



## **BRF: EBITDA CRESCE 25% NO 2º TRI**

*Queda da dívida líquida após forte geração de caixa levou à avaliação positiva da agência Standard & Poor's*

Os resultados da BRF no segundo trimestre de 2014 refletem a estratégia adotada pela nova administração, com foco em rentabilidade e maximização de valor. No período, houve forte geração de fluxo de caixa, atingindo R\$ 954,0 milhões ante R\$ 365,0 no 2T13, um crescimento de 161%. Esta performance demonstra melhoria no resultado operacional da companhia, otimização de seus investimentos e esforço consistente e sustentável de suas necessidades de capital de giro.

A BRF fechou o 2T14 com lucro operacional de R\$ 691,7 milhões, alta de 37,6% em relação ao 2T13. Ao atingir R\$ 1,0 bilhão, o EBITDA do 2T14 cresceu 25,1% perante o trimestre análogo do ano passado e resultou em margem de 13,0%. Ainda na comparação entre os dois períodos, o lucro líquido foi de R\$ 267,1 milhões, 28,1% maior.

A estratégia de priorizar mercados e itens de maior rentabilidade, assim como um bom desempenho de industrializados e aves in natura no mercado interno, gerou avanço na receita líquida consolidada, que atingiu R\$ 7,7 bilhões.

A dívida líquida seguiu em queda, fechando o período em R\$ 5,1 bilhões, 14,6% abaixo da registrada no 1T14. O nível da dívida líquida sobre EBITDA dos últimos 12 meses (1,51 vez) reforça a solidez da companhia, atestada pela Standard & Poor's, e a deixa em situação confortável para investir.

No período, a BRF lançou 24 produtos, 18 deles no mercado doméstico, 4 no exterior e 2 no segmento *food services*.

A companhia investiu R\$ 470,5 milhões no trimestre, valor 20,7% superior ao do 2T13, grande parte destinada à construção da fábrica de processados em Abu Dhabi, avanço importante no processo de internacionalização da BRF e no acesso a mercados locais, reforçado também com conclusão de duas operações - as aquisições da *Federal Foods*, nos Emirados Árabes Unidos, e de 40% no capital social da *Al Khan Foodstuff LLC*, atual distribuidora de produtos no Sultanato de Omã.

A campanha #jogapramim fez com que a Sadia, patrocinadora da Seleção Brasileira, se tornasse uma das cinco marcas relacionadas a futebol e Copa do Mundo mais lembradas espontaneamente pela população. A avaliação dos consumidores foi bastante positiva, com mais de 80% de aprovação e presença nos *trend topics* globais. A ação foi importante para reforçar a plataforma de esportes da empresa, que agora já direciona seus esforços para os Jogos Olímpicos de 2016, no Rio de Janeiro, evento do qual somos patrocinadores oficiais.



## **MERCADO INTERNO**

A etapa de consolidação da força de vendas do novo *go-to-market* (GTM), concluída neste trimestre em todas as regiões do Brasil, trouxe resultados animadores em termos de incremento de volumes, maior *cross-selling* entre as marcas e expansão do número de pontos-de-venda.

O GTM tem por objetivo aprofundar o conhecimento dos mercados regionais, aperfeiçoar o atendimento aos clientes e oferecer produtos de maior valor agregado.

No 2T14, as receitas no mercado interno chegaram a R\$ 3,3 bilhões, 7% maiores que o 2T13. O resultado operacional atingiu R\$ 384,2 milhões, 70,4% superior ao do 2T13, registrando margem operacional de 11,6%, ante 7,3% do período análogo de 2013.

## **MERCADO INTERNACIONAL**

Mesmo num cenário de pressão de custos e redução mundial da disponibilidade de bovinos e suínos, os resultados da BRF no mercado internacional foram significativos.

A companhia seguiu com a estratégia de se proteger contra a volatilidade desses mercados. Retirou volumes de regiões com margens mais baixas e alinhou seus preços em dólar, com alta média de 11,2% (+19,8% em reais) em comparação com o 2T13.

A receita foi 7,3% maior que a do 1T14. A margem operacional, por sua vez, foi de 7,8% no 2T14, superior aos 6,4% do 2T13 e 6,0% no 1T14.

## **LÁCTEOS**

Comparando com o 2T13, a atual estratégia de rentabilização do mix de vendas produziu queda de 13,5% no volume, embora o faturamento líquido tenha se mantido estável, com R\$ 702,9 milhões, um reflexo do preço médio, 15,3% mais alto. Em relação ao trimestre passado, houve crescimento de 7,2% da receita líquida, de 6,2% do preço médio, de 0,9% do volume e de 5,4p.p. da margem operacional.

## **FOOD SERVICES**

Na comparação anual, a BRF apresentou crescimento de 6,6% no faturamento líquido, e de 4,6% no volume, com destaque para as categorias de elaborados/processados.

## **PRIMEIRO SEMESTRE**

A BRF teve bom desempenho no período, com receita líquida de R\$ 15,0 bilhões. O crescimento consolidado de 2,0% teve como destaque a evolução do mercado interno consolidado (incluindo negócios de lácteos e *food services*), com avanço de 4,6% na receita em relação ao primeiro semestre de 2013.

Mesmo com volume total de vendas 9,8% inferior, a comparação com o 1S13 registra números positivos, com crescimento de 10,1% no lucro bruto (R\$ 3,9 bilhões); 21,3% no resultado operacional (R\$ 1,3 bilhão); 16,1% no EBITDA (R\$ 1,9 bilhão); e 2,7% no lucro líquido (R\$582,5 milhões).