

Operadora:

Bom dia senhoras e senhores e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos ao Webinar do Grupo Fleury referente aos resultados do 3T21. Estão presentes hoje conosco a Sra. Jeane Tsutsui, Diretora Presidente, e o Sr. José Filippo, Diretor Executivo de Finanças e de Relações com Investidores.

Informamos que este evento está sendo gravado e conta com tradução simultânea para o Inglês. Durante o evento todos os participantes estarão apenas ouvindo à apresentação da Empresa. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta apresentação relativas às perspectivas de negócio da Companhia, projeções, metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria do Grupo Fleury, bem como informações atualmente disponíveis para Companhia. Considerações futuras não são garantia de desempenho, e envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. As condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros da Empresa e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Gostaria agora de passar a palavra para a Sra. Jeane Tsutsui. Por favor, Sra. Jeane, pode prosseguir.

Jeane Tsutsui:

Bom dia a todos e todas. Sejam bem-vindos a divulgação de resultados do Grupo Fleury referente aos resultados do 3T21. Pelo segundo trimestre consecutivo, o Grupo Fleury registrou recorde de receita bruta, alcançando R\$ 1,1 bilhão no 3T21. Trata-se de um crescimento de dois dígitos sobre qualquer base de comparação, uma expansão de 17% em relação ao mesmo período de 2020 e de 10% em relação ao 2T21.

No acumulado dos nove primeiros meses do ano, o crescimento da receita bruta alcançou 39,4% em relação ao mesmo período de 2020, como podemos ver nos destaques do slide três. Vale ressaltar que comparando ao período pré-pandemia, o Grupo Fleury apresentou crescimento de 29,6% em relação aos nove primeiros meses de 2019.

O Grupo cresceu em todas as suas frentes de medicina diagnóstica aos novos elos da cadeia. Estamos crescendo e de forma lucrativa. O EBITDA recorrente no trimestre atingiu R\$ 300 milhões, margem de 29,2%, sendo que no ano chegamos a R\$ 835 milhões, margem de 29,3% um aumento de 287 bps em relação ao mesmo período de 2020.

O lucro líquido ajustado do trimestre alcançou R\$ 104 milhões e no acumulado do ano R\$ 309 milhões, resultado 163% superior ao do mesmo período de 2020. Esses resultados demonstram nossa disciplina financeira em um cenário de maior estabilidade quando comparado ao do ano anterior, bastante afetado pela pandemia de COVID-19.

Seguindo o nosso objetivo de acelerar o crescimento, tanto de forma orgânica quanto por meio de aquisições, há poucos dias anunciamos a aquisição do laboratório Marcelo

Magalhães, uma referência em medicina diagnóstica com exames de análises clínicas em Pernambuco, ilustrado no slide quatro. Com essa aquisição que aguarda aprovação pelo CADE, reforçaremos a nossa presença no estado e aumentaremos a capilaridade para 31 unidades de atendimento na região metropolitana de Recife, onde a Empresa já atua com exames de análises clínicas e imagem por meio das marcas A+ Medicina Diagnóstica e DiagMax.

No trimestre, também concluímos as aquisições dos laboratórios Pretti e Bioclínico, duas tradicionais marcas do mercado capixaba, adicionando mais 40 unidades de atendimento na região metropolitana da Grande Vitória.

Nossa ambição de construir um ecossistema completo de saúde, de fato capaz de acompanhar o paciente ao longo de toda sua jornada de cuidado, vem se consolidando com movimentos relevantes como a integração da clínica Vita de Ortopedia.

No slide cinco, podemos ver como essa integração de jornada já acontece. Passamos a oferecer aos nossos clientes consultas na Clínica Vita, exames diagnósticos completos em nossas unidades Fleury, tratamento com reabilitação nas unidades Vita Care, cirurgias e procedimentos ortopédicos realizados em ambiente de Day Clinic, além de serviços de acompanhamento do paciente com amplo foco em saúde integrada e bem-estar.

