\$ 27,2 milhões no 1T24 e R\$ 2,6 milhões no 4T24).

No 1T25, o indicador percentual de despesas operacionais sobre a receita líquida na comparação anual variou -1,0 p.p., na visão societária e gerencial, por uma maior diluição em função do crescimento da receita, apesar de maiores desembolsos i) com pessoal, como resultado de reajustes salariais e um maior *headcount*, ii) com variação cambial devido à desvalorização do real frente ao dólar, e iii) com gastos logísticos, principalmente em função de reajustes e maiores volumes movimentados.

Na comparação trimestral, observamos variação de -3,0 p.p. na visão societária e de -1,4 p.p. na visão gerencial. Este resultado é influenciado, principalmente, por menores gastos com, i) ações de *marketing* e *trade marketing*, visto que no quarto trimestre temos o efeito sazonal da campanha de comemorativos, e ii) remuneração variável devido ao atingimento de metas.

Para maior detalhamento dessa rubrica, vide nota explicativa 26 às Demonstrações Financeiras.



Outros Resultados Operacionais

Outros Resultados Operacionais (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Outros Resultados Operacionais	(4)	31	(112,8%)	32	(112,5%)
% sobre a ROL	(0,0%)	0,2%	(0,2) p.p.	0,2%	(0,2) p.p.

Este desempenho é majoritariamente explicado pela recuperação de despesas, contingências cíveis e tributárias 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.

3. RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

Resultado Financeiro (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Receitas financeiras	366	274	33,6%	333	9,9%
Juros sobre caixa e equiv. caixa e receitas de títulos e valores mobiliários	315	163	93,3%	279	12,9%
Juros e outras receitas financeiras	51	111	(54,1%)	54	(5,6%)
Despesas financeiras	(921)	(907)	1,5%	(932)	(1,2%)
Juros sobre empréstimos e financiamentos	(472)	(462)	2,2%	(469)	0,6%
Juros sobre contingências e arrendamentos	(129)	(116)	11,2%	(180)	(28,3%)
Ajuste a valor presente	(197)	(183)	7,7%	(148)	33,1%
Outras despesas financeiras	(122)	(146)	(16,4%)	(136)	(10,3%)
Var cambiais e resultado de derivativos, líquidos	98	95	3,2%	250	(60,8%)
Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários	(12)	(79)	(84,8%)	181	(106,6%)
Variações cambiais de derivativos	51	73	(30,1%)	(37)	237,8%
Juros e valor justo de derivativos	1	(33)	103,0%	3	(66,7%)
Ganhos ou perdas monetários líquidos	59	134	(56,0%)	103	(42,7%)
Resultado financeiro líquido	(457)	(538)	15,1%	(350)	30,6%
Variações cambiais sobre ativos e passivos monetários e derivativos	39	(6)	(741,7%)	144	(73,2%)

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

Receitas Financeiras

As Receitas financeiras no 1T25 totalizaram R\$ 366 milhões, R\$ 92 milhões superior ao 1T24, reflexo da maior posição de liquidez da Companhia, oriunda da geração operacional de caixa ao longo do ano, que tem contribuído para uma maior receita de juros sobre aplicações de caixa e equivalentes de caixa em comparação com o mesmo trimestre do ano anterior em R\$ 152 milhões. Tal aumento, entretanto, é atenuado majoritariamente pela redução dos juros sobre tributos a recuperar no período.

Despesas Financeiras

Decorrem do efeito das seguintes contas abaixo descritas:

Juros sobre empréstimos e financiamentos: Aumento das despesas com juros no 1T25 em R\$ 10 milhões em relação ao 1T24. Ao longo dos últimos 12 meses, houve amortização líquida de R\$ 1,2 bilhão de dívida. Em contrapartida a desvalorização do câmbio médio (R\$ 4,95 no 1T24 para R\$ 5,85 no 1T25¹⁷) acabou amortecendo o impacto da redução do principal da dívida. Com relação aos indexadores de dívida, houve aumento do CDI¹⁸ (CDI 3,0% no acum. do 1T25 vs. 2,6% no 1T24) e também do IPCA¹⁹ (2,0% no acum. de 1T25 vs. 1,8% no 1T24).

Ajuste a valor presente (AVP): Aumento no 1T25 em comparação ao 1T24 deve-se, principalmente, ao aumento do saldo de contas a pagar ao longo do ano, impulsionado por maiores investimentos em capex e pelo aumento do custo de capital, mesmo com a redução do spread, refletindo a inclinação da curva futura do DI. O AVP refere-se ao encargo financeiro associado aos prazos de pagamento das contas de clientes e fornecedores, com contrapartida no lucro bruto.

