



## **LUCRO DA BRF CRESCE 38% EM 2013**

A BRF fechou 2013 com lucro líquido de R\$1,1 bilhão, 38% superior ao apresentado em 2012. O Ebitda ajustado totalizou R\$3,6 bilhões, aumento de 35,3%, com melhoria da margem Ebitda, que atingiu 11,9%, ante 9,4% do ano passado.

O desempenho reflete o trabalho sustentável que foi feito neste ano de mudanças substanciais da companhia. O novo ciclo de desenvolvimento da BRF tem como foco clientes e consumidores e, embora esteja orientado a resultados de longo prazo, avanços importantes como melhorias operacionais e maior eficiência na otimização do capital de giro já permitiram que fluxo de caixa livre crescesse 10 vezes, passando de R\$115 milhões em 2012 para de mais de R\$1,5 bilhão em 2013.

A receita líquida no ano atingiu R\$30,5 bilhões, 7% superior ao registrado em 2012, demonstrando a capacidade de resiliência da companhia frente ao cenário ainda desafiador nos mercados, bem como a força das marcas, especialmente Sadia e Perdigão, que se mantiveram como as duas mais lembradas pelo consumidor (*Top of Mind*). No segmento de margarinas, Qualy segue como marca Top of Mind, posição que ocupa há quase uma década. Se considerados os efeitos do TCD (Termo de Compromisso de Desempenho), que estabeleceu vendas de ativos e suspensão temporária do uso de marcas, o crescimento de receita seria de 12%.

No decorrer de 2013, a BRF lançou 219 novos produtos, sendo 99 no mercado doméstico, 96 no mercado externo e 24 novos produtos no segmento de Food Services. A interatividade com o consumidor foi bastante explorada, tanto para nortear o direcionamento da companhia no novo ciclo – como a pesquisa de satisfação realizada ao longo do ano com mais de mil entrevistas com clientes – quanto para reforçar o diálogo da empresa com seus consumidores, com campanhas envolventes, como a inovadora “Dia da Ceia da Árvore”, que atingiu aproximadamente 90% de visibilidade de mercado.

Os investimentos da BRF totalizaram R\$ 1,5 bilhão em 2013, direcionados principalmente a projetos de automação e melhoria de processos, principalmente nas áreas de TI e logística. Os destaques ficaram por conta da inauguração do Centro de Inovação em Jundiaí (SP) e do início da construção da fábrica de processados no Oriente Médio. Para 2014, a companhia espera manter os investimentos neste mesmo patamar.

O volume financeiro de ações negociado 2013 atingiu a média diária de US\$80,7 milhões, 6,2% superior a 2012. O resultado apresentado por ação, excluindo os papéis em tesouraria, foi de R\$1,22, comparado a R\$0,89 de 2012, o que representa uma variação positiva de 37%.



O Ciclo de Planejamento Estratégico do período 2014-2017 (BRF-17) foi construído ao longo do segundo semestre com o objetivo de revalidar a BRF como uma companhia que constrói valor por meio da força das suas marcas e da inovação dos seus produtos, se distanciando da sensibilidade de preços e das estreitas margens dos produtos commodities. Com estes direcionamentos, a companhia está confiante que o novo ciclo de desenvolvimento vai trazer ganhos expressivos, como o incremento de R\$1,9 bilhão no resultado operacional até 2016.

### **MERCADO EXTERNO**

No Mercado Internacional, a estratégia de investir em produtos processados, com marca forte e em mercados com franca expansão, priorizando o acesso a mercados locais, norteou a oferta vinculante com acionistas da Al Khan Foods – AKF, para aquisição de 40% de participação no capital social da líder na distribuição de alimentos congelados no Sultanato de Omã, e na oferta para adquirir direitos adicionais de emissão da Federal Foods Limited, em conformidade com os limites estipulados pela legislação e prática usual nos Emirados Árabes Unidos.

O mercado do Oriente Médio rendeu destaque às operações internacionais da Companhia, com o acordo de cooperação firmado entre BRF e Americana Group no final de Dezembro, por meio do qual as companhias passam a conduzir uma análise estratégica para atuarem de maneira colaborativa na região. O ano de 2014 será marcado pela inauguração da nova fábrica de Abu Dhabi, nos Emirados Árabes Unidos, a primeira construída pela BRF fora do Brasil.