O slide seis demonstra que no 3T21 o avanço do Grupo em novos elos da cadeia e em Saúde D, a nossa plataforma de saúde, representou um crescimento de receita de 541% em relação ao 3T20 e de 110% em relação ao 2T21 com representatividade de 7,8% da receita bruta. Se levarmos em consideração que esse movimento de diversificação começou a ser intensificado há apenas um ano, fica evidente o potencial de crescimento que temos pela frente.

Vale ressaltar que neste período os exames de análises clínicas ex-COVID tiveram expansão de 9% em relação ao 3T20 e 7,9% em relação ao 2T21. Os de imagem tiveram um crescimento ainda mais forte 16,8% e 12,6% em relação ao 3T20 e 2T21, respectivamente. Além disso, pela primeira vez registramos um volume maior do que o do período pré-pandemia uma exposição de 10,6% em relação ao 3T19.

É importante destacar também a contínua expansão de nossa atividade de medicina de precisão. A área de genômica apresentou crescimento de receita de 43,5% no 3T21 em comparação com o mesmo período do ano passado.

Em relação aos exames de COVID-19, o terceiro trimestre demonstrou diminuição consistente da participação no faturamento do Grupo. Foram realizados 400 mil exames no período, o equivalente a 6% da receita bruta, o menor índice desde que começamos a oferecer este serviço. O crescimento da receita em exames eletivos reflete a menor dependência dos exames de COVID-19.

Também aceleramos a expansão do nosso atendimento móvel. No 3T21, esse serviço apresentou crescimento pelo sexto trimestre consecutivo, alcançando 7,3% do faturamento total do Grupo.

Seguimos confiantes de que as mudanças recentes no comportamento dos clientes, como o anseio pelo atendimento móvel, vieram para ficar. Acreditamos que a saúde deve ser integrada, preventiva e híbrida, combinando ofertas físicas e digitais.

Acreditamos também que o melhor para o paciente e para toda a sustentabilidade do sistema é que as necessidades de saúde de baixa complexidade sejam tratadas fora de hospitais. É por isso que estamos tão confiantes no potencial da *health tech*, Saúde D. Em um pouco mais

de um ano, por meio de nossa plataforma de saúde, realizamos mais de 720 mil consultas médicas, o que posiciona o Grupo como um dos maiores prestadores desse tipo de serviço no país.

A plataforma começou como um serviço B2B to C, que hoje soma 25 milhões de clientes potenciais. Recentemente, depois de um teste piloto e de investimentos em *user experience*, fizemos uma atualização do *marketplace* para o B2C, como podemos ver no slide sete.

Para ir ao encontro das necessidades do público alvo, clientes das classes C e D sem acesso ao plano de saúde, a plataforma começa a oferecer tele consultas médicas e exames avulsos com preços competitivos.

Além disso, no 3T21, o Saúde D ampliou sua oferta de cirurgias alcançando quase 50 tipos de procedimentos realizados em parceria com hospitais e hospitais Dia. Hoje, já há contratos assinados com seis instituições: BR Surgery, Day Clinic Fleury, SP Plus, Rede Opty, Rede Opera, Bupa Clinic.

Outra frente de potencial a expansão da nossa plataforma é a recente parceria fechada com a AMIGOapp, referência em soluções digitais para o mercado de saúde. Os mais de 20 mil médicos cadastrados no AMIGOapp poderão ter acesso ao Consultório ID, solução da saúde de paramédicos que atualmente já oferece acesso a ferramentas como telemedicina, prontuário eletrônico e acompanhamento de exames a quatro mil médicos cadastrados. A tese da parceria é alavancar as forças de ambos os *players*, gerando cada vez mais valor para a comunidade médica e pacientes.

E para dar aos pacientes cada vez mais autonomia e tornar sua jornada ainda mais digital, o Grupo Fleury fechou, em setembro, uma parceria com a IBM. Com o uso de tecnologias de inteligência artificial e automação o projeto vai desenvolver uma nova experiência para o cliente nos diferentes canais de atendimento do Grupo, incluindo a criação de um agente de atendimento virtual.

Além de apoiar a expansão dos negócios com a oferta de novos serviços e produto (10:44). A busca por agilidade no atendimento vai ao encontro da demanda de um público cada vez mais engajado digitalmente e escala a opção de autosserviço para toda a base de clientes do Grupo.