Juros sobre contingências e arrendamentos: Maiores despesas em R\$ 13 milhões no 1T25 em comparação ao mesmo período do ano anterior, principalmente pelos maiores juros sobre contingências tributárias e cíveis em R\$ 10 milhões e de arrendamentos em R\$ 3 milhões.

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. A redução no 1T25 das despesas em R\$ 24 milhões em comparação ao 1T24 foi, sobretudo, justificado pelo ajuste positivo a valor justo de ações restritas em R\$ 25 milhões.

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 1T25, o efeito líquido da variação cambial de ativos e passivos monetários e derivativos de proteção da exposição cambial de balanço totalizou +R\$ 39 milhões, e os juros e valor justo de derivativos somaram +R\$1 milhão, representando uma melhora de R\$ 45 milhões em relação ao 1T24 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*. Os ganhos monetários relativos à hiperinflação da Turquia tiveram impacto total de +R\$ 59 milhões.

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

18 - Fonte: B3 – Brasil, Bolsa, Balcão

19 - Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

4. LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

Lucro Líquido (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Lucro Líquido	1.185	594	99,6%	868	36,6%
Margem Líquida (%)	7,6%	4,4%	3,2 p.p.	4,9%	2,7 p.p.

A Companhia apurou lucro de R\$ 1.185 milhões no 1T25, explicado principalmente, i) pelo resultado operacional, com destaque para o crescimento da receita em 16% a/a e níveis saudáveis de rentabilidade em todos os segmentos de negócios e ii) pela redução das despesas financeiras líquidas em relação ao ano anterior.

5. EBITDA AJUSTADO

EBITDA (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Resultado Líquido Consolidado	1.185	594	99,6%	868	36,6%
Imposto de Renda e Contribuição Social	242	121	100,3%	652	(62,9%)
Financeiras Líquidas	457	538	(14,9%)	350	30,8%
Depreciação e Amortização	838	848	(1,1%)	953	(12,0%)
EBITDA	2.723	2.100	29,7%	2.822	(3,5%)
Margem EBITDA (%)	17,6%	15,7%	1,9 p.p.	18,2%	(0,6) p.p.
Impairment	0	0	n.m.	12	n.m.
Valor justo de florestas	0	0	n.m.	79	n.m.
Efeitos da Hiperinflação	30	15	108,5%	(108)	128,2%
Resultado da equivalência patrimonial	(2)	2,4	(175,0%)	4	(151,5%)
Eventos climáticos - RS	1	0	n.m.	(6)	119,1%
EBITDA Ajustado	2.753	2.117	30,0%	2.803	(1,8%)
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,7%	15,8%	10,4 p.p.	18,1%	(0,4) p.p.

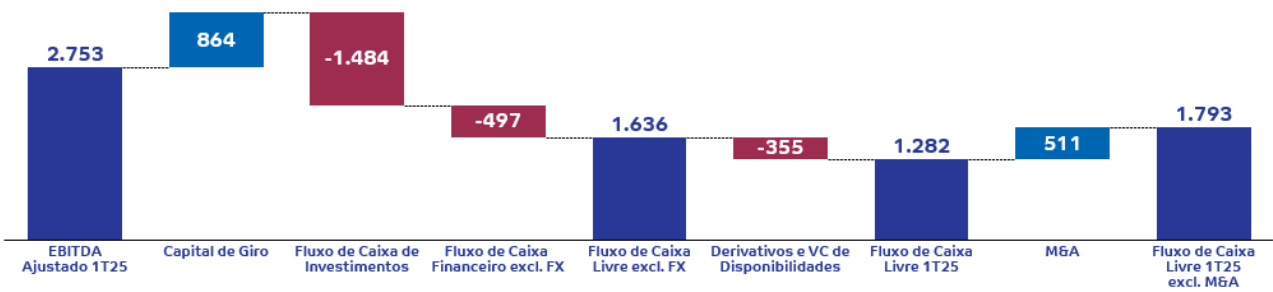
6. FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa Livre (R\$ Milhões)	1T25	1T24	4T24	LTM
EBITDA Ajustado	2.753	2.117	2.803	11.144
Capital de Giro	1.122	73	(506)	451
Δ Clientes	738	529	(947)	(549)
Δ Estoques	45	265	569	(383)
Δ Fornecedores	339	(722)	(127)	1.383
Outras variações	(258)	(142)	652	747
Fluxo de Caixa Operacional	3.617	2.048	2.949	12.343
CAPEX com IFRS 16	(975)	(726)	(995)	(3.538)
Fluxo de Caixa Operacional c/ Capex	2.642	1.323	1.955	8.804
M&A e Venda de ativos	(509)	30	(41)	(506)
Fluxo de Caixa de Investimentos	(1.484)	(696)	(1.036)	(4.044)
Financeiras - efeito caixa	(245)	(295)	(252)	(967)
Juros recebidos	287	166	253	1.005
Juros pagos	(539)	(610)	(374)	(1.866)
Derivativos (caixa)	52	7	(111)	(50)
VC Caixa e Disponibilidades	(406)	224	684	542
Fluxo de Caixa Financeiro	(852)	(509)	200	(1.336)
Fluxo de Caixa Livre	1.282	844	2.114	6.962
Recompra de ações/JCP	(417)	(135)	(1.589)	(2.714)
Fluxo de Caixa Livre c/ Recompra de ações/JCP	865	709	525	4.248
Captações/Amortizações	15	(430)	111	(1.045)
Variação de Caixa	880	279	636	3.202

* 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 28 deste relatório.

