Sadia SPECIALE 1944

Sadia SPECIALE®

DAL 1944



Relatório da Administração

3T26

MBRF GLOBAL FOODS COMPANY

Sadia · Perdigão · Qualy · Sadia Bassi's · Paty · Banvit · National Beef

São Paulo, 12 de novembro de 2026, Marfrig Global Foods S.A. – MBRF (B3 Novo Mercado: MBRF3 e ADR Nível 1: MBRFY) anuncia hoje os resultados do terceiro trimestre de 2026 (3T26). 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 30 de setembro de 2026, arquivados na CVM.

Destaques do trimestre

Receita Líquida
R$ 41.424
R$ Milhões

Lucro Bruto
R$ 5.137
R$ Milhões

Margem Bruta
12,4%

Resultado Líquido
R$ 210
R$ Milhões

EBITDA Ajustado
R$ 3.558
R$ Milhões

Margem EBITDA Ajustada
8,6%

Fluxo de Caixa Operacional
R$ 3.199
R$ Milhões

Alavancagem
3,45x
Dívida Líquida/EBITDA Aj 12M (R$)

América do Norte

ROL (US$)	3.724
EBITDA Aj (US$)	77
Margem EBITDA Aj	2,1%

América do Sul

ROL (R$)	6.169
EBITDA Aj (R$)	647
Margem EBITDA Aj	10,5%

BRF

ROL (R$)	16.118
EBITDA Aj (R$)	2.568
Margem EBITDA Aj	15,9%

ESG
100% das embalagens dos Kits Natalinos 2026 compensadas ambientalmente, em parceria com a Eureciclo

Teleconferência

13/11/2026 – Sexta-feira
10h00 BRT | 8h00 US ET

Acesso em: clique aqui

Valor de Mercado
R$ 24,517
Bilhões
Base: 11/11/2026

Cotações
MBRF3 R$ 17,76
Base: 11/11/2026

Ações Emitidas
1.380.439.543
11.072.690
Ações ON / Ações em tesouraria
Base: 30/09/2026

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,

O terceiro trimestre marca um momento especial para a MBRF. Em setembro, completamos um ano da fusão e os resultados deste período mostram que a consolidação da companhia é uma realidade. O forte crescimento do lucro líquido e o avanço no EBITDA refletem uma empresa cada vez mais integrada, eficiente e capaz de gerar valor. Os planos que traçamos foram executados conforme o previsto, e hoje já colhemos os frutos das sinergias dos negócios e da visão estratégica que desenhamos para a companhia.

Ao longo deste primeiro ano, construímos uma empresa mais ajustada, coesa e eficiente, que atua de forma integrada sob uma única bandeira. A marca MBRF representa essa nova fase e reflete uma companhia multiproteína com cultura de alta performance, excelência operacional e profundo conhecimento dos mercados e de seus consumidores.

A força da nossa plataforma global e de nossas marcas icônicas se torna cada vez mais evidente. A diversificação dos negócios, a complementaridade do portfólio e a presença em mercados estratégicos, como Estados Unidos, Oriente Médio e China, nos dão a capacidade de atravessar diferentes ciclos com consistência e de transformar oportunidades em valor.

Concluída essa etapa, abre-se um novo ciclo. Seguimos olhando para frente, com potencial para continuar crescendo, melhorando e ampliando nossa presença no Brasil e no mundo. Somos uma companhia que avança de forma acelerada, com disciplina financeira e eficiência operacional.

À medida que entramos no quarto trimestre, chegamos a um dos períodos mais importantes do ano para o nosso mercado, o Natal. No Brasil, o Natal tem nome: Sadia e Perdigão. Nossas marcas fazem parte da memória e da mesa de milhões de famílias, e é com expertise e excelência em toda a cadeia que nos preparamos para estar presentes em cada celebração. Aproveito para desejar a todos um Feliz Natal, com momentos especiais ao lado de suas famílias, e um 2027 repleto de saúde, conquistas e novas realizações.

Em nome do Conselho de Administração, agradeço a cada colaborador, cliente, parceiro, fornecedor, produtor integrado, acionista e às comunidades onde atuamos. Foi com a dedicação e a confiança de todos que concluímos o primeiro ano de fusão, e é com essa mesma parceria que seguiremos construindo uma MBRF cada vez mais forte e preparada para os próximos capítulos de sua história.

Marcos Antonio Molina dos Santos
Presidente do Conselho de Administração

Prezados(as) Senhores(as),

Encerramos o terceiro trimestre de 2026 com resultados que demonstram a solidez do nosso negócio e a força da plataforma global multiproteína que construímos. Em um período que marca o primeiro ano da fusão, avançamos de forma consistente na integração das operações, na captura das sinergias e na diversificação de mercados e portfólio. Os resultados que apresentamos reforçam nossa capacidade de capturar oportunidades e gerar valor em diferentes cenários.

Registramos lucro líquido de R$ 210 milhões no período, crescimento de 123,5% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, refletindo a assertividade da nossa estratégia de diversificação de mercados e ampliação de portfólio de maior valor agregado, com eficiência operacional e disciplina na execução. A receita líquida totalizou R$ 41,4 bilhões, enquanto o EBITDA ajustado alcançou R$ 3,6 bilhões, com margem EBITDA de 8,6%, evidenciando a capacidade da companhia de entregar resultados consistentes em diferentes contextos de negócios.

Na América do Norte, apresentamos o melhor resultado para um trimestre nos últimos dois anos, mesmo em um momento ainda desafiador para a indústria, o que confirma as vantagens competitivas da National Beef, demonstradas pela ampliação da receita e rentabilidade.

Na América do Sul, mantivemos resultados consistentes, apoiados pela diversificação de mercados, flexibilidade comercial e captura das melhores oportunidades. Reforçamos nossa competitividade por meio da integração das unidades de negócio. A operação de confinamentos no Brasil e o acesso à plataforma de vendas e distribuição da National Beef contribuíram positivamente em um trimestre no qual o mercado americano se mostrou extremamente relevante para o desempenho do segmento. Destaque também para a rentabilidade recorde do portfólio de processados no Brasil e na Argentina.

Na BRF, registramos recorde de volume comercializado no mercado externo. Seguimos avançando na diversificação de mercado com a obtenção de 17 novas habilitações para exportação e ampliando a participação de produtos de valor agregado em nosso portfólio, com recordes de produção nas unidades do Oriente Médio e da China. No mercado interno, a combinação entre disciplina de execução comercial e marcas campeãs de preferência entre os consumidores continua impulsionando o crescimento sequencial de volume.

Entre os destaques do período está a Sadia Halal, que registrou receita recorde em dólares, alcançando US$ 621 milhões. A operação também apresentou forte evolução da rentabilidade, com crescimento de 30,6% no EBITDA ajustado em comparação ao mesmo período do ano anterior. Os resultados refletem a consolidação da nossa presença no Oriente Médio, mercado estratégico para o crescimento de longo prazo da companhia, onde contamos com time comercial, produção local, distribuição própria, capilaridade logística, além da marca líder de mercado e preferência.

Também continuamos avançando na captura de sinergias decorrentes da fusão e na execução do programa MBRF+, importante alavanca para a eficiência operacional e competitividade da companhia. Ao longo do trimestre, foram capturados R$ 500 milhões pelo programa e R$ 179 milhões por meio das iniciativas relacionadas a sinergias.

Seguimos confiantes na trajetória da MBRF e na capacidade de nossa plataforma global multiproteína de capturar oportunidades de crescimento e geração de valor. A diversificação dos negócios e a complementariedade do portfólio nos permitem mitigar os efeitos dos ciclos, ampliando os resultados e sustentando a expansão da rentabilidade no longo prazo.

Aproveito para reconhecer a dedicação de nossos times em mais um trimestre. Mesmo nos momentos mais adversos, pudemos observar o empenho de todos para entregar resultados cada vez melhores.

Gostaria de agradecer aos membros do Conselho de Administração, acionistas, clientes, parceiros e produtores integrados. E finalizo destacando o apoio e direcionamento estratégico do nosso chairman e controlador, Marcos Molina, fundamental para o avanço do negócio da MBRF.

