

## RECEITA LÍQUIDA DA BRF ATINGE R\$ 8,2 BILHÕES NO 1º TRIMESTRE DE 2018

*Resultado é 5% superior ao registrado no primeiro trimestre de 2017;  
Base de clientes segue aumentando no Brasil e já supera 190 mil pontos de venda.*

**São Paulo, 10 de maio de 2018** – A receita operacional líquida da BRF atingiu R\$8,2 bilhões no 1º trimestre de 2018, um aumento de 5% frente ao trimestre do ano anterior. Este crescimento reflete o avanço dos volumes comercializados especialmente no Brasil, Turquia, China e Hong Kong que, juntos, registraram alta de 5,7%. No período, o lucro bruto avançou 11,7% e atingiu R\$1,5 bilhões, e o prejuízo líquido recuou 60,2% para R\$ 114 milhões. O EBITDA Ajustado totalizou R\$802 milhões, alta de 40,7% em relação ao mesmo período do ano passado.

No Brasil, o destaque foi o crescimento de volumes de 9,6%, puxado principalmente pela categoria in natura (+22,5% a/a) e processados (+4,7% a/a). Este desempenho reflete a estratégia de oferecer um portfólio de produtos mais adequado para a atual realidade de consumo no país, ajustando a execução comercial em um mercado com maior disponibilidade de produtos, dadas as restrições em outros mercados, tais como, Europa e Rússia. Além disso, o volume também foi impulsionado por um maior número de clientes, que atingiu 191 mil pontos de venda no primeiro trimestre do ano, um crescimento de 13,5% no mesmo período de 2017.

Referente ao *market share*, a Companhia passou a considerar, a partir deste trimestre, o canal de atacado (cash & carry), que representa aproximadamente 20% do mercado total (share valor) e onde a BRF tem menor participação das vendas. Também foram incluídas novas categorias à contagem de embutidos: linguiça frescal; em congelados: hambúrguer, lanches prontos, tortas e porcionados – quibes e almondegas; e em frios: fatiados e afiambrado. Com isso, a companhia atingiu 45,7% de participação de mercado, um ganho de 1,1% se comparado ao mesmo período do ano passado. Esse ganho decorreu principalmente do canal de autosserviço atacados, onde temos aprimorado significativamente nossa execução e presença em loja.

A OneFoods, unidade dedicada ao atendimento dos mercados muçulmanos, também registrou um bom desempenho operacional no período, totalizando receita líquida de R\$1,8 bilhão no primeiro trimestre do ano, um aumento de 39,6% frente ao trimestre do ano anterior. Ao excluir a aquisição de Banvit, em junho de 2017, a receita líquida cresceu 1,4%, frente uma queda de 10,4% nos volumes. Este resultado reflete o melhor equilíbrio da oferta e demanda e um esforço local para recuperação de margem.

Na divisão Internacional, que consolida as operações de Ásia, Europa, Américas e África, o destaque ficou para a expansão da margem EBITDA ajustada, cujo crescimento foi de 8%, reflexo da melhor dinâmica comercial na Ásia, com destaque para maiores volumes na China e Hong Kong, melhora na curva de custo e racionalização da estrutura de gastos na região. No período, a receita líquida totalizou R\$ 1,08 bilhão, frente R\$ 943 milhões registrado no ano anterior, uma alta de 12,9%.

A receita líquida no Cone Sul, divisão que contempla as operações de Argentina, Bolívia, Chile, Paraguai e Uruguai, aumentou 12,4% frente ao trimestre anterior, atingindo R\$ 592 milhões. Este índice foi impactado positivamente pelo crescimento de 13,2% com a venda de peru in natura no Chile. Por outro lado, o maior custo da matéria-prima de bovinos, peru, suínos e frango, pressionaram a margem bruta da região em 1,1%. Contudo, a margem EBITDA ajustada expandiu 0,9%, suportado por uma melhor eficiência na gestão de despesas.

Os investimentos realizados no trimestre totalizaram R\$467 milhões, sendo R\$146 milhões destinados para crescimento, eficiência e suporte; R\$254 milhões para ativos biológicos; R\$33 milhões para arrendamento mercantil e R\$35 milhões de outros investimentos. Destacamos a redução do nível de investimento da Companhia em R\$13 milhões quando comparado ao 1T17, reflexo de uma postura mais criteriosa na alocação de capital e comprometimento da companhia com a trajetória de redução do patamar de alavancagem.

### **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 140 países, nos cinco continentes. Mais de 100 mil funcionários trabalham na companhia, que mantém mais de 50 fábricas em oito países (Argentina, Brasil, Emirados Árabes Unidos, Holanda, Malásia, Reino Unido, Tailândia e Turquia).