Fluxo de caixa livre

A geração de caixa livre alcançou R\$ 1,3 bilhão no 1T25, R\$0,4 bilhão maior que o mesmo período do ano anterior. Desconsiderando os dispêndios com M&A, a companhia alcançou uma conversão de caixa de 65%, refletindo a contínua jornada de evolução operacional. Abaixo, apresentamos o detalhamento dos componentes do fluxo de caixa livre.



Fluxo de caixa operacional e ciclo de conversão de caixa

Impulsionado por um lucro operacional consistente, uma alta conversão em caixa decorrentes também da redução do ciclo financeiro, a companhia alcançou uma geração de caixa operacional de R\$ 3,6 bilhões, R\$ 1,6 bilhão superior ao montante do 1T24.

O ciclo de conversão de caixa da Companhia encerrou o 1T25 em -6,6 dias, com queda de 11,4 dias em relação ao 1T24 com a contribuição dos recebimentos das vendas de comemorativos no trimestre e maior saldo a pagar com fornecedores justificados também por prazos mais alongados, especialmente em Capex.

Fluxo de caixa de investimentos

O fluxo de caixa de investimentos totalizou dispêndio de R\$ 1.484 milhões no 1T25, aumento de R\$788 milhões em comparação ao mesmo período do ano anterior em virtude dos maiores dispêndios com Capex em R\$ 249 milhões, da aquisição de 26% da Addoha Poultry Company pelo montante de R\$ 511 milhões, que foi atenuado pela entrada ainda residual de R\$ 1,8 milhão da venda de ativos executada no 2º semestre de 2024.

No trimestre, foram destinados R\$ 383 milhões para crescimento, eficiência e suporte; R\$ 367 milhões para ativos biológicos animais e R\$ 225 milhões para arrendamento mercantil e outros, conforme tabela abaixo:

CAPEX (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Crescimento	(88)	(15)	486,7%	(74)	18,9%
Eficiência	(56)	(45)	24,4%	(53)	5,7%
Suporte	(239)	(121)	97,5%	(261)	(8,4%)
Ativos Biológicos	(367)	(333)	10,2%	(357)	2,8%
Arrendamento Mercantil e Outros	(225)	(212)	6,1%	(250)	(10,0%)
Total	(975)	(726)	34,3%	(995)	(2,0%)
Total M&A e venda de ativos	(509)	30	(1801,2%)	(41)	1132,4%
Total - CAPEX + M&A e venda de ativos	(1.484)	(696)	113,2%	(1.036)	43,2%

Dentre os principais projetos do 1T25 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 Kezad – Emirados Árabes Unidos, Concórdia – SC, Toledo – PR e Videira – SC.

Eficiência

- Melhoria na eficiência agropecuária e redução de custos nas fábricas de rações, com destaque para as unidades de Toledo - PR, Arroio do Meio - RS e Francisco Beltrão - PR;
- Projetos nas fábricas de aves para melhor rendimento da matéria-prima, e Implantação de sistemas de pesagem dinâmicos e cabines de lavagem pós evisceração; com destaque para as unidades produtivas de Toledo - PR, Marau - RS, Capinzal – SC, Mineiros – GO e Uberlândia – MG;
- Projetos nas fábricas de suínos para melhor rendimento da matéria-prima, com destaque para as unidades produtivas de Concórdia – SC e Uberlândia – MG;
- Projetos nas fábricas de industrializados para melhor rendimento dos produtos acabados, com destaque para as unidades produtivas de Concórdia – PR e Lucas do Rio Verde - MT;
- Avanço na jornada digital com ferramentas que favorecem a eficiência operacional em processos de logística, gestão de vendas e planejamento;
- Eficiência dos recursos energéticos nas unidades de Chapecó – SC e Toledo – PR.

Suporte

- Adequação das unidades e escritórios às normas e legislações, renovação das licenças de operação, reposição de ativos depreciados, recuperação de ativos sinistrados e melhorias das condições de trabalho, destacando-se os investimentos nas unidades de: Carambei – PR, Lucas do Rio Verde – MT, Concórdia – SC, Rio Verde – GO, Toledo – PR, Serafina Correia – RS e Lajeado - RS.
- 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.