Além da inovação por meio de parcerias, temos intensificado nossos esforços em pesquisa e desenvolvimento. Como resultado, ao longo deste ano desenvolvemos 204 novos produtos e fizemos alterações de metodologia em outros 106.

Um exemplo importante do avanço desse campo foi o lançamento do *check up* pós-COVID no 3T21. O novo produto inclui exames para diagnóstico de alterações residuais no sistema respiratório, cardiovascular, neurológico e outros. Estimativas indicam que até 20% dos pacientes que contraíram a doença ficam com algum tipo de sequela. Todas essas iniciativas fazem do Grupo uma empresa líder em inovação no setor.

Com isso, buscamos aumentar a satisfação e a fidelização dos clientes e reforçar o Grupo Fleury como destino preferencial para soluções em saúde. Atenta ao nosso papel social como companhia que atua no setor de saúde, desde o início da COVID-19, o Grupo Fleury se mobilizou no combate aos impactos da pandemia.

Desde abril de 2020, participamos de mais de 20 iniciativas que incluem desde doação de recursos, exames e equipamentos de proteção individual a geração e disseminação do conhecimento médico sobre a doença.

Queremos agradecer aos nossos 13 mil colaboradores e 3 mil médicos a mais um trimestre de enorme dedicação e engajamento. Caminhamos juntos, sempre com um paciente no centro de nossas decisões e com o inabalável propósito de oferecer saúde de qualidade a um número cada vez maior de brasileiros.

Eu passo agora a palavra ao José Filippo, Diretor Executivo de Finanças e Relações com Investidores, que dará seguimento aos nossos resultados. Estarei no final à disposição para responder às questões. Muito obrigada.

José Filippo:

Obrigado, Jeane. Bom dia a todos. Seguirei agora com a apresentação trazendo os resultados financeiros do 3T21. Iniciando pelo slide oito, detalhamos o desempenho da receita bruta consolidada do Grupo. A receita bruta totalizou R\$ 1,1 bilhão no trimestre, com aumento de 17,3% no 3T20 e avanço de 10,2% em relação ao 2T21.

Os ganhos registrados refletem o crescimento tanto de exames de análises clínicas como também em exames de imagem, que pelo segundo trimestre consecutivo registrou aumento de 16,8% em relação ao 3T20 e 10,6% em relação ao 3T19, já operando em patamares superiores aos níveis pré-pandemia.

Indo para o slide nove, verificamos com mais detalhes o desempenho do portfólio de marcas. A receita bruta das unidades de atendimento apresentou crescimento de 8,2% em relação ao 3T20 e 5,6% em relação ao trimestre anterior, atingindo R\$ 837,9 milhões. Por mais um trimestre todas as marcas da Companhia apresentaram crescimento relevante, refletindo o forte volume de exames eletivos registrados no período.

Continuamos focados na expansão do atendimento móvel em todas as marcas com a adição de novas rotas logísticas que registrou crescimento de 0,5% em comparação ao 3T20 e continua sendo a maior unidade do grupo com representatividade de 7,3% da receita bruta consolidada.

No slide 10, os custos dos serviços prestados apresentaram crescimento de 28,7% no trimestre, alcançando R\$ 722,3 milhões equivalentes a 70,2% da receita líquida contra 64,2% no 3T20. Os principais impactos estão no item de Pessoal e Serviços Médicos, Serviços com Ocupação e Utilidades.

Em Pessoal, o crescimento reflete um aumento no número de contratações para o atendimento da maior demanda nas unidades de atendimento, bem como expansão de rotas no atendimento móvel e maiores custos com remuneração médica em função do aumento do volume de exames.

Em Serviços com Ocupação e Utilidades, o aumento no trimestre reflete os maiores custos de atendimento nas unidades. Onde além do forte volume, houve também impacto relacionado ao ajuste do IFRS 16, ocorrido no 3T20. Excluindo esses efeitos, o crescimento dos custos de Serviços com Ocupação e Utilidades seria de 21%.