Miguel Gularte
CEO

Resultado Consolidado

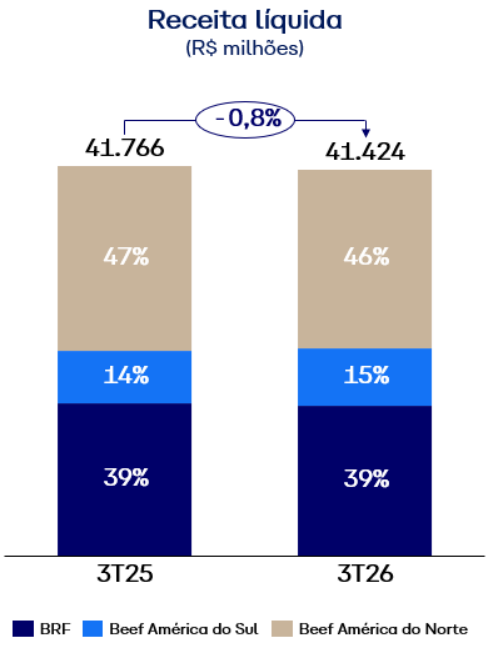
MBRF
GLOBAL FOODS COMPANY

Toneladas (Mil tons)	3T26	3T25	Var.%	2T26	Var.%	9M26	9M25	Var%
Volume Consolidado	2.051	2.101	-2,4%	1.969	4,2%	5.969	6.029	-1,0%
Mercado Interno	1.289	1.369	-5,9%	1.253	2,9%	3.761	3.941	-4,6%
Mercado Externo	763	732	4,2%	716	6,5%	2.208	2.088	5,7%

R$ Milhões	3T26	3T25	Var.%	2T26	Var.%	9M26	9M25	Var%
Receita Líquida	41.424	41.766	-0,8%	40.720	1,7%	121.597	120.047	1,3%
Mercado Interno	28.552	29.599	-3,5%	28.010	1,9%	83.611	85.057	-1,7%
Mercado Externo	12.872	12.166	5,8%	12.711	1,3%	37.986	34.990	8,6%
CPV	(36.287)	(36.618)	-0,9%	(35.852)	1,2%	(106.822)	(105.390)	1,4%
Lucro Bruto	5.137	5.148	-0,2%	4.868	5,5%	14.775	14.657	0,8%
Margem Bruta	12,4%	12,3%	8 bps	12,0%	45 bps	12,2%	12,2%	-6 bps
DVGA	(3.583)	(3.529)	1,5%	(3.575)	0,2%	(10.499)	(10.523)	-0,2%
EBITDA Ajustado	3.558	3.503	1,6%	3.203	11,1%	9.857	9.741	1,2%
Margem Ebitda Ajustada	8,6%	8,4%	20 bps	7,9%	72 bps	8,1%	8,1%	-1 bps
Resultado Financeiro	(2.078)	(1.412)	47,1%	(1.776)	17,0%	(5.243)	(4.203)	24,8%
Resultado Antes de IR e CS	(295)	163	-281,2%	(382)	-22,9%	(679)	(216)	214,5%
IR + CS	529	21	2431,6%	423	25,1%	925	1.021	-9,4%
Participação acionistas não controladores	(24)	(90)	-72,7%	28	-187,8%	144	(538)	-126,7%
Lucro Líquido atribuído ao controlador	210	94	123,5%	69	206,3%	390	267	46,1%

Receita Consolidada Líquida

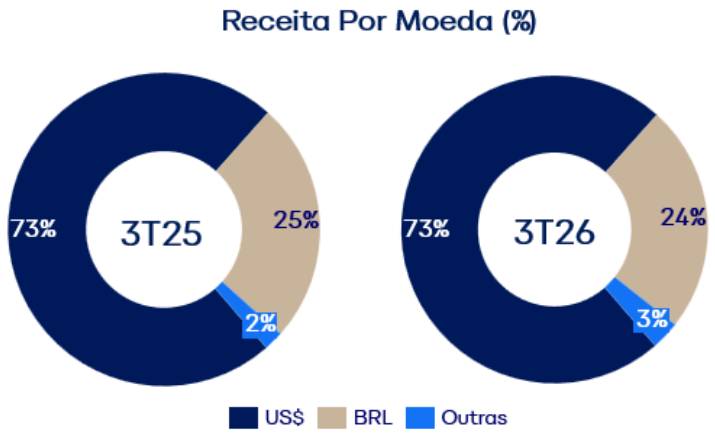
No 3T26, a Receita Líquida Consolidada da MBRF foi de R$ 41.424 milhões, estabilidade em relação ao terceiro trimestre de 2025. Entre as operações, apresentamos crescimento de receita na América do Norte, em dólares, e na América do Sul e leve queda na BRF, influenciada pela queda dos volumes. A manutenção do patamar da receita foi possível apesar da valorização do real frente ao dólar[1], impactando o resultado das exportações dos segmentos Beef América do Sul e BRF e a conversão do resultado da operação Beef América do Norte.



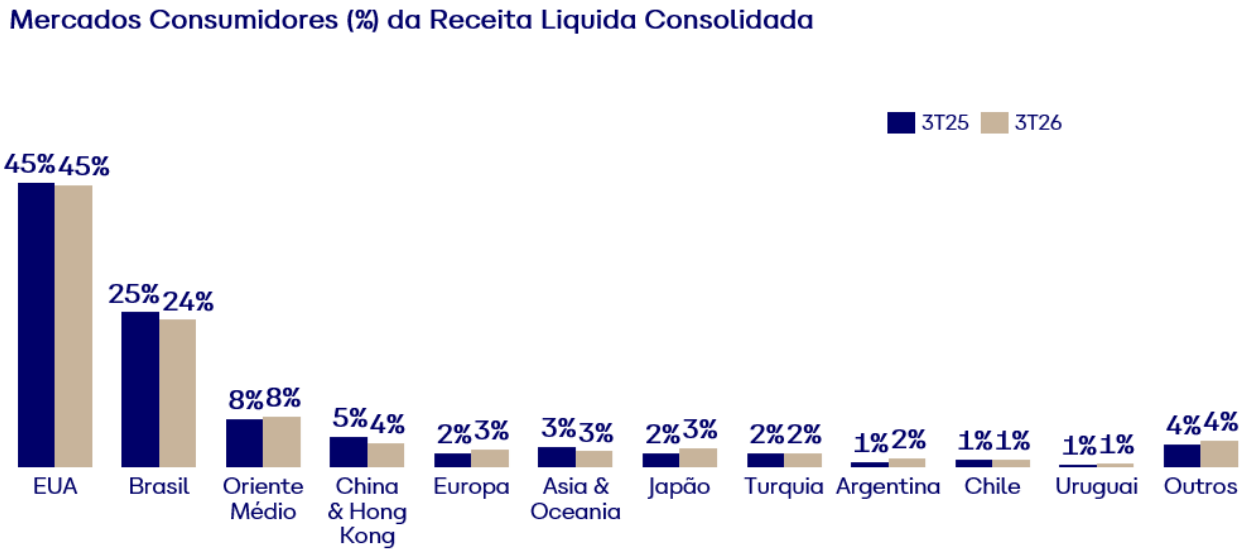
No trimestre, 46% da Receita Líquida Consolidada foi resultado da Operação América do Norte, 15% da Operação da América do Sul e 39% da BRF.

1 - Fonte: Banco Central do Brasil – Ptax média 3T26 R$ 5,14 versus R$ 5,45 3T25

No 3T26, a Receita Líquida em dólares representou 73% 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.



A MBRF tem apresentado um mix de receita distribuído entre os principais mercados consumidores do mundo. No 3T26, os Estados Unidos representaram 45% das vendas totais, mantendo o patamar do mesmo período de 2025. A participação do Brasil foi de 24%, 1,0 p.p. abaixo do 3T25. A receita das exportações no trimestre atingiu 8% para o Oriente Médio e de 4% para a China e Hong Kong.



Custo do Produto Vendido

No 3T26, o custo dos produtos vendidos da MBRF consolidado totalizou R$ 36.287 milhões, uma retração de 0,9% em relação ao 3T25. Esse desempenho é explicado, principalmente, pela queda do volume de vendas nas operações de Beef da América do Sul e BRF.

Apesar da retração nominal, quando analisamos o custo unitário, apresentamos aumento de custo em todas operações, com influência predominante da elevação do custo de aquisição do gado nas operações de beef, e dos efeitos inflacionários observados em todas as operações, com destaque para os maiores custos logísticos nos segmentos América do Sul e BRF, refletindo a alta do diesel no Brasil e os ajustes de rotas no mercado externo em decorrência do cenário geopolítico no Oriente Médio.

Em contrapartida, o programa de eficiência da Companhia, o MBRF+, que foi ampliado para contemplar as operações de Beef América do Sul e BRF, capturou R$ 500 milhões no período, com a maior parte desses ganhos refletida na rubrica de custo dos produtos vendidos.

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas

No trimestre, as Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas (DVGA) totalizaram R$ 3.583 milhões, um aumento de 1,5% em relação ao 3T25. Entre os segmentos, houve uma redução das despesas na operação da América do Norte, compensada por um aumento das despesas na operação Beef América do Sul. A BRF se manteve estável em termos absolutos na comparação entre os períodos, dado que o aumento das despesas comerciais, concentrado nas despesas logísticas, foi mitigado pela redução de 14,3% das despesas administrativas. A DVGA em função da receita líquida (DVGA/ROL) foi de 8,6%, 0,2 p.p. maior quando comparado ao 3T25.

As Despesas com Vendas totalizaram R$ 3.062 milhões, ou 7,4% da receita líquida consolidada, um aumento de 0,3 p.p. em relação a receita líquida consolidada do 3T25, que foi de 7,1%.