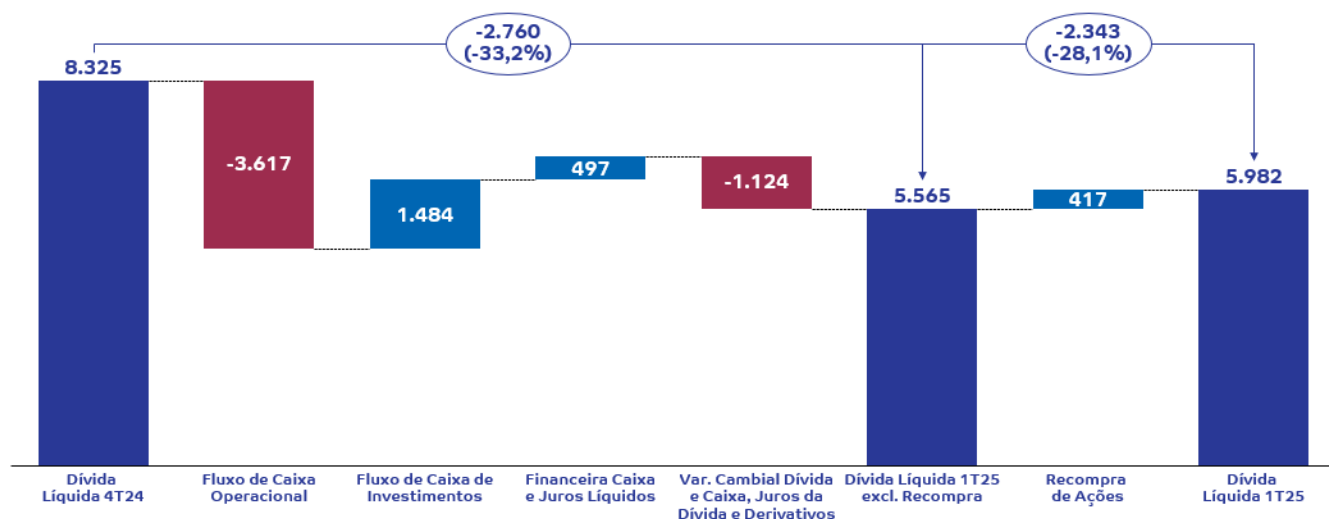
Fluxo de caixa financeiro

No 1T25, os gastos com juros líquidos e despesas financeiras com efeito caixa apresentaram uma redução de R\$ 242 milhões em relação ao 1T24, majoritariamente pela maior posição de liquidez entre períodos. Ao incorporar os efeitos cambiais de derivativos de proteção de balanço patrimonial e Variação Cambial de Disponibilidades, o fluxo de caixa financeiro teve um consumo de caixa de R\$ 852 milhões no 1T25, R\$ 343 milhões superior ao mesmo período do ano anterior.

7. ENDIVIDAMENTO

Endividamento (R\$ Milhões)	Em 31.03.2025			Em 31.12.2024		Em 31.03.2024	
	Circulante	Não Circulante	Total	Total	Δ %	Total	Δ %
Moeda Nacional	(417)	(8.196)	(8.613)	(8.340)	3,3%	(8.714)	(1,2%)
Moeda Estrangeira*	(1.327)	(9.642)	(10.969)	(12.705)	(13,7%)	(10.699)	2,5%
Endividamento Bruto	(1.744)	(17.838)	(19.582)	(21.045)	(7,0%)	(19.414)	0,9%
Caixa e Aplicações**							
Moeda Nacional	6.993	83	7.076	5.016	41,1%	5.396	31,1%
Moeda Estrangeira	6.251	273	6.524	7.704	(15,3%)	5.002	30,4%
Total Aplicações	13.244	356	13.600	12.720	6,9%	10.397	30,8%
Endividamento Líquido	11.500	(17.482)	(5.982)	(8.325)	(28,1%)	(9.016)	(33,7%)

* Composto por Empréstimos e Instrumentos Derivativos Líquidos.
** O caixa considerado é composto por: Caixa e Equivalentes de Caixa, Aplicações Financeiras e Caixa Restrito.



As amortizações do trimestre totalizaram R\$ 94 milhões, alocadas principalmente em (i) linhas de capital de giro R\$ 74 milhões e (ii) da recompra e resgate antecipado das *senior unsecured notes* com vencimento em 2026 no montante de R\$ 20 milhões. As captações no 1T25 totalizaram R\$ 109 milhões, concentradas em linhas de capital de giro. O prazo médio do endividamento encerrou o 1T25 em 8,1 anos, queda de 0,3 ano em comparação ao 4T24.