Ressalta-se que em relação ao 3T19, os custos com Serviços de Ocupação em Utilidade apresentaram redução de 30 bps, sendo essa a base de comparação a mais adequada.

As despesas operacionais cresceram 58% no 3T21. Excluindo os efeitos não recorrentes de R\$ 12, 2 milhões referente a gastos relacionados ao incidente cibernético, aquisição de empresas e a reestruturação organizacional da Companhia o aumento das despesas operacionais foi de 42,1%.

O principal efeito decorre do aumento de despesas gerais e administrativas. No trimestre, essas despesas representaram 9,9% da receita líquida, com aumento de 309 bps em relação ao 3T20. Porém, comparado ao 3T19, o aumento registrado foi de 140 bps, sendo essa a base de comparação a mais adequada.

Indo para o slide 11, observamos que o EBITDA atingiu R\$ 288,6 milhões no trimestre, com redução de 10,9% em relação ao 3T20. Em comparação ao 2T21, a margem EBITDA registrou expansão de 440 bps. Excluindo os efeitos não recorrentes, o EBITDA totalizou R\$ 300,7 milhões no 3T21 com margem de 29,2%.

No acumulado do ano, o EBITDA totalizou R\$ 793,8 milhões com crescimento de 47,2% em comparação ao mesmo período do ano anterior. Excluindo os efeitos não recorrentes, o EBITDA totalizou R\$ 835,4 milhões, um crescimento de 54,2% e margem recorrente de 29,3%.

No slide 12, o lucro líquido no período alcançou R\$ 95 milhões comparado a um lucro líquido de R\$ 132 milhões no 3T20 com margem líquida de 9,2%. Excluindo os efeitos não recorrentes, o lucro líquido ajustado totalizou R\$ 103,5 milhões com margem recorrente de 10,1%.

Na comparação acumulada, o lucro líquido em 2021 totalizou R\$ 279,1 milhões com margem líquida de 9,8%. Excluindo os efeitos não recorrentes, o lucro líquido ajustado totalizou R\$ 308,7 milhões no acumulado dos 9M21 com margem de 10,8%.

No slide 13, o fluxo de caixa operacional alcançou R\$ 255,7 milhões no trimestre com um aumento de 46%, refletindo o EBITDA registrado somado à menor necessidade de capital de giro em relação ao 3T20. Nos 9M21, o fluxo de caixa operacional totalizou R\$ 741,4 milhões, um crescimento de 97,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

O CAPEX no 2T21 totalizou R\$ 90,9 milhões, com crescimento de 188,2% a partir da contenção de gastos observada em 2020. Nos 9M21, o CAPEX foi de R\$ 228,1 milhões com aumento de 102,8%.

Indo para o slide 14, o ROIC sem o efeito do ágio atingiu 46,5% no 3T21. No acompanhamento do NPS, o indicador consolidado representou 68,7%. Destaque para o indicador do Atendimento Móvel que alcançou 82,4%.

Por fim, no slide 15, incluímos os eventos já confirmados com o mercado para os próximos meses. Com destaque para o Fleury Investor Day 2021, planejado para o dia 13 de dezembro. Convidamos desde já a todos para participar do evento.

Abriremos agora a sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado.

Samuel Alves, BTG Pactual:

Bom dia, Jeane e Filipe. São duas perguntas rápidas. A primeira é sobre a margem. Vocês consideram que essa margem que deu no 3T21 ela passa a ser uma margem recorrente, haja vista que o COVID já perdeu uma representatividade importante?

Ou seja, não teremos o padrão de margem que vimos no 1T21 que ainda tinha uma representatividade de COVID importante, ou seja, não teremos o padrão de margem que vimos lá no 1T21, relativo a representatividade de COVID importante (22:05) margem.

A segunda pergunta é se vocês podem falar um pouco sobre CAPEX. Nós notamos que o CAPEX orgânico cresceu bastante nesse trimestre. Teve alguma performance um pouco mais

pontual ou se devemos ver um CAPEX pouco mais elevado nos próximos trimestres? Obrigado.

Jeane Tsutsui:

Samuel, nós sim temos mantido um crescimento significativo como você viu neste 3T21. Um crescimento de 39% no ano, com uma boa margem 29,3%. Nós temos a expectativa de manter essa disciplina, tanto de crescimento como de margem.