Já as despesas Gerais e Administrativas atingiram R$ 521 milhões, ou 1,3% da receita líquida, redução de 0,1 p.p. em relação ao 3T25. Evidenciando o trabalho realizado desde a fusão com reestruturação e ganhos de sinergia, podemos observar uma redução de 7,1% a/a e de 12,2% YTD das despesas administrativas consolidadas da Cia.

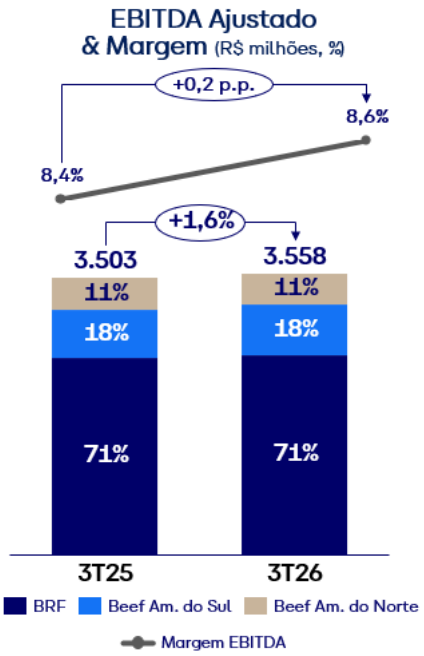
EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada

No 3T26, o EBITDA ajustado consolidado totalizou R$ 3.558 milhões, um aumento de 1,6% em comparação ao terceiro trimestre de 2025. Esse desempenho reflete o melhor desempenho das operações da América do Sul e da BRF, mitigando o efeito cambial na operação da América do Norte que em dólares foi 4,2% maior na comparação anual.

A margem EBITDA ajustada consolidada foi de 8,6% no 3T26 versus 8,4% no 3T25, um aumento de 20 bps.

No trimestre, 71% do EBITDA ajustado consolidado foi resultado da BRF, 18% da Operação América do Sul e 11% da América do Norte.

Com o avanço do processo de integração entre as operações de Marfrig e BRF, durante o terceiro trimestre do ano capturamos R$ 179 milhões em sinergias, englobando estrutura corporativa, integração comercial e *supply chain*. Com este montante adicional ao divulgado nos trimestres anteriores, a Cia atingiu 76% do total previsto para o ano de 2026.



Resultado Financeiro Consolidado

O resultado financeiro líquido consolidado do 3T26 totalizou uma despesa de R$ 2.078 milhões, aumento de 47,1% quando comparado ao 3T25, em função de maiores gastos com juros e operações de mercado.

Na comparação trimestral, o resultado financeiro consolidado apresentou aumento de 17,0% devido ao impacto negativo das operações de mercado no período, parcialmente mitigado pela queda dos juros e pelo resultado da variação cambial.

R$ Milhões	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %	9M26	9M25	Var. %
Juros Líquidos Provisionados	(1.339)	(1.007)	33,0%	(1.420)	-5,7%	(4.046)	(3.409)	18,7%
Outras Receitas e Despesas	(969)	(353)	174,7%	(244)	296,4%	(1.686)	(652)	158,5%
Resultado Financeiro	(2.308)	(1.359)	69,8%	(1.665)	38,6%	(5.732)	(4.062)	41,1%
Variação Cambial	230	(53)	-533,0%	(111)	-306,9%	489	(141)	-446,7%
Resultado Financeiro Líquido	(2.078)	(1.412)	47,1%	(1.776)	17,0%	(5.243)	(4.203)	24,8%

Lucro (Prejuízo) Líquido

No 3T26, o resultado líquido consolidado atribuído ao controlador foi positivo em R$ 210 milhões frente a um lucro de R$ 94 milhões do mesmo período do ano anterior.

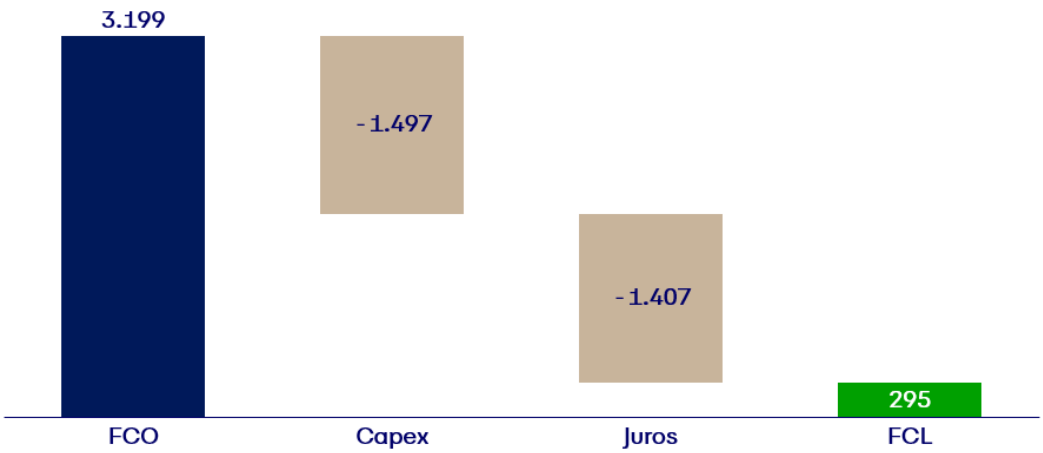
Capex

No 3T26, os investimentos consolidados totalizaram R$ 1.497,2 milhões, dos quais R$ 314,8 milhões foram destinados às operações de *beef* e R$ 1.182,4 milhões à operação de BRF. O montante realizado, entre outros, contempla investimentos i) na BRF, com projetos destinados à continuidade do *greenfield* em Jeddah (KSA), à expansão da capacidade fabril da Gelprime e aumento de volume da linha de empanados em Uberlândia (MG), ii) na operação Beef América do Sul, com projetos na cadeia agro de expansão agrícola e irrigação e com a continuidade da expansão na unidade de Promissão (SP), ambos no Brasil e investimentos nas ampliações de plantas de San Jose, na Argentina e de Salto e Colônia, no Uruguai, e iii) na operação Beef América do Norte, com investimentos de automação de unidades produtivas. Os investimentos realizados foram feitos para suportar o crescimento futuro da Companhia.

Fluxo de Caixa Recorrente

No terceiro trimestre de 2026, o fluxo de caixa operacional foi de R$ 3.199 milhões, os investimentos consolidados foram de R$ 1.497 milhões e as despesas financeiras consolidadas foram de R$ 1.407 milhões, resultando em um fluxo de caixa livre de R$ 295 milhões.

Durante o período, retornamos para um patamar de neutralidade do capital de giro, com liberação nas linhas de recebíveis e fornecedores. Ainda apresentamos um consumo na linha de estoques, como resultado da continuidade do conflito no Oriente Médio, impactando o nível de estoques em água da BRF e da formação dos estoques para a Campanha de Comemorativos.



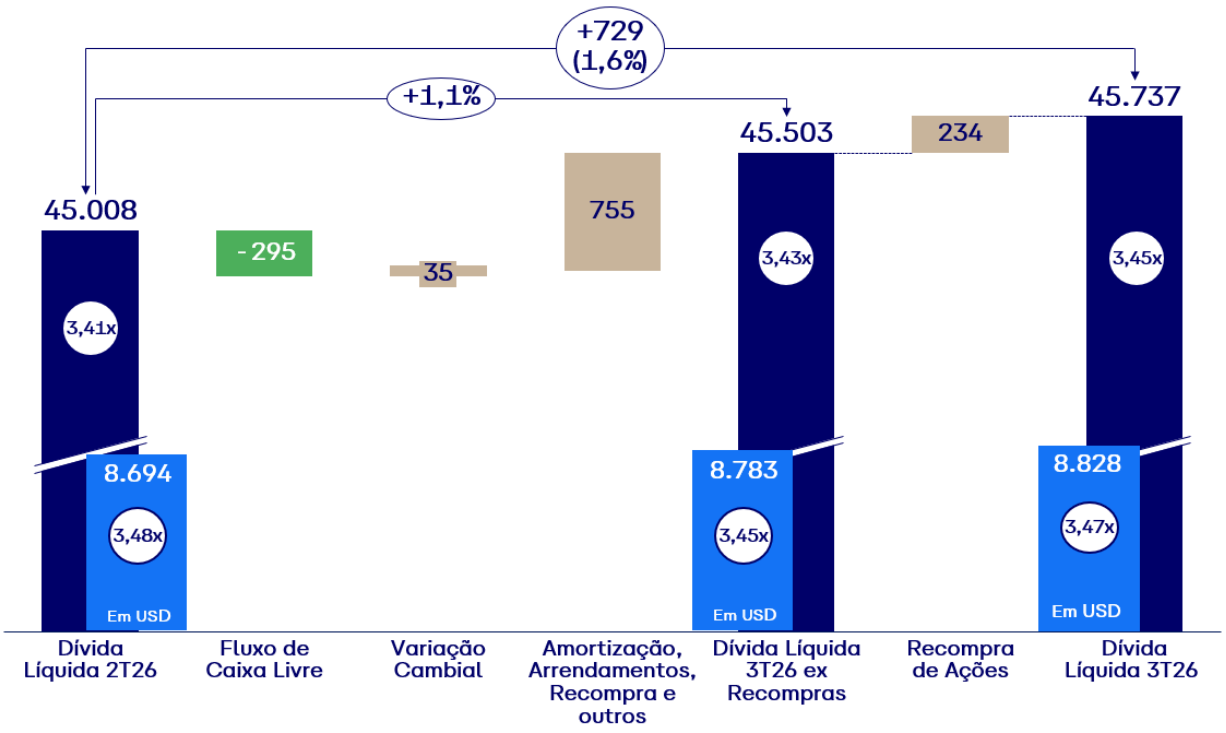
Dívida Líquida

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 48,3% no final do trimestre).