Após o encerramento do trimestre, em 22.04.25, a Companhia concluiu sua sexta emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, em até 4 séries, para colocação privada, no valor total de R\$1.250 milhões. Houve pela primeira vez emissão de series mais longas, de 15 e 20 anos. As debêntures foram objeto de Colocação Privada junto à ECO Securitizadora de Direitos Creditórios do Agronegócio S.A. (“Securitizadora”), no âmbito de sua 390ª emissão de certificados de recebíveis do agronegócio (“CRA”), com lastro nos direitos creditórios do agronegócio, para distribuição destinada ao público em geral. Essa transação está aderente à estratégia de gestão do perfil de endividamento da Companhia, otimizando a relação prazo/custo de seus instrumentos de dívida. O cálculo proforma do prazo médio do endividamento, levando essa nova emissão em consideração, está em 8,5 anos.

O endividamento líquido totalizou R\$ 5.982 milhões no 1T25, redução de R\$ 2.343 milhões quando comparado ao 4T24. A alavancagem líquida da Companhia, medida pela razão entre o endividamento líquido e o EBITDA Ajustado dos últimos doze meses, atingiu 0,54x no 1T25 versus 0,79x no 4T24. (alavancagem equivalente em USD atingiu 0,69x no 1T25 versus 0,96x no 4T24).

Destacamos que a agência de classificação de riscos Fitch elevou a perspectiva para as notas de crédito da BRF em escala corporativa global de “estável” para “positiva”.

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	Positiva
Fitch Ratings	AAA(bra)	Estável	BB+	Positiva
Moody's Investors Service	-	-	Ba2	Estável



DESTAQUES ESG

Ranking ESG

Participação nas carteiras do ISE e Índice de Carbono eficiente, ambos da B3.

1ª colocada entre os produtores de frango e a 2ª entre os produtores de carne suína no Coller FAIRR Protein Producer Index.

Bem-estar Animal

Companhia do segmento de proteína de aves e suínos mais bem posicionada no Benchmark on Farm Animal Welfare (BBFAW), o mais importante ranking global de gestão do bem-estar dos animais de fazenda.

Governança e Transparência

Publicação do Relatório Integrado 2024, no qual apresentamos os nossos avanços sob os aspectos econômicos, sociais e ambientais. Reafirmando o nosso compromisso com a transparência e a governança.

Responsabilidade Social

O Instituto BRF comemora 13 anos, com mobilização de 40 mil voluntários em ações sociais realizadas em 70 cidades brasileiras.



ANEXOS

Demonstração do Resultado Consolidado

DRE (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Var % a/a	4T24	Var % t/t
Receita Operacional Líquida	15.512	13.378	16,0%	17.549	(11,6%)
Custo dos Produtos Vendidos	(11.459)	(10.153)	12,9%	(13.078)	(12,4%)
% sobre a ROL	(73,9%)	(75,9%)	2,0 p.p.	(74,5%)	(0,6) p.p.
Lucro Bruto	4.053	3.224	25,7%	4.471	(9,4%)
% sobre a ROL	26,1%	24,1%	2,0 p.p.	25,5%	0,6 p.p.
Despesas Operacionais	(2.166)	(2.001)	8,3%	(2.630)	(17,6%)
% sobre a ROL	(14,0%)	(15,0%)	1,0 p.p.	(15,0%)	(1,0) p.p.
Resultado Operacional	1.887	1.224	54,2%	1.841	2,5%
% sobre a ROL	12,2%	9,1%	3,1 p.p.	10,5%	1,7 p.p.
Outros Resultados Operacionais	(4)	31	(112,8%)	32	(112,5%)
Equivalência Patrimonial	2	(2)	175,0%	(4)	151,5%
EBIT	1.885	1.252	50,5%	1.869	0,8%
% sobre a ROL	12,1%	9,4%	2,7 p.p.	10,7%	1,5 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(457)	(538)	14,9%	(350)	(30,8%)
Resultado antes dos Impostos	1.427	715	99,7%	1.520	(6,1%)
% sobre a ROL	9,2%	5,3%	3,9 p.p.	8,7%	0,5 p.p.
Imposto de renda e contribuição social	(242)	(121)	100,3%	(652)	62,9%
% sobre o resultado antes dos impostos	(17,0%)	(16,9%)	0,1 p.p.	(42,9%)	(25,9) p.p.
Lucro Líquido	1.185	594	99,6%	868	36,6%
% sobre a ROL	7,6%	4,4%	3,2 p.p.	4,9%	2,7 p.p.
EBITDA	2.723	2.100	29,7%	2.822	(3,5%)
% sobre a ROL	17,6%	15,7%	1,9 p.p.	16,1%	1,5 p.p.
EBITDA Ajustado	2.753	2.117	30,0%	2.803	(1,8%)
% sobre a ROL	17,7%	15,8%	1,9 p.p.	16,0%	1,7 p.p.

Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Ativo - R\$ Milhões	31.03.25	31.12.24
Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	12.052	11.165
Títulos e valores Mobiliários	930	894
Contas a receber de clientes	5.028	6.075
Títulos a receber	30	32
Estoques	6.516	6.728
Ativos biológicos	2.966	2.845
Tributos a recuperar	2.558	2.214
Instrumentos financeiros derivativos	217	63
Despesas antecipadas	428	176
Adiantamentos	210	114
Caixa restrito	263	276
Ativos mantidos para a venda	2	3
Outros ativos circulantes	259	244
Total Circulante	31.459	30.830
Não Circulante		
Ativo realizável a longo prazo	9.192	9.974
Títulos e valores Mobiliários	291	324
Contas a receber de clientes	23	23
Títulos a receber	8	8
Tributos a recuperar	4.112	4.545
Tributos diferidos sobre o lucro	1.902	2.331
Depósitos judiciais	404	422
Ativos biológicos	1.820	1.787
Instrumentos financeiros derivativos	398	252
Caixa restrito	64	61
Outros ativos não circulantes	168	221
Investimentos	619	129
Imobilizado	15.134	15.068
Intangível	6.487	6.673
Total do Não Circulante	31.431	31.845
Total do Ativo	62.890	62.675

Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Passivo - R\$ Milhões	31.03.25	31.12.24
Circulante		
Empréstimos e financiamentos	1.920	1.230
Fornecedores	14.055	13.558
Passivo de arrendamento	977	1.015
Salários, obrigações sociais e participações	1.707	1.557
Obrigações tributárias	1.071	1.142
Instrumentos financeiros derivativos	41	383
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	721	693
Benefícios a empregados	92	95
Adiamentos de clientes	430	476
Outros passivos circulantes	558	672
Total Circulante	21.571	20.821
Não Circulante		
Empréstimos a financiamentos	18.027	19.510
Fornecedores	6	12
Passivo de arrendamento	3.131	2.978
Obrigações tributárias	82	78
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	1.544	1.539
Tributos diferidos sobre o lucro	16	2
Benefícios a empregados	458	467
Instrumentos financeiros derivativos	209	236
Outros passivos não circulantes	469	533
Total do Não Circulante	23.942	25.355
Total do Passivo	45.513	46.176
Patrimônio Líquido		
Capital social	13.349	13.349
Reservas de capital	2.763	2.763
Reservas de lucro	2.079	2.079
Outras transações patrimoniais	(141)	(142)
Lucros acumulados	1.124	0
Ações em tesouraria	(1.762)	(1.346)
Outros resultados abrangentes	(1.368)	(1.619)
Atribuído aos acionistas controladores	16.044	15.086
Atribuído aos acionistas não controladores	1.332	1.414
Total do Patrimônio Líquido	17.376	16.499
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	62.890	62.675

Demonstração dos Fluxos de Caixa Consolidado

DFC - R\$ Milhões	1T25	1T24	4T24
Lucro líquido - operações continuadas	1.185	594	868
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado	1.672	1.537	2.404
Variações nos saldos patrimoniais	2.857	2.131	3.272
Contas a receber de clientes	883	633	(715)
Estoques	(3)	420	1.029
Ativos biológicos circulantes	(144)	(98)	(137)
Fornecedores	80	(1.028)	(583)
Geração de caixa das atividades operacionais	3.674	2.059	2.867
Juros recebidos	154	210	209
Outros ativos e passivos operacionais	(214)	(347)	(303)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	3.613	1.922	2.772
Aplicações no ativo imobilizado	(328)	(133)	(352)
Aplicações no ativo biológico não circulante	(390)	(353)	(385)
Recebimento pela venda de imobilizado e investimento	2	30	4
Aplicações no ativo intangível	(48)	(41)	(26)
Outros ativos e passivos das atividades de investimento	(538)	49	(267)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimento	(1.302)	(448)	(1.027)
Captações de empréstimos e financiamentos	109	65	112
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(94)	(491)	(185)
Pagamento de juros	(486)	(528)	(286)
Pagamento de derivativos de juros - hedge de valor justo	(53)	(86)	95
Aquisição de ações em tesouraria	(417)	(135)	(444)
Dividendos e juros sobre o capital pagos	0	0	(1.144)
Pagamento de arrendamento	(209)	(198)	(231)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento	(1.149)	(1.373)	(2.083)
Efeito da variação cambial em Caixa e Equivalentes de Caixa	(275)	203	780
Aumento (decrécimo) líquido no saldo de caixa e equivalentes de caixa	887	303	443

Na tabela abaixo apresentamos a conciliação entre a visão de fluxo de caixa contábil e o fluxo de caixa livre gerencial (página 20 deste relatório).