No Extremo Oriente, o destaque foi o início das exportações de suínos ao Japão, destacando a BRF como uma das primeiras empresas brasileiras a realizar esse tipo de operação.

No total de 2013, a BRF exportou 2,5 milhões de toneladas, apresentando crescimento de 1,5% em relação ao ano anterior. O importante aumento de preços conquistado no ano, 11,2%, que teve contribuição de desvalorização do real em 10,4%, levou ao acréscimo de 12,9% na receita líquida, que atingiu a expressiva cifra de R\$ 13,1 bilhões. A companhia encerrou o ano com lucro operacional de 3,0%, superior ao 1,3% obtido em 2012.

### **MERCADO INTERNO**

O objetivo de tornar a BRF uma empresa direcionada para o cliente e o consumidor norteou o trabalho da Companhia para o mercado interno em 2013, contemplando uma reestruturação do organograma, inclusive com a criação do cargo de CEO Brasil para comandar o redesenho e a gestão de todos os processos. O novo processo de go-to-market (GTM) permitirá migrar da orientação industrial para um modelo direcionado ao mercado. A área de vendas foi consolidada, criando a figura do “vendedor BRF”,



preparado para oferecer um portfólio completo, com todas as marcas oferecidas pela empresa.

Paralelamente, para obter maior integração da cadeia de planejamento, foram reestruturadas as Vice-Presidência de Operações e a Vice-Presidência de Planejamento e Supply Chain, que substituiu a Vice-Presidência de Planejamento Integrado e passa a ser responsável também pelas diretorias de Agropecuária, Engenharia e Gerência de Planejamento.

As receitas do mercado interno atingiram R\$ 13,0 bilhões, 2,8% superiores a 2012. Um dos destaques no ano foi o lançamento do iogurte grego da Batavo, que saiu de 1% em junho para 8% de market share no fim do ano; e as linhas Arroz Mais e Sandubas Hot Pocket, dentro da plataforma de conveniência da Sadia.

### **LÁCTEOS**

A estratégia da companhia em focar num mix de maior valor agregado com redução da dependência de leites UHT permeou o ano, o que ajudou o negócio a ter resultados mais expressivos. Em 2013 a empresa registrou crescimento de 3,5% no faturamento líquido da divisão, totalizando R\$2,8 bilhões.

### **FOOD SERVICES**

O foco da BRF para Food Services esteve voltado à otimização das operações, com investimentos em inovação e treinamento. A busca da produtividade por meio da excelência em execução norteou os projetos dentro deste segmento e também seguirá nestes moldes em 2014, quando a companhia iniciará a expansão do modelo para o mercado internacional, avaliando as oportunidades na Europa, Cone Sul e Oriente Médio. No acumulado do ano, o lucro operacional ficou 7,5% acima atingindo R\$ 177 milhões, refletindo o esforço de redução de gastos operacionais.

## **4º TRIMESTRE**

A receita líquida da BRF no 4º trimestre de 2013 (4T13) cresceu 0,8% em relação ao mesmo período do ano anterior e atingiu R\$ 8,2 bilhões. A melhor gestão financeira permitiu uma situação de caixa ainda mais confortável, com o fluxo de caixa livre chegando a R\$578,2 milhões no 4T13 contra os R\$197,9 milhões gerados no mesmo período do ano anterior e os R\$518,2 milhões do 3T13.

O lucro líquido foi de R\$ 208 milhões e o Ebitda ajustado atingiu R\$ 954 milhões, resultando em margem EBITDA ajustada de 11,6%.

O volume financeiro de ações negociado atingiu a média de US\$ 71,5 milhões/dia no trimestre, 0,42% superior ao mesmo período do ano anterior.



O mês de janeiro de 2014 já sinalizou importante retomada de participação da companhia em todos os seus principais mercados, bem como maior equilíbrio no nível dos estoques internacionais, trazendo os preços deste mercado a um patamar mais positivo. Esses fatores, somados ao otimismo da companhia em relação aos ganhos operacionais e financeiros proporcionados pelo novo ciclo, apontam um ano bastante favorável para a BRF.

***BRF - COMUNICAÇÃO CORPORATIVA***