A Dívida Líquida Consolidada de fechamento do 3T26 foi R$ 45.737 milhões, um aumento de 1,6% quando comparada ao 2T26. Quando medida em dólares, a Dívida Líquida Consolidada foi de US$ 8.828 milhões.

Durante o 3T26, foram recomprados, por meio do programa aberto, R$ 234 milhões em ações.

O índice de alavancagem medido pela relação entre a Dívida Líquida e o EBITDA ajustado UDM (últimos 12 meses) foi de 3,45x em reais. Medido em dólar o indicador de alavancagem ficou em 3,47x.



Detalhamento da Estrutura de Capital

R$ Milhões	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %
Dívida de Curto Prazo	13.827	11.035	25,3%	14.683	-5,8%
Dívida de Longo Prazo	53.090	52.716	0,7%	53.438	-0,7%
Dívida Bruta Total	66.917	63.751	5,0%	68.121	-1,8%
Moeda Nacional	51,7%	44,4%	725 bps	49,1%	255 bps
Moeda Estrangeira	48,3%	55,6%	-725 bps	50,9%	-255 bps
Caixa e Aplicações	(21.180)	(22.402)	-5,5%	(23.113)	-8,4%
Dívida Líquida Gerencial	45.737	41.349	10,6%	45.008	1,6%
Dívida Líquida | EBITDA Ajustado (R$)	3,45	3,09	0,35	3,41	0,04
Dívida Líquida | EBITDA Ajustado (US$)	3,47	3,31	0,16	3,48	-0,01

Resultado por Segmento

MBRF
GLOBAL FOODS COMPANY

Toneladas (Mil tons)	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %	9M26	9M25	Var%
Volume Total	485	476	1,9%	477	1,8%	1.435	1.446	-0,8%
Mercado Interno	422	421	0,4%	421	0,3%	1.258	1.264	-0,5%
Mercado Externo	63	56	13,1%	56	13,3%	177	181	-2,2%

US$ Millions	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %	9M26	9M25	Var%
Receita Líquida	3.724	3.639	2,3%	3.748	-0,6%	10.963	10.169	7,8%
Mercado Interno	3.416	3.379	1,1%	3.460	-1,3%	10.075	9.367	7,6%
Mercado Externo	308	261	18,2%	289	6,7%	889	801	10,9%
CPV	(3.599)	(3.509)	2,5%	(3.668)	-1,9%	(10.701)	(9.888)	8,2%
Lucro Bruto	125	130	-3,8%	80	56,4%	262	281	-6,5%
Margem Bruta (%)	3,4%	3,6%	-21 bps	2,1%	122 bps	2,4%	2,8%	-37 bps
EBITDA Ajustado	77	74	4,2%	26	199,2%	113	105	7,4%
Margem EBITDA Ajustada (%)	2,1%	2,0%	4 bps	0,7%	138 bps	1,0%	1,0%	0 bps

Na operação Beef América do Norte, o resultado do terceiro trimestre, o melhor dos últimos dois anos, demonstra a resiliência do segmento em um ambiente de negócios ainda marcado pela oferta restrita de gado nos Estados Unidos.

A melhora da rentabilidade reflete principalmente a redução do custo do gado, decorrente dos ajustes de capacidade implementados pela indústria ao longo dos últimos meses, além de uma maior contribuição dos subprodutos gerados pela produção. A operação também segue se beneficiando de sua parceria estratégica com a U.S. Premium Beef (USPB), que representa uma importante vantagem competitiva ao contribuir para o abastecimento de gado e fortalecer a integração com os produtores.

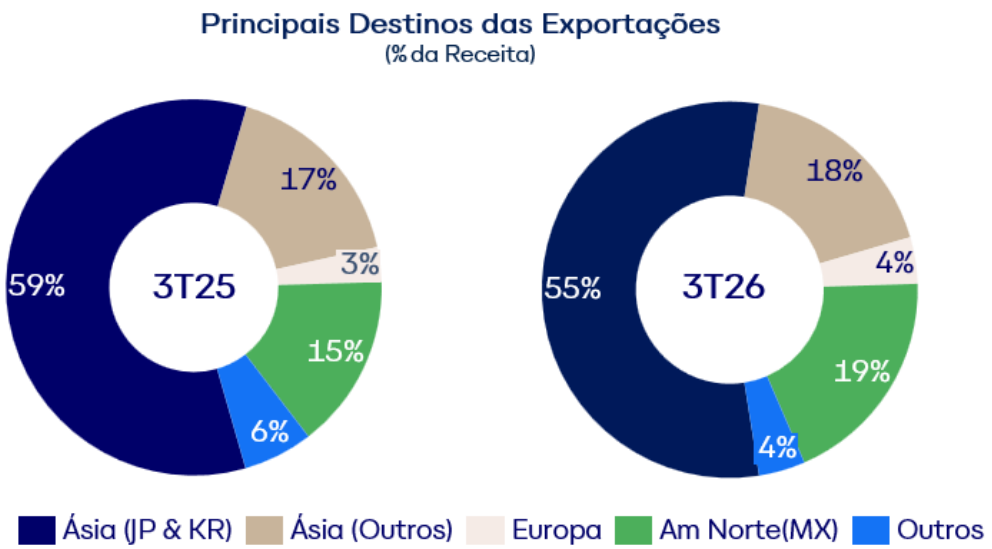
Como resultado, mesmo durante uma fase adversa do ciclo pecuário norte-americano, apresentamos uma evolução sequencial da rentabilidade.

Receita Líquida e Volume

No 3T26, totalizamos 485 mil toneladas, volume 1,9% maior em comparação ao 3T25, como resultado de um maior peso médio da carcaça. Deste montante, 87% foi vendido no mercado doméstico.

A receita líquida da operação América do Norte foi de US$ 3.724 milhões no terceiro trimestre de 2026, aumento de 2,3% em comparação ao 3T25, explicado pelo aumento do volume vendido e pelo maior preço médio de venda (US$7,67/kg no 3T26 versus US$7,64/kg no 3T25).

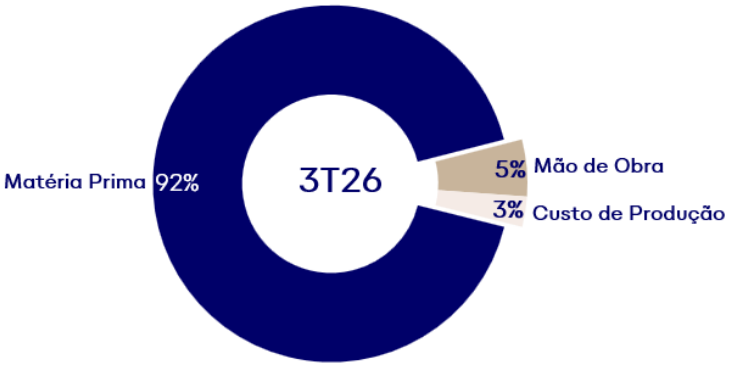
Em reais, a Receita Líquida foi de R$ 19.136,3 milhões no 3T26.



Custo do Produto Vendido

No 3T26, o custo dos produtos vendidos foi de US$ 3.599 milhões, aumento de 2,5% comparado ao 3T25, impactado negativamente pelos efeitos inflacionários nos custos de produção.

O preço médio utilizado como referência para a compra de gado – USDA National Steer – foi de US$ 230,8/cwt, valor 3,6% inferior ao 3T25, explicado pelo redimensionamento da capacidade instalada da produção norte-americana.