Eu chamo a atenção que no 1T21, ainda estávamos com os impactos que nós vivemos no ano passado, no final do ano passado, onde várias medidas de contenção de custos associada a uma retomada de volume pós o período de maior impacto da pandemia que foi o 2T21, acabou distorcendo um pouco a margem.

Esse patamar de margem que nós vemos agora já mostra uma estabilização das nossas operações em termos de números de colaboradores e de outros aspectos de custo. Portanto, eu queria enfatizar aqui que nós temos essa disciplina de continuar crescendo, inclusive com crescimento em novos elos que agora já representam 7,8% da nossa receita associada à Saúde ID, mas mantivemos uma margem bastante saudável.

A nossa perspectiva para o próximo ano também é muito positiva nesse sentido. Eu vou passar agora a palavra ao Filippo, para ele falar um pouco sobre os investimentos. Filippo, por favor.

José Filippo:

Pois não. Bom dia, Samuel. Você falava sobre o CAPEX. O que nós tivemos nesse trimestre e também no ano, tipicamente o nosso CAPEX ele está associado aos efeitos recorrentes, as novas unidades, áreas técnicas, renovação de equipamentos e manutenção e aspectos de TI digital, em especial da nossa plataforma de saúde e infraestrutura.

O que nós observamos esse ano, não só no trimestre como também nos nove meses, foi um aumento expressivo quando comparado com o ano anterior. Por razões óbvias da estratégia de contenção que foi implementada em 2020.

Então, na comparação, nós temos não só um crescimento como também um endereçamento de um *backlog* que foi gerado exatamente por conta da contenção que aconteceu no ano passado. Acho que em termos recorrentes, talvez uma experiência que você possa ter, alguma coisa na faixa dos R\$ 200 bilhões seria um número que poderíamos considerar como recorrente para ajudar você.

Não sei se essa é uma referência que ajuda você, mas efetivamente é essa que podemos trabalhar com esse nível.

Jeane Tsutsui:

Olá. Me desculpem novamente o problema técnico. Eugênia, se você puder repetir a pergunta, eu agradeço.

Eugênia Cavalheiro, JP Morgan:

Claro, Jeane. Bom dia. Espero que vocês estejam conseguindo me ouvir. Na verdade, são duas perguntas aqui em relação ao número de clientes que vocês vêm atendendo. Eu queria entender se quando olhamos por número de CPF vocês vem um crescimento no número de clientes versus 2019. E vocês conseguem observar alguma tendência em clientes que

realizaram exames ano passado ou no último ano e estão refazendo agora? Para entender o quanto de demanda reprimida ainda teria para endereçar. Obrigada.

Jeane Tsutsui:

Obrigada, Eugênia. Consegui sim ouvir suas perguntas, agradeço pelas perguntas. Eugênia, existe sim uma tendência de clientes que não fizeram todas as suas avaliações no ano passado e que estão fazendo esses exames regularmente, passaram a fazer exames regularmente este ano.

Na verdade, nós não chamamos de demanda reprimida, são pacientes crônicos ou pacientes que deveriam fazer avaliações regulares e que deixaram de fazer.

Essa tendência observamos seja acompanhando os dados, por exemplo, de sociedades médicas, sociedades de cardiologia e de oncologia, que mostraram que durante a pandemia vários pacientes deixaram de fazer os seus acompanhamentos. Isso até tem uma implicação em termos de agravamento da situação clínica de alguns desses casos.

O segundo ponto é com relação ao número de clientes novos. Nós vemos que de uma maneira geral, houve um incremento do número de beneficiários da saúde suplementar. Quando a gente acompanha esses números, houve um incremento em torno de 1,7 milhão de novos beneficiários na saúde suplementar.

Obviamente, isso não se traduz diretamente nos nossos atendimentos, mas é uma tendência importante para ser acompanhada. Um outro aspecto importante é a conscientização das pessoas com relação à necessidade de cuidado com saúde. Isso vem sendo cada vez mais discutido.