Conciliação Fluxo de Caixa Contábil vs. Gerencial 1T25	Var. caixa Contábil 1T25	AVP e Derivativos	Arrend. mercantil	VC Caixa	VC Disponibilidades	Juros recebidos e Outros	(+) Captações e Amortizações	Resgates e Aplicações	(+) Recompra de ações/JCP	Fluxo de Caixa Livre 1T25	(-) Captações e Amortizações	(-) Recompra de ações/JCP	Var. caixa Gerencial ¹ 1T25
Fluxo de Caixa Operacional	3.613	139	-	-	-	(135)	-	(1)	-	3.617	-	-	3.617
Fluxo de Caixa Investimentos	(1.302)	-	(209)	-	-	-	-	27	-	(1.484)	-	-	(1.484)
Fluxo de Caixa Financeiro	(1.149)	(139)	209	(275)	(131)	233	(15)	-	417	(852)	15	(417)	(1.253)
Variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	(275)	-	-	275	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	887	-	-	-	(131)	98	(15)	26	417	1.282	15	(417)	880

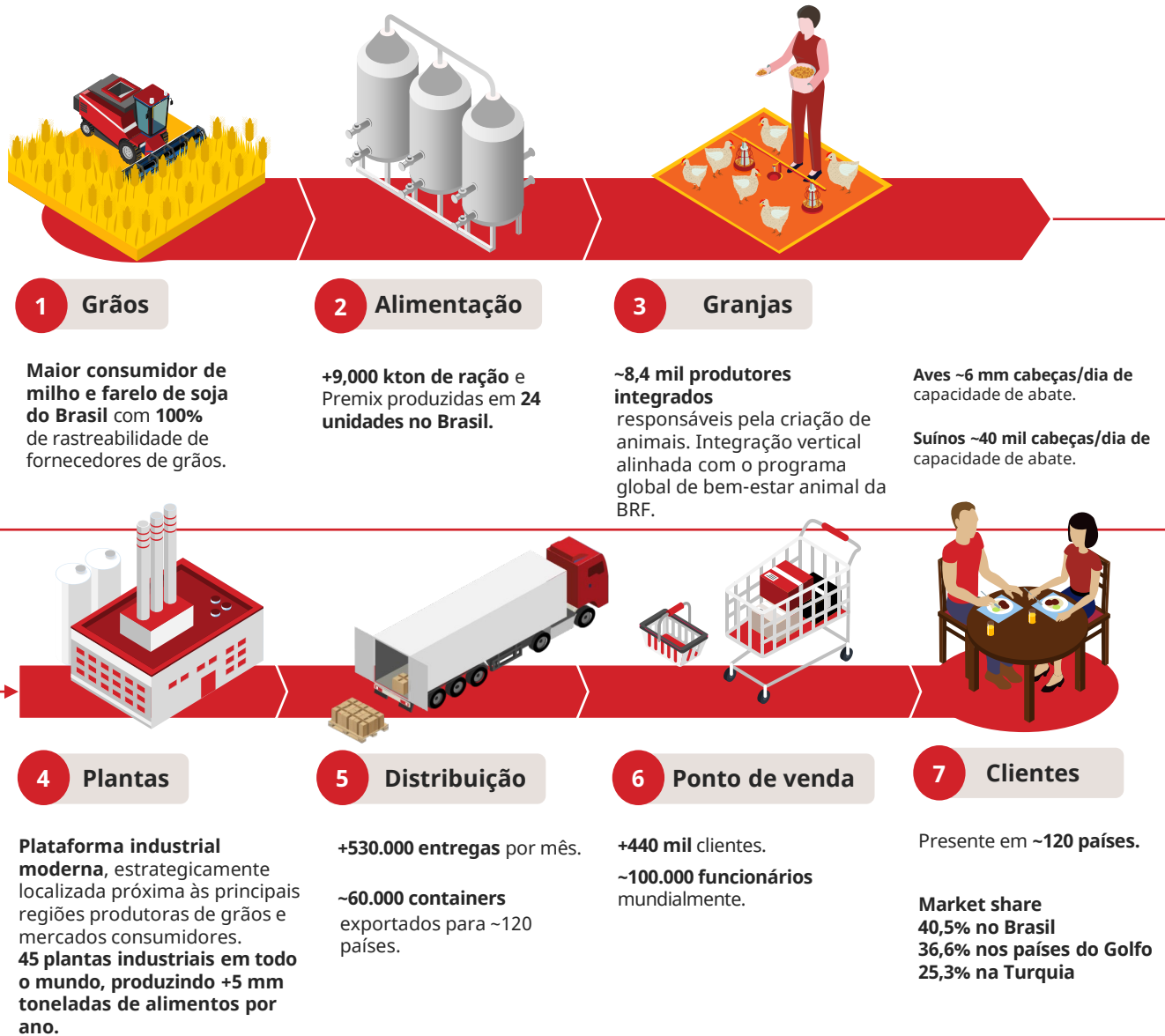
¹As variações de caixa Contábil e Gerencial apresentam metodologias distintas em relação à determinação do grupo de contas que compõem o caixa: a variação do caixa Contábil considera a variação da conta contábil de Caixa e equivalentes de caixa, enquanto a variação de caixa Gerencial considera a variação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

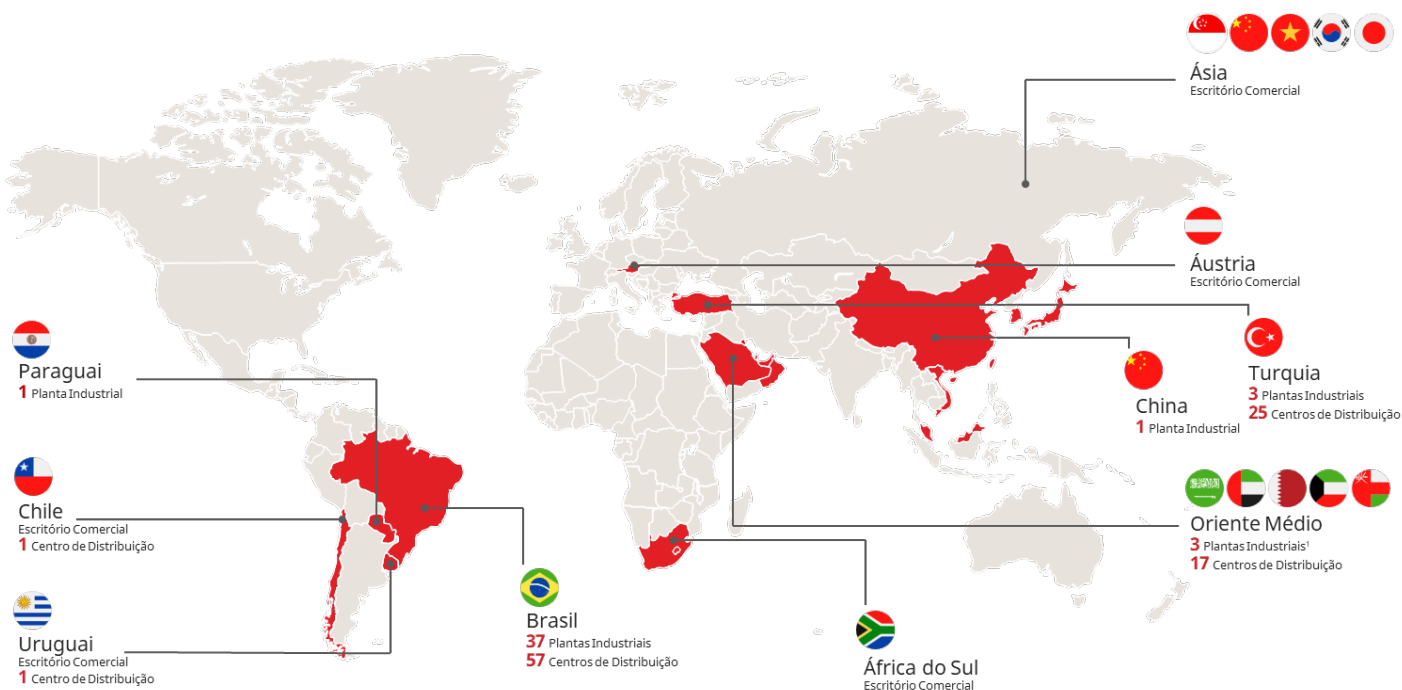
Operação global eficiente, com instalações modernas e estrategicamente localizadas

101

CENTROS DE
DISTRIBUIÇÃO

45

UNIDADES
PRODUTIVAS



NOSSOS PRODUTOS

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

IN NATURA



Aves e
Suínos



Sadia



Banvit

ساديا
Sadia



Confidence

ALIMENTOS PROCESSADOS



Refeições prontas,
salsichas, frios,
embutidos e
margarinas



Sadia



Qualy

Deline

Claybom

Banvit

ساديا
Sadia



INGREDIENTS



Farinhas de
vísceras, gorduras
e hidrolisados



brf
ingredients

PET



Snacks, alimentos
secos e úmidos
para cães e gatos



Balance

BIOFRESH
SUPERPREMIUM

GRAN
PLUS

GUABI
NATURAL

MARCAS PREFERIDAS E TOP OF MIND NO BRASIL

Sadia

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



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

Qualy

Qualy é a MARCA DE MARGARINA MAIS VENDIDA no Brasil



Perdigão é a MARCA DE ALIMENTOS MAIS PRESENTE nos lares brasileiros



Sadia
Qualy

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



MARKET SHARE
em processados

40,5%

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



MARKET SHARE

36,6%

nos países do GCC

25,3%

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