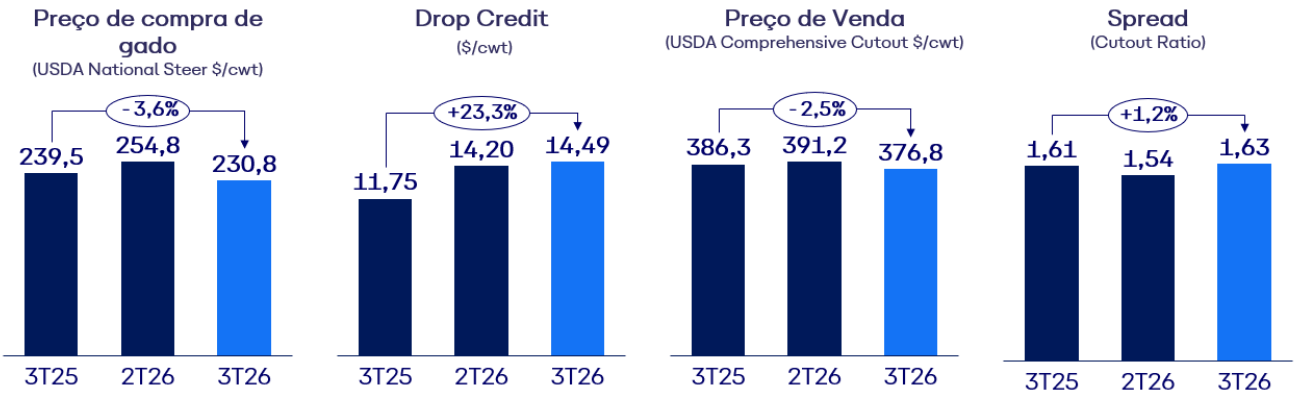


Lucro Bruto e Margem Bruta

O lucro bruto no terceiro trimestre de 2026 foi de US$ 125 milhões, 3,8% inferior ao resultado apresentado no 3T25, com margem bruta de 3,4%, 21 bps abaixo da margem apresentada no mesmo período de 2025. A involução da margem reflete os efeitos inflacionários que impactaram o custo no trimestre. Em reais, o lucro bruto foi de R$ 644,7 milhões.

No 3T26, o indicador geral de mercado do preço médio de venda - USDA Comprehensive - foi de US$ 376,8/cwt, valor 2,5% inferior ao 3T25.

No trimestre, os créditos de abate (Drop Credit) como couro, sebo e outros subprodutos, foram de US$ 14,49/cwt versus US$ 11,75/cwt no 3T25, contribuindo para a rentabilidade consolidada do segmento.



EBITDA Ajustado e Margem

No 3T26, o EBITDA ajustado foi de US$ 77 milhões, um aumento de 4,2% em relação ao apresentado no 3T25. Em reais, o EBITDA ajustado foi de R$ 398,1 milhões.

A margem EBITDA ajustada no 3T26 foi de 2,1%, 4 bps superior à margem do 3T25, justificado pelos fatores acima.

Toneladas (Mil tons)	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %	9M26	9M25	Var%
Volume Total	257	291	-11,7%	273	-5,6%	801	791	1,2%
Mercado Interno	150	176	-14,4%	152	-0,9%	458	490	-6,4%
Mercado Externo	107	116	-7,6%	121	-11,5%	343	302	13,7%

R$ Milhões	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %	9M26	9M25	Var%
Receita Líquida	6.169	5.659	9,0%	6.389	-3,4%	18.713	15.714	19,1%
Mercado Interno	2.675	2.185	22,4%	2.406	11,2%	7.688	6.504	18,2%
Mercado Externo	3.495	3.474	0,6%	3.983	-12,3%	11.024	9.209	19,7%
CPV	(5.125)	(4.732)	8,3%	(5.474)	-6,4%	(15.768)	(13.220)	19,3%
Lucro Bruto	1.044	927	12,7%	915	14,1%	2.945	2.493	18,1%
Margem Bruta (%)	16,9%	16,4%	55 bps	14,3%	260 bps	15,7%	15,9%	-13 bps
EBITDA Ajustado	647	628	3,0%	570	13,5%	1.832	1.551	18,1%
Margem EBITDA Ajustada (%)	10,5%	11,1%	-62 bps	8,9%	157 bps	9,8%	9,9%	-8 bps

No terceiro trimestre de 2026, a operação de Beef América do Sul apresentou resultados sólidos, refletindo a resiliência das exportações de proteína bovina e dos preços nos mercados doméstico e internacional.

A restrição comercial imposta pelo mercado chinês resultou em uma redução de 19%[2] no volume de abates no Brasil durante o trimestre, contribuindo para a queda sequencial no preço de aquisição do gado para abate. Apesar desse cenário, os mercados internacionais mantiveram níveis atrativos de preços que, combinados ao menor custo da arroba, favoreceram a rentabilidade da operação. Vale destacar que, ao longo do período, ainda que em menor volume, foram realizados embarques para a China para atendimento da cota 2027.

Mais uma vez, a estratégia de flexibilização comercial e diversificação de destinos mostrou-se um importante mitigador de volatilidades, contribuindo para a preservação das margens. Adicionalmente, a Companhia contou com o diferencial competitivo proporcionado pela plataforma da National Beef, que atuou como importante canal para as vendas destinadas aos Estados Unidos, um dos principais mercados para a carne bovina.

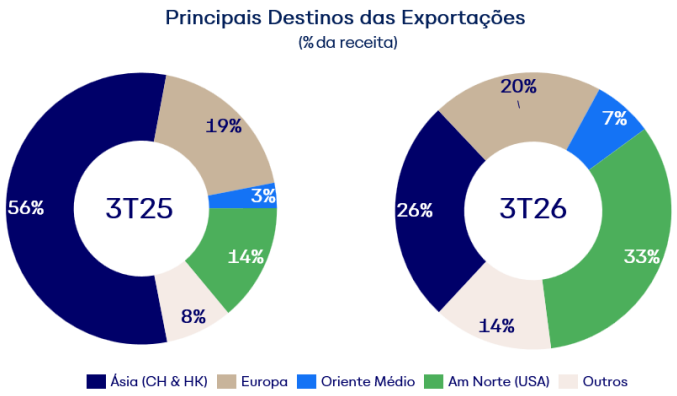
Vale destacar ainda que a Companhia possui uma plataforma de produção diversificada, com *footprint* industrial no Brasil, Argentina e Uruguai, o que proporciona flexibilidade para direcionar volumes e capturar as melhores oportunidades de mercado em cada região.

Complementando o desempenho do trimestre, o portfólio de produtos processados no Brasil e na Argentina apresentou elevados níveis de rentabilidade, atingindo patamar recorde, beneficiado pelo menor custo da matéria-prima. Adicionalmente, a operação de confinamentos contribuiu positivamente para os resultados do período, reforçando a captura de valor ao longo da cadeia produtiva.

Receita Líquida e Volume

No 3T26, o volume de vendas foi de 257 mil toneladas, 11,7% inferior ao mesmo trimestre de 2025. Apesar da redução, vale destacar que o patamar foi inferior ao movimento de mercado no Brasil, dada a restrição de embarques para a China. As vendas no mercado doméstico representaram 58% do volume do 3T26 e 60% do 3T25.

A receita líquida da operação América do Sul foi de R$ 6.169 milhões no 3T26, um crescimento de 9,0% em relação ao 3T25, explicado pela evolução do preço médio. No 3º trimestre de 2026, as exportações representaram 57% da receita do segmento. Do total das exportações no 3T26, aproximadamente 33% foram destinados aos Estados unidos (frente a 14% no 3T25), 26% para China e Hong Kong (56% no 3T25), e 20% para os países da Europa, evidenciando a flexibilidade e não dependência de nenhum mercado específico.



2 - Fonte: Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) – 3T26 versus 3T25

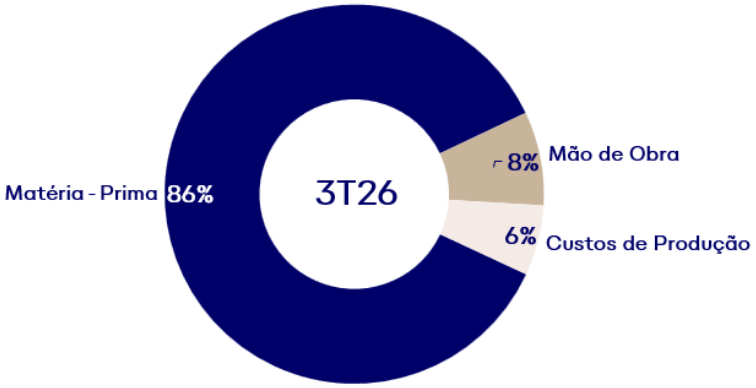
Custo do Produto Vendido

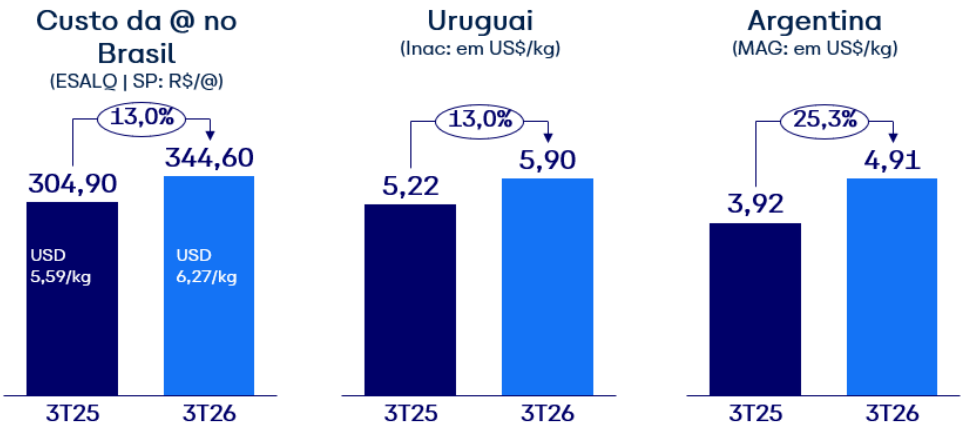
O custo de produtos vendidos no 3T26 foi de R$ 5.125 milhões, um crescimento de 8,3% em comparação com o 3T25 , explicado pelo aumento do custo da matéria - prima.