Por exemplo, nós sabemos que durante a pandemia de COVID, paciente com algumas doenças crônicas tinham maior mortalidade, isso foi bastante discutido e veiculado para a sociedade. Então, eu acredito que exista uma maior conscientização e uma busca maior por um atendimento, um cuidado médico de uma maneira geral.

Em algumas linhas, por exemplo, no atendimento móvel, nós vemos o aumento de novos clientes que antes não utilizavam as nossas marcas e, de uma maneira geral estamos crescendo em *market share*, seja com as marcas de unidades existentes, seja obviamente com as aquisições e também o lançamento de novos produtos, novos serviços que temos observado.

Maurício Cepeda, Credit Suisse:

Obrigado Jeane e Filippo pelo espaço. Eu tenho algumas perguntas e vou tentar ser breve. Primeiro, gostaria de explorar um pouco essa recente (28:54) Magalhães.

Vocês acabaram comprando (28:58) até maior que vocês próprios. Sendo que vocês têm muitas opções de crescimento e diversificação (29:07). Vocês podem comentar um pouco qual foi o motivador de estratégia para (29:13) Magalhães e o que vocês estão pensando em sinergia.

Eu também queria perguntar também um pouco de (29:22) comparar aos níveis pré-pandemia, estou comparando ao passado. Eu vejo que vocês estão voltando aos níveis pré-pandemia, apesar do preço do dólar, do (29:31), dos efeitos não recorrentes e dos novos negócios terem margens literalmente menores.

Eu queria saber o que vocês têm feito. Eu sei que vocês mudaram de fato de escala, mas isso também tem como otimizar custos na operação de diagnóstico de base? (29:49) aproveitamento melhor nas unidades, se esse é o caso (29:56) dia a dia.

Nós também vemos que vocês tiveram um salto forte de receita, não também em relação ao ano passado, mas com relação ao (30:08), imagem, acho que é uma boa utilização você (30:14) repesamento, na verdade são exames de acompanhamento.

Vocês podem elaborar de onde está vindo essa demanda anormalmente alta agora que a pandemia acabou? E para terminar aqui (30:32) de crescimento desde o começo. Gostaria de entender, se na verdade a base tinha sido beneficiada anteriormente, justamente por causa da pandemia, e agora vocês estão indo para níveis mais naturais de utilização. Obrigado.

Jeane Tsutsui:

Obrigada pelas perguntas, Cepeda. Eu vou começar respondendo e depois eu vou passar a palavra ao Filippo para falar um pouco sobre a comparação de rentabilidade que você perguntou sobre os níveis pré-pandemia.

Com relação ao Marcelo Magalhães, realmente foi uma aquisição estratégica para nós. Nós já temos uma atuação relevante em Pernambuco, uma praça onde nós temos apresentado crescimento. Lembrando que em Pernambuco atuamos com A+ Medicina Diagnóstica, fazendo principalmente análises clínicas.

E no ano passado também fizemos a aquisição da marca Diag Max que é mais focada em imagens. O Marcelo Magalhães é uma marca tradicional, tem 74 anos, e é uma referência em exames de análises clínicas em Pernambuco.

Com essa aquisição, lembrando que ainda aguardamos aprovação do CADE, nós teremos uma posição muito forte em Medicina Diagnóstica. Talvez aí a dúvida com relação ao valor que foi pago, lembrando que uma operação já madura, já estabelecida de análises clínicas, em geral tem uma margem muito alta. O Marcelo Magalhães realmente tem uma margem bastante diferenciada.

Nós vemos oportunidades de sinergia, uma vez que nós temos uma operação de análises clínicas com área técnica, onde vamos buscar sinergias, por exemplo, com relação aos nossos fornecedores ou mesmo sinergia com relação à operação que nós já temos de processamento de imagens de exames e de análises clínicas lá em Recife.

Obviamente, também temos esta visão de integração de serviços. Ter a integração da jornada do paciente, análises clínicas e imagem...

Operadora:

Senhoras e senhores, pedimos desculpas pelos problemas técnicos. Encerramos neste momento o Webinar do Grupo Fleury. Agradecemos a participação de todos tenha um bom dia.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”