



## BRF alcança receita operacional líquida de R\$ 8,6 bilhões no quarto trimestre de 2016

*No ano, volumes de vendas crescem 16,7% nos mercados internacionais na comparação com 2015*

A BRF alcançou receita operacional líquida de R\$ 8,59 bilhões (+1% t/t) no quarto trimestre de 2016. O lucro bruto registrado foi de R\$ 1,69 bilhões (-10,1% t/t) e margem bruta de 19,7%, 2,4 p.p. abaixo do terceiro trimestre do mesmo ano. O EBITDA do período foi de R\$ 559 milhões (-36,9% t/t), com margem EBITDA de 6,5%, 3,9 p.p. abaixo do 3T16.

O CAPEX no trimestre atingiu R\$ 551 milhões e o fluxo de caixa operacional foi de R\$ 748 milhões, após investimentos. Ajustado pelos impactos (pro-forma) das empresas adquiridas, a BRF obteve: i) ciclo financeiro de 22,4 dias, melhora de 10,4 dias vs. 3T16; e ii) ROIC (Return on Invested Capital) de 8,26%.

O ano de 2016 foi marcado por desafios que impactaram os resultados de curto prazo da BRF. A combinação de fatores setoriais, conjunturais e de incertezas políticas, somada a alguns desafios de execução interna, levaram a resultados muito aquém do esperado e muito abaixo do potencial da companhia.

Ao mesmo tempo em que os resultados de curto prazo deixam a BRF profundamente inconformada, a companhia está satisfeita com as evoluções estruturais feitas para a construção do longo prazo dos negócios. A BRF segue em seu processo de crescimento global, com volumes de vendas nos mercados internacionais subindo 16,7% a/a.. Mesmo excluindo as aquisições do período, o aumento ainda seria de 5,9%.

No mundo Halal, as aquisições em Omã, Malásia e, mais recentemente, o anúncio na Turquia, foram passos importantes para a materialização da OneFoods. Com a nova entidade já operando, a BRF poderá avaliar melhor as oportunidades estratégicas para acelerar o crescimento nos mercados muçumanos, bem como uma potencial capitalização.

No Brasil, foram realizados investimentos em execução comercial, para melhorar cada vez mais o nível de serviço por meio de: (i) uma nova estratégia GTM (“go-to-market”), que focou muito em segmentação; (ii) uma nova estratégia comercial para o canal “cash & carry”; e (iii) do restabelecimento do fluxo de lançamentos e inovação da Companhia.

A área de Supply teve um papel ainda mais relevante este ano, ajudando a mitigar parcialmente os impactos do custo da ração. A companhia focou em novas formulações e melhorou os indicadores técnicos de produtividade e conversão alimentar, com



ÁFRICA

ÁSIA

BRASIL

EUROPA

LATAM

ORIENTE MÉDIO



ajustes de capacidade, mitigando o impacto do ciclo negativo ao mesmo tempo em que manteve uma flexibilidade produtiva importante.

A BRF entra em 2017 completamente focada na execução comercial e operacional de seus negócios, avançando na otimização da cadeia produtiva, ampliando o portfólio com novos lançamentos e se aproximando cada vez mais do consumidor. Dessa forma, a companhia segue entregando seu propósito de alimentar o mundo, transformando a BRF em uma empresa mais rentável e admirada, com marcas e presença fortes nas mais diversas regiões do globo.

### Desempenho Regional

O Brasil teve um quarto trimestre atípico em 2016. A sazonalidade de festivais, que historicamente avança as margens e o resultado da região no período, foi fortemente afetada pelo aumento nos custos de produção, principalmente pela alta nos preços dos grãos. Com um cenário de consumo ainda fraco, o aumento de preço foi marginal e não compensou a alta dos custos. Com isso, a BRF encerrou o 4T16 com uma ROL de R\$ 4 bilhões (+10% t/t). A companhia finalizou o 4T16 com um EBITDA de R\$ 444 milhões e uma margem EBITDA de 11% na região.

Na regional conhecida como MENA, que compreende os países do Oriente Médio e Norte da África, a ROL totalizou R\$1.481 milhões no 4T16 (-5,2% t/t), decorrente de: (i) queda de 3,0% nos volumes, principalmente em função de um cenário macroeconômico mais desafiador na região; e (ii) preços médios menores em reais (-2,1% t/t) em função da estratégia de defender nossos volumes em países-chave. Por outro lado, o volume de processados segue crescendo de forma acelerada (+15,1% t/t). Contudo, mesmo com os esforços de OBZ na redução de despesas, a margem EBITDA no 4T16 contraiu 3,7p.p. t/t.

A região da Ásia totalizou uma ROL de R\$1.129 milhões no 4T16, resultando em uma queda de 12,3% na comparação trimestral. O recuo de 7% t/t dos volumes foi impactado por: (i) menor volume no Japão (-29,4% t/t), pressionado por estoques locais ainda elevados e pela desvalorização da moeda local frente ao Real (-5,1% t/t); (ii) suspensão de uma das plantas habilitadas à China, levando a um decréscimo de volumes para o país; e (iii) uma competição local mais agressiva. Como resultado, a margem EBITDA da região atingiu 11,8% no 4T16, uma queda de 2,5 p.p. t/t.

A Europa continuou sofrendo diante de um cenário macroeconômico e setorial mais desafiador. Apesar do crescimento de 1,3% t/t nos volumes da sub-região, o volume consolidado caiu 5,3% t/t em função da sazonalidade de final de ano na Eurásia. Como consequência, a ROL caiu 10,6% t/t e totalizou R\$860 milhões no 4T16. Diante de todos esses desafios, a margem EBITDA da região contraiu 8,5p.p. t/t.



ÁFRICA

ÁSIA

BRASIL

EUROPA

LATAM

ORIENTE MÉDIO



A ROL de Latam, que compreende todos os países da América com exceção do Brasil, totalizou R\$585 milhões no 4T16 (+6,3% t/t), impactada positivamente por maiores volumes (+8,5% t/t) devido: (i) ao incremento de volumes para México e Cuba no trimestre; e (ii) aumento de volume de processados na região do Cone Sul. Por outro lado, a crise econômica na Argentina continuou impactando a rentabilidade da região. Além disso, o excesso de oferta de peru no Chile, que representa 50% do total desse mercado, pressionou os preços e comprimiu margens. Com isso, a região apresentou uma queda de 8,9p.p. t/t em sua margem EBITDA consolidada.

A África continua a sua escalada de volume (+6,5% t/t), apesar dos desafios macroeconômicos específicos da região, como o baixo preço de petróleo e a alta inflação. Como resultado, a ROL da região totalizou R\$201 milhões no 4T16, um aumento de 5,1% t/t. Apesar do crescimento de volumes t/t na região, a maior participação de produtos in natura impactou negativamente a margem EBITDA em 2,1 p.p. t/t.

### Sobre a BRF

A BRF é uma das maiores companhias de alimentos do mundo, com mais de 30 marcas em seu portfólio, entre elas, Sadia, Perdigão, Qualy, Paty, Dánica, Bocatti e Vienissima. Seus produtos são comercializados em mais de 150 países, nos cinco continentes. Mais de 105 mil funcionários trabalham na companhia, que mantém 54 fábricas em sete países (Argentina, Brasil, Emirados Árabes Unidos, Holanda, Malásia, Reino Unido e Tailândia).



ÁFRICA

ÁSIA

BRASIL

EUROPA

LATAM

ORIENTE MÉDIO