No Brasil, o custo de gado, com base na informação CEPEA/ESALQ, foi de R$ 344,60/@, um aumento de 13,0% em comparação ao 3T25. Enquanto o preço de exportação foi de USD6,27/kg no 3T26 versus USD5,59/kg no 3T25.

No Uruguai, de acordo com dados do INAC, o preço do gado no 3T26 foi 13,0% maior em comparação ao mesmo período de 2025 (US$ 5,90/kg no 3T26 versus US$ 5,22/kg no 3T25).

Na Argentina o custo de matéria - prima no trimestre foi de US$ 4,91/kg, 25,3% acima quando comparado com o mesmo período de 2025.





Lucro Bruto e Margem Bruta

No 3T26, o lucro bruto da operação América do Sul foi de R$ 1.044 milhões,12,7% acima do lucro bruto reportado no 3T25. A margem bruta foi de 16,9% ante 16,4% no mesmo período do ano anterior.

EBITDA Ajustado e Margem

No 3T26, o EBITDA ajustado da operação América do Sul foi de R$ 647 milhões, um crescimento de 3,0% na comparação com o 3T25. A margem EBITDA ajustada foi de 10,5% no trimestre, 62 bps inferior à margem do mesmo período de 2025.

Toneladas (Mil tons)	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %	9M26	9M25	Var%
Volume Total	1.309	1.333	-1,9%	1.219	7,3%	3.733	3.792	-1,6%
Mercado Interno	716	773	-7,3%	680	5,3%	2.046	2.187	-6,5%
Mercado Externo	593	561	5,7%	540	9,8%	1.687	1.605	5,1%

R$ Milhões	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %	9M26	9M25	Var%
Receita Líquida	16.118	16.283	-1,0%	15.428	4,5%	46.479	46.974	-1,1%
Mercado Interno	8.323	9.009	-7,6%	8.156	2,1%	24.091	25.733	-6,4%
Mercado Externo	7.795	7.274	7,2%	7.272	7,2%	22.388	21.241	5,4%
CPV	(12.446)	(12.256)	1,6%	(11.652)	6,8%	(35.318)	(34.802)	1,5%
Lucro Bruto	3.672	4.027	-8,8%	3.776	-2,7%	11.160	12.172	-8,3%
Margem Bruta (%)	22,8%	24,7%	-195 bps	24,5%	-169 bps	24,0%	25,9%	-190 bps
EBITDA Ajustado	2.568	2.525	1,7%	2.596	-1,1%	7.641	7.778	-1,8%
Margem EBITDA Ajustada (%)	15,9%	15,5%	43 bps	16,8%	-89 bps	16,4%	16,6%	-12 bps

No 3T26, alcançamos uma receita líquida de R$ 16.118 milhões, 1,0% inferior à registrada no mesmo período de 2025, com EBITDA de R$ 2.568 milhões e margem EBITDA de 15,9%.

No mercado interno, observamos uma retração de 7,3% das vendas na comparação anual como consequência da realocação de volumes no Brasil no terceiro trimestre de 2025 em função dos bloqueios sanitários temporários para a exportação de aves durante este período, sem impacto no volume consolidado da Cia.

O ambiente de consumo apresentou nova evolução sequencial no terceiro trimestre de 2026, impulsionando um crescimento de 5,3% t/t no volume vendido. Esse desempenho foi favorecido pela evolução dos nossos indicadores de execução comercial e logística, refletida na ampliação da base total e do número de itens vendidos por cliente, na maior aderência aos preços sugeridos e na redução da indisponibilidade de produtos nos pontos de venda.

No mercado externo, conquistamos 17 novas habilitações ao longo do trimestre, com destaque para países das Américas, do Oriente Médio e da União Europeia. A demanda por proteína de frango permaneceu sólida nos mercados internacionais e, em um cenário de oferta equilibrada, impulsionou a evolução dos volumes embarcados em diferentes cortes e destinos.

Na região do GCC[3], observamos uma acomodação dos preços em dólares. Ainda assim, em função da instabilidade geopolítica, os preços permanecem acima da média histórica. Os custos logísticos continuam pressionados, embora já seja possível observar uma gradual normalização do abastecimento.

Como resultado da força de nossos diferenciais competitivos em presença comercial, distribuição local e marcas líderes, atingimos recorde histórico de receita em dólares na região. E aliados à estratégia de ampliar a participação de produtos processados e semiprocessados nas vendas, no trimestre atingimos o maior patamar de produção nas unidades de Kezad, nos Emirados Árabes Unidos, e Dammam, na Arábia Saudita.

Na Turquia, o retorno da permissão para exportação de produtos de frango contribuiu para mitigar o desbalanceamento do mercado local, favorecendo a rentabilidade no período.

Na Ásia, observamos um arrefecimento dos preços da perna de frango nos principais mercados, mantendo-se, contudo, em níveis atrativos de rentabilidade. Para a proteína suína, os preços seguiram pressionados em decorrência do desbalanceamento global na oferta. Nesse cenário, a ampliação da presença em novos mercados por meio de habilitações, combinada às iniciativas de agregação de valor e inovação, contribuíram para mitigar os impactos desse ambiente de preços.

Na China, apoiados pelo desenvolvimento de parcerias com as contas globais e locais, a fábrica de Henan atingiu o maior volume de produção no mês de setembro, fechando o trimestre no maior patamar do ano.

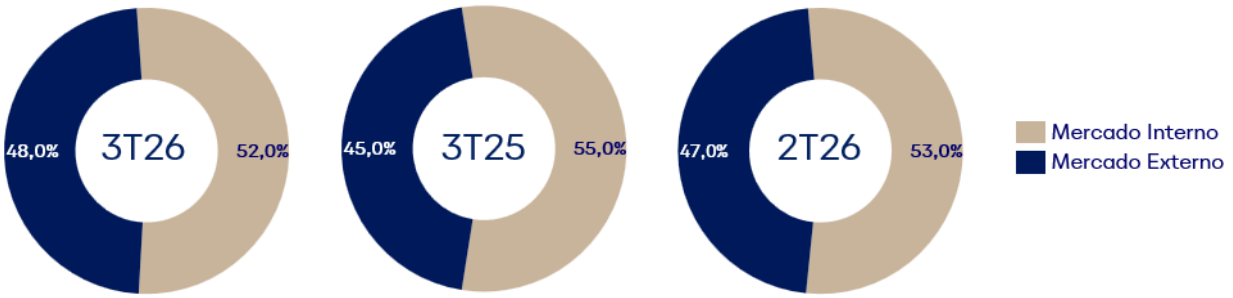
Nas Américas, atingimos recorde de volume de empanados no período com a marca Sadia no Cone Sul[4] e fizemos a primeira venda desse tipo de produto para o Reino Unido com a marca Perdigão.

3 - Gulf Cooperation Council (GCC): Países membro são Arábia Saudita, Bahrein, Catar, Emirados Árabes Unidos, Kuwait e Omã
4 - Grupo de países: Chile, Uruguai, Paraguai e Argentina

Receita Líquida e Volume

No 3T26, observamos uma retração da receita líquida de 1,0% a/a explicada pela redução do volume vendido em 1,9% e pela valorização do real frente ao dólar no período[5], mitigada pelo aumento do preço médio. Esse aumento de preço reflete a demanda resiliente do mercado externo pelas nossas proteínas, além da disciplina e efetividade da nossa estratégia de precificação e execução comercial.

Na comparação trimestral, o aumento de 4,5% da receita é justificado pela expansão de 7,3% dos volumes vendidos, apesar da queda de 2,6% do preço médio.



