

BOM BRIL

Press Release
2T19



bombril.com.br



Nossa MISSÃO

Ser a maior e melhor empresa brasileira de higiene e limpeza, com marcas que oferecem uma completa linha de produtos que facilitam o dia a dia e melhoram a qualidade de vida dos consumidores.



São Bernardo do Campo – SBC, 07 de agosto de 2019

A Bombril S.A. (“Bombril”), é uma Companhia de capital aberto com valores mobiliários negociados na B3 – Brasil, Bolsa e Balcão. Com presença em todo país há 71 anos, a Bombril é reconhecida pela qualidade de seus produtos, o que lhe assegura posições de liderança em categorias-chave no segmento de higiene e limpeza.

Este documento apresenta à sociedade os indicadores e resultados da Bombril no segundo trimestre de 2019 (2T19). O mesmo foi produzido com base em normas contábeis nacionais, alinhadas às normas internacionais, *IFRS– International Financial Reporting Standards*.

Nossos destaques do segundo trimestre

EBITDA R\$ 35,2 MM +27,1%	Volume de Vendas 229 TONS + 7,2%	Receita Líquida R\$ 544,3 MM + 13,5%	Resultado Operacional R\$ 234,8 MM + 16,1%
--	---	---	---

Inovação e Novos Produtos

Seguimos fortalecendo nossa linha de produtos através da entrada em novos segmentos de mercado e inovações em categorias tradicionais. O crescimento dos volumes e ganhos de participação da marca Limpol foi suportado por duas inovações na categoria de detergentes líquidos para louças: as edições limitadas Limpol Lavanda e Limpol Tangerina e pelo relançamento da linha de limpadores multiuso, perfumados e limpa vidros. Na categoria de amaciantes para roupas lançamos com sucesso a nova linha Mon Bijou de amaciantes concentrados, de 500ml e 1L, nas versões Clássico, Magia, Mistério e Noite dos Sonhos, responsáveis pelo aumento de receita e da participação de mercado da Bombril no segmento. Nas demais categorias seguimos expandindo nossa liderança em Lãs de Aço com a marca Bom Bril e Saponáceos com a marca Sapólio Radium.

Novos distribuidores

Temos como fundamento básico aumentar a disponibilidade dos produtos nos pontos de venda, para isso realizamos a abertura e contratação de novos distribuidores em todas as regiões do Brasil, visando aumento de presença de mercado e capilaridade na distribuição.

Comunicação e Engajamento dos Consumidores

A manutenção do engajamento dos consumidores com nossas marcas é chave para a sustentabilidade futura dos resultados, por esse motivo, ampliamos nossos esforços em comunicação e promoção ao consumidor. Durante o período efetivamos com sucesso a campanha #somostodobombril, impulsionada por investimentos em mídia on-line, onde impactamos mais de 130.000 internautas e



contamos com a participação de mais de 55.000 consumidores, em nível nacional, com um aumento de 30% no ticket médio de compras em comparação com campanhas anteriores.

Ampliamos nossa presença on-line através de parcerias com empresas como Serasa e Netflix. Em parceria com a Netflix e com o ator Carlos Moreno, participamos do lançamento da terceira temporada da série The Stranger Things, através do aplicativo Stranger Antenna, desenvolvido pela agência AQKA. A campanha, sucesso absoluto, com um número estimado de 101 milhões de impactos de mídia ampliando em pelo menos 25% o engajamento dos consumidores em nossas redes sociais, auxiliou na aproximação da marca Bom Bril do público alvo mais jovem.

Mensagem do Presidente

Chegamos ao fim do segundo trimestre de 2019, mantendo a visão otimista, em linha com os brasileiros e empresários, sobre a capacidade do novo governo implementar reformas necessárias à retomada da economia. Contudo, ainda sem observar melhoria significativa e sustentável dos indicadores econômicos do país, os quais entendemos que começarão a ser impulsionados pela mais importante reforma estrutural que tramita no Congresso, a da Previdência

A reforma tributária, outra que esperamos que passe a tramitar em ritmo acelerado, é também assunto de alta relevância, pois a desoneração do consumo certamente gerará efeitos positivos no curto prazo, visto os seus impactos imediatos na cadeia produtiva e consequentemente na economia do país, com alcance massivo e cascateado até as camadas menos favorecidas da população.

Os efeitos das incertezas macroeconômicas remanescentes, afetam os planos e a estrutura de custos da Companhia, porém imbuídos em nossa missão, convictos que a situação é passageira e confiantes em nossas ações planejadas para o curto, médio e longo prazo, a Companhia mantém todas as boas perspectivas para o crescente desempenho de vendas e de resultados, de forma sustentável, já identificando no 1º. Semestre de 2019 importante evolução em relação ao mesmo período de 2018.

Dando continuidade ao processo de revisão das estratégias de categorias, a Bombril promoveu um reposicionamento de preços, com aumentos que variaram entre 1,1% a 6,7%. Além do reflexo desta mudança, o segundo trimestre – 2T19, foi alavancado por inovações, como por exemplo, nova fragrância de detergente líquido, contribuindo para o crescimento de volume de vendas nessa categoria de produto.



Ainda no segundo trimestre - 2T19, a Companhia deu continuidade às ações de reforço das atividades estruturantes das áreas Comercial, Marketing, Cadeia de Suprimentos e Industrial, na busca do crescimento da receita, jamais perdendo o foco em custos e despesas.

No segundo semestre, continuaremos perseguindo incansavelmente oportunidades de crescimento de receita, que se reflitam em ganhos de participação de mercado e melhoria das margens operacionais. Além disso, permanecemos envidando esforços para que investimentos em marketing promocional, divulgações em mídias digitais e relançamentos de nossas linhas de produtos, sejam propulsores de novos caminhos na Companhia.

Agradecemos mais uma vez, primeiramente aos nossos clientes e consumidores pela preferência e pela confiança que depositam em nossos produtos. Aos nossos colaboradores, fornecedores e acionistas, pelo comprometimento e parceria. O sucesso da Bombril é o resultado dessa construção conjunta, motivo de orgulho e brasilidade para todos nós.

Tenham todos, uma excelente leitura!

Wagner Brilhante de Albuquerque
Diretor Presidente



Sumário

- **Perfil Corporativo**
- **Unidades Industriais**
- **Mercado de Atuação**
- **Estrutura Societária**
- **Governança Corporativa**
- **Eventos Subsequentes**
- **Desempenho Econômico-Financeiro**



Perfil Corporativo

Desde sua fundação, em 1948 a Bombril construiu uma relação de confiança com os brasileiros, oferecendo uma cesta completa de soluções para o lar.

Uma grande marca, que nasceu com um produto revolucionário, soube conquistar a confiança do mercado, somos a BOMBRIL, uma empresa brasileira com 71 anos de atividades na indústria de higiene e limpeza, detentora das marcas consagradas como Limpol, Mon Bijou, Sapólio Radium, Kalipto, Pinho Bril e Bom Bril, que é sinônimo de categoria e tem liderança absoluta no mercado brasileiro.

Nosso portfólio reúne 16 marcas e cerca de 264 itens de limpeza em diversas categorias. Nossas marcas contam com posições muito relevantes de mercado e carregam valores que simbolizam respeito aos consumidores, excelente relação qualidade/preço e grande versatilidade. Isso é o que garante nossas “1001 utilidades”.

A Bombril conta com uma infraestrutura formada por três complexos industriais, localizados nas cidades de São Bernardo do Campo (SP), em Abreu e Lima (PE) e em Sete Lagoas (MG), terminando o segundo trimestre de 2019 com 2.866 colaboradores, sendo 2.224 diretos e 773 terceirados atuando em nossos sites.