Custo do Produto Vendido

No 3T26, na comparação anual, notamos um aumento de 1,6% do custo, sendo explicado, majoritariamente:

i) pelo efeito do mix de produtos vendidos;

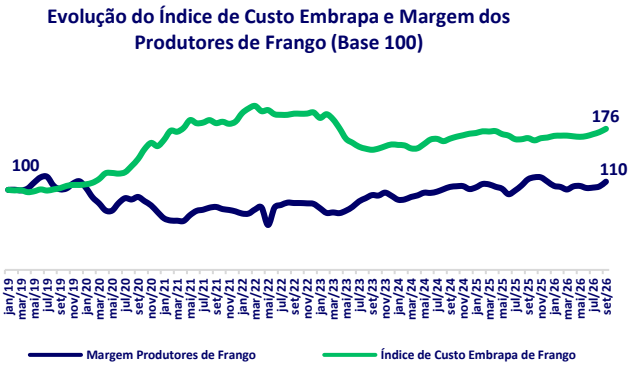
ii) pelo efeito inflacionário sobre produtos e serviços, impactando os custos da cadeia agro, embalagens, reajustes salariais e principalmente fretes, dado o aumento do diesel[6] no mercado interno e o efeito das alterações de rotas no Oriente Médio, impactando o mercado externo; e

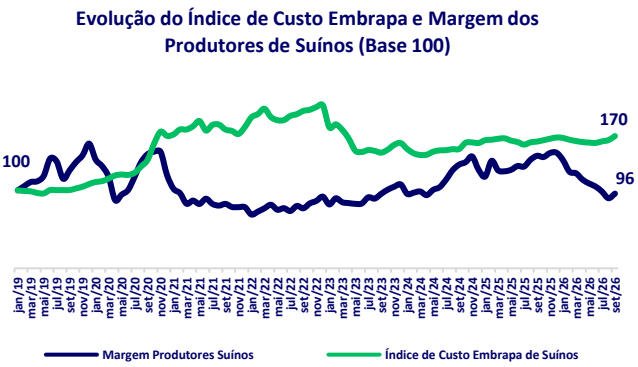
iii) pelo efeito cambial no giro dos estoques internacionais.

Esses efeitos foram parcialmente mitigados pela queda do custo de consumo de grãos no período (milho: - 4,4% a/a[7]) e pelos impactos do programa de eficiência, o MBRF+.

Na comparação trimestral, podemos observar um aumento de 6,8% do custo explicado pelo aumento de 7,3% dos volumes vendidos.

No trimestre, ao analisar o índice do custo teórico ICP Embrapa[8] observamos um aumento do custo de produção setorial para frango e suíno, influenciado, principalmente, pelo custo da ração em preços correntes na composição do índice, impactando negativamente a rentabilidade dos produtores[9] de frango e suíno.





5 - Fonte : Banco Central do Brasil – Ptax média R$ 5,14 no 3T26 versus R$ 5,45 no 3T25
6 - Fonte: ANP – Agência Nacional do Petróleo, Gás natural e Biocombustíveis (média 3T26 versus média 3T25 em +10,3%)
7 - Variação da média móvel de 6 meses do preço do milho 3T26 x 3T25. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ
8 - Variação do índice do custo de produção Embrapa (ICP Frango e ICP Suíno), disponibilizado publicamente no site www.embrapa.br
9 - Fonte: Bloomberg, CEPEA - Esalq, SECEX e IBGE. Preço do frango inteiro e carcaça suína em relação ao custo da ração ajustado pelo ciclo do frango e do suíno

Lucro Bruto e Margem Bruta

No 3T26, o lucro bruto da BRF foi de R$ 3.672 milhões, uma redução de 8,8% em relação ao 3T25. A margem bruta foi de 22,8%, ante 24,7% no 3T25.

EBITDA Ajustado e Margem

No 3T26, o EBITDA ajustado foi de R$ 2.568 milhões, aumento de 1,7% em comparação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA ajustada no trimestre foi de 15,9%, um aumento de 43 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 terceiro trimestre de 2026, a Sadia Halal alcançou receita em dólar recorde de US$ 621 milhões. A involução do EBITDA ajustado e margem na comparação sequencial reflete a acomodação dos preços na região, mas ainda sustentando patamar superior à média histórica.

No período também observamos uma normalização gradual do abastecimento, favorecendo a dinâmica de volumes.

Entramos também na fase final de entrega da fábrica de Jeddah, na Arábia Saudita, *greenfield* dedicado à produção de processados para atender a demanda da região por esse tipo de produto. Como destacado anteriormente neste relatório, atingimos volumes recordes de produção de processados nas unidades produtivas de Kezad, Emirados Árabes Unidos, e em Dammam, na Arábia Saudita.

US$ Milhões	1T25	2T25	3T25	4T25	2025	1T26	2T26	3T26
Receita Líquida	562	506	566	615	2249	596	590	621
EBITDA AJUSTADO	62	46	62	64	234	93	95	81
Margem EBITDA Ajustada (%)	11,0%	9,2%	11,0%	10,4%	10,4%	15,6%	16,1%	13,1%

Números Gerenciais (não auditados) apurados pela Companhia.

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



Destaques Marcas

MBRF
GLOBAL FOODS COMPANY

No terceiro trimestre de 2026, Perdigão Na Brasa, pelo terceiro ano consecutivo, foi "O Churrasco Oficial da NFL", reforçando sua atuação como patrocinadora da liga de esportes mais valiosa do mundo. O jogo realizado no Maracanã reuniu mais de 72 mil participantes e foi transmitido e divulgado amplamente pela mídia.

No período, lançamos Qualy Fácil, versão da marca voltada à "culinária com praticidade". O produto teve desempenho superior às expectativas nos primeiros meses de comercialização, sustentado por forte execução no varejo e elevada aceitação pelos consumidores.

Sadia encerrou sua participação na Copa do Mundo 2026 como uma das marcas mais lembradas pelos consumidores e esteve entre as 10 campanhas mais bem avaliadas no período, com mais de 534 milhões de visualizações e contribuiu para ganhos de *market share* valor para a MBRF.

Ao final do terceiro trimestre de 2026, a MBRF manteve a liderança nos mercados de processados e margarinas[10], fechando com 41% de *market share* valor. Nossas principais marcas, Sadia, Perdigão e Qualy, cresceram no período na leitura de processados e margarinas. Dados do painel de lares[11] também demonstram a continuidade da nossa liderança em Aves e Suínos em *share* volume e aumento na penetração nos lares *versus* 2025.

Esses avanços reforçam a forte conexão de nossas marcas com os consumidores brasileiros. No trimestre, Sadia e Perdigão conquistaram o 1° e o 2° lugares[12], respectivamente, como as marcas mais amadas na categoria Carnes e Derivados. Além disso, no Prêmio Folha Top of Mind 2026[13], uma das mais relevantes pesquisas de lembrança de marca no país, Sadia foi a marca mais lembrada nas categorias Ceia de Natal e Linguiça Calabresa, Qualy manteve sua liderança em Margarinas pelo 21° ano consecutivo e Deline foi reconhecida como marca destaque da Região Norte, reforçando a relevância e a preferência de nossas marcas em diferentes categorias e regiões do Brasil.

Em Pet Food, no terceiro trimestre do ano, a marca GranPlus da MBRF Pet, se destacou com o lançamento da campanha nacional “Alimente essa amizade” para marcar a entrada da nova linha GranPlus Performance no segmento Super Premium. A comunicação reforça os diferenciais nutricionais da linha por meio de uma abordagem emocional que conecta nutrição, cuidado e longevidade na relação entre cães e seus tutores. A estratégia contempla mídia digital, *streaming*, *Out of Home*, redes sociais, influenciadores e ativações em pontos de venda, apoiando a expansão da marca em categorias de maior valor agregado.

No mercado externo, tivemos a primeira produção da linha Three Dogs Super Premium na fábrica do Paraguai, projeto com o objetivo de otimizar a produtividade da fábrica e aumentar a nossa capacidade produtiva nos itens de maior valor agregado e tivemos um evento de lançamento do novo sabor de Biofresh Lombo e Abacaxi, aproximando a marca de parceiros e profissionais que influenciam diretamente a nutrição e o bem - estar dos pets.

MARKET SHARE em processados[14]

41,0%



10 - Nielsen Retail – leitura do 4°bi'26 Processados e Margarinas
11 - Wordpanel In natura Aves e Suínos MAT Q2'26
12 - ECGlobal Net Love Score 2026 - “As Marcas que conquistaram o Brasil 2026”
13 - Prêmio Folha Top of Mind 2026, Instituto Datafolha
14 – Fonte: Nielsen

Nos países do GCC, no terceiro trimestre, a campanha "Volta às Aulas" da Sadia ganhou relevância e visibilidade em toda a região, por meio de uma campanha 360° totalmente integrada, focada no portfólio de valor agregado de produtos empanados, destacando a praticidade como principal atributo e, ao mesmo tempo, reforçando a associação da Sadia com o momento do lanche.

A campanha proporcionou grande visibilidade em pontos de venda, offline e no ambiente digital, alcançando aproximadamente 28 milhões de consumidores do público-alvo e gerando 58 milhões de visualizações. Esse impacto foi ampliado por meio de parcerias com influenciadores, que destacaram ainda mais as receitas práticas, o sabor e a versatilidade do portfólio da Sadia.

Dando continuidade ao investimento em inovação, ampliamos o portfólio de produtos empanados por meio da linha Tempura com dois novos itens: os hambúrgueres de frango Tempura nas variantes Clássica e Picante, proporcionando uma experiência semelhante à de um restaurante em casa e, ao mesmo tempo, fortalecendo ainda mais a posição da Sadia na categoria.