Unidades Industriais

BBA (Bombril Anchieta) - São Bernardo do Campo (SBC - SP)

Via Anchieta, Km 14, S/N
Bairro Rudge Ramos – Distrito Industrial
São Bernardo do Campo – São Paulo CEP: 09696-000
Telefone/Fax: (11) 4366-1001

Além de sede da companhia, possui uma unidade fabril, que produz principalmente lã de aço, amaciantes, detergentes, limpadores e desinfetantes.

BBM (Bombril Minas) - Sete Lagoas (MG)

Avenida Prefeito Alberto Moura, 6.300
Bairro Santa Rita – Distrito Industrial
Sete Lagoas – Minas Gerais – CEP: 35702-383
Telefone/Fax: (31) 3779-2150

Unidade industrial onde são produzidos lã de aço, saponáceos e limpadores.

BBN (Bombril Nordeste) - Abreu e Lima (PE)

BR 101 Norte, Km 52 – Zona Industrial
Abreu e Lima – Pernambuco – CEP: 53510-070
Telefone/Fax: (81) 3542-8400

Unidade industrial onde são produzidos lã de aço, desinfetantes, amaciantes, detergentes e limpadores.



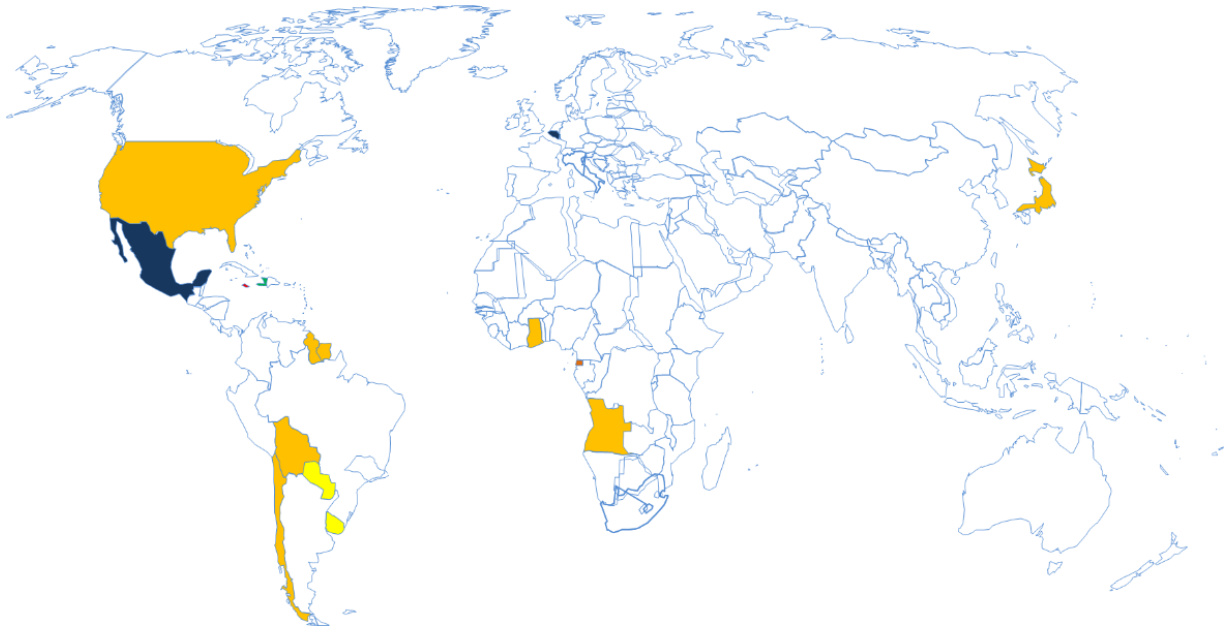
Mercado de Atuação

Além de atuar em todo o território nacional, no 2T19 a Bombril exportou para 19 países, dentre os quais se destacam México (38%), Paraguai (14%), Bolívia (13%).