Na Turquia, continuamos a dar visibilidade aos produtos inovadores lançados durante o segundo trimestre por meio de uma estratégia de comunicação contínua. Nossas campanhas em mídias digitais geraram 36,8 milhões de impressões e 7,3 milhões de visualizações. Estendemos essa comunicação ao mundo físico por meio de ativações experienciais voltadas ao consumidor. Após o evento de lançamento da Copa do Mundo da FIFA, organizamos mais 13 eventos para consumidores em toda a Turquia, envolvendo mais de 30.000 consumidores e criando oportunidades diretas de experimentação para nosso portfólio de inovações. Para transformar essas experiências em uma jornada "phygital", colaboramos com 63 influenciadores, gerando 188 conteúdos que alcançaram 13,1 milhões de impressões, ampliando significativamente o impacto de nossas ativações físicas nos canais digitais.

Para impulsionar a conversão no ponto de venda, combinamos a promoção por influenciadores com a execução de mídia de varejo nas principais plataformas de comércio eletrônico e *quick-commerce*. As campanhas de mídia de varejo geraram aproximadamente 11 milhões de impressões. Paralelamente, foram implementadas ações de visibilidade em 47 lojas em 6 cidades, reforçando a visibilidade dos consumidores no ponto de venda.

Para o restante do globo, a agenda de Inovação Internacional manteve forte ritmo de execução no terceiro trimestre de 2026, com a conclusão de 16 projetos e o lançamento de 26 novos SKUs, impulsionando a expansão do portfólio em mercados estratégicos como União Europeia, Reino Unido, Japão e Sudeste Asiático.

Entre os principais destaques do período estão o lançamento da linha de empanados Perdigão, com SKUs para o Reino Unido (1° embarque de produção de empanados desde 2017), e o avanço do portfólio para a Ásia, com destaque para Japão, Filipinas e Malásia.

Ao longo do período, participamos de importantes plataformas de negócios e visibilidade de marca, incluindo WOFEX (Filipinas), MIHAS (Malásia), Américas Food & Beverage Show (EUA), Expo Alimentaria (Peru) e Booker Trade Show (Reino Unido). As ações contribuíram para ampliar o relacionamento com clientes estratégicos, promover nosso portfólio e suportar os planos de expansão da MBRF nos mercados internacionais.

Market Share[15]	**35,1%** nos países do GCC	**20,6%** na Turquia

15 – Fonte: Nielsen

Destaques ESG



MBRF
GLOBAL FOODS COMPANY

Sadia · Perdigão · Qualy · Batavo · Pato · Barnvit · National Beef

Destaques e avanços da agenda ESG

Governança da Sustentabilidade

- **100% de conformidade em auditoria do Ministério Público Federal** que avalia critérios socioambientais da cadeia de fornecimento de gado.
- **1º lugar no prêmio Compliance Summit & Awards Brazil 2026 no segmento de Alimentos & Bebidas,** uma das principais premiações do país voltadas ao reconhecimento de programas de ética e integridade.
- **100% das embalagens dos Kits Natalinos 2026 compensadas ambientalmente,** em parceria com a Eureciclo.
- **Ouro na categoria Tecnologia do Prêmio ABRE 2026 com o pote Qualy Vegê Biocircular,** que utiliza matéria-prima renovável proveniente de óleo de cozinha pós-consumo.



Anexos

MBRF
GLOBAL FOODS COMPANY

DRE por operação

3T26	América do Norte		América do Sul		BRF		Corporate	
R$ Milhões	R$	%ROL	R$	%ROL	R$	%ROL	R$	%ROL
Receita Líquida	19.136	100,0%	6.169	100,0%	16.118	100,0%		-
CPV	(18.492)	-96,6%	(5.125)	-83,1%	(12.446)	-77,2%	(224)	-
Lucro Bruto	645	3,4%	1.044	16,9%	3.672	22,8%	(224)	-
DVG&A	(517)	-2,7%	(532)	-8,6%	(2.402)	-14,9%	(133)	-
EBITDA Ajustado	398	2,1%	647	10,5%	2.568	15,9%	(56)	-

Reconciliação EBITDA e EBITDA ajustado

Reconciliação EBITDA Ajustado	3T26	3T25
R$ Milhões		
Lucro/Prejuízo Líquido	210	94
Provisão de IR e CS	(529)	(21)
Participação de Acionistas não Controladores	24	90
Variação Cambial Líquida	(230)	53
Encargos Financeiros Líquidos	2.308	1.359
Depreciação / Amortização	1.702	1.905
EBITDA	3.485	3.480
Equivalência de não controladas	(13)	(4)
Despesas com reestruturação e incorporação BRF	18	0
Despesas com estruturação Sadia Halal	1	0
Hiperinflação	26	21
Outras Receitas/Despesas Operacionais	42	35,4
Outros Aj. Depr. Uruguai descont.	0	(28,9)
EBITDA Ajustado	3.558	3.503

Conversão contábil

Moedas	3T26	3T25	Var. %	2T26	Var. %
Dólar Médio (R$\|US$)	5,14	5,45	-5,7%	5,05	1,8%
Dólar Fechamento (R$\|US$)	5,18	5,32	-2,6%	5,18	0,0%
Peso Uruguaio Médio (UYU|US$)	40,17	40,11	0,1%	40,13	0,1%
Peso Argentino Médio (ARS|US$)	1.500,70	1.333,70	12,5%	1.410,40	6,4%

A MBRF



MBRF
GLOBAL FOODS COMPANY

Sadia · Perdigão · Qualy · Sadia Bassi · Pátria · Banvit · National Beef

Visão geral

LTM

+130 mil
FUNCIONÁRIOS

+120
PAÍSES

R$ 166 bi
RECEITA LÍQUIDA CONSOLIDADA

R$ 13,3 bi
EBITDA Aj CONSOLIDADO

R$ 10,5 bi
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL

Capacidade diária de abate



+24.000
Cabeças de gado

Capacidade diária de abate



40.000
Cabeças de suínos

Capacidade diária de abate



+6.000.000
Cabeças de aves

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



Turquia
- 3 Plantas Industriais
- 25 Centros de Distribuição
- 3 Escritórios Administrativos

Reino Unido
- 1 Escritório comercial

EUA
- 3 Unidades de abate
- 5 Unidades de processamento
- 1 Escritório comercial

Áustria
- 1 Escritório Administrativo

Ásia
- 1 Planta Industrial
- 4 Escritórios comerciais

Paraguai
- 1 Unidade de Pet food
- 1 Escritório comercial

Oriente Médio
- 3 Plantas Industriais
- 11 Centros de Distribuição
- 1 Escritório comercial

Brasil
- 2 Complexos industriais
- 1 Unidade de processamento
- 3 Centros de distribuição
- 38 Plantas industriais
- 53 Centros de Distribuição

Chile
- 4 Centros de distribuição
- 2 Escritórios comerciais

África do Sul
- 1 Escritório Administrativo

Argentina
- 1 Complexo industrial
- 3 Plantas industriais
- 1 Escritório comercial

Uruguai
- 4 Complexos industriais
- 1 Planta de processamento
- 1 Confinamento
- 2 Escritórios comerciais

MBRF
GLOBAL FOODS COMPANY

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

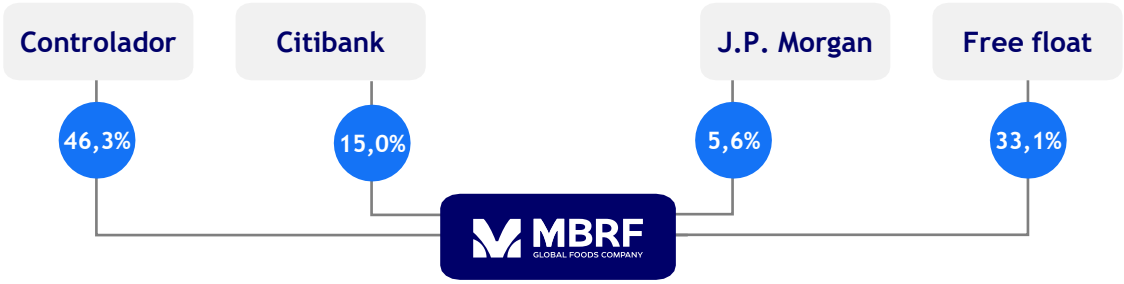
Alimentos e Petiscos

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
MBRF



Marcia A. M. Santos
MBRF



Rodrigo Marçal Filho
MBRF



Tang David
MBRF



Eurico Ramos Fabri
MBRF



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

José Ignacio Scoseria Rey
Diretor Vice-Presidente de Finanças, Relações com Investidores, Gestão e Tecnologia

Leticia Vaccaro

Fernanda Coutinho

Leonardo Squarizi

Daniel Mattei

Imprensa

E-mail: imprensa@mbrf.com

Disclaimer

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 30 de setembro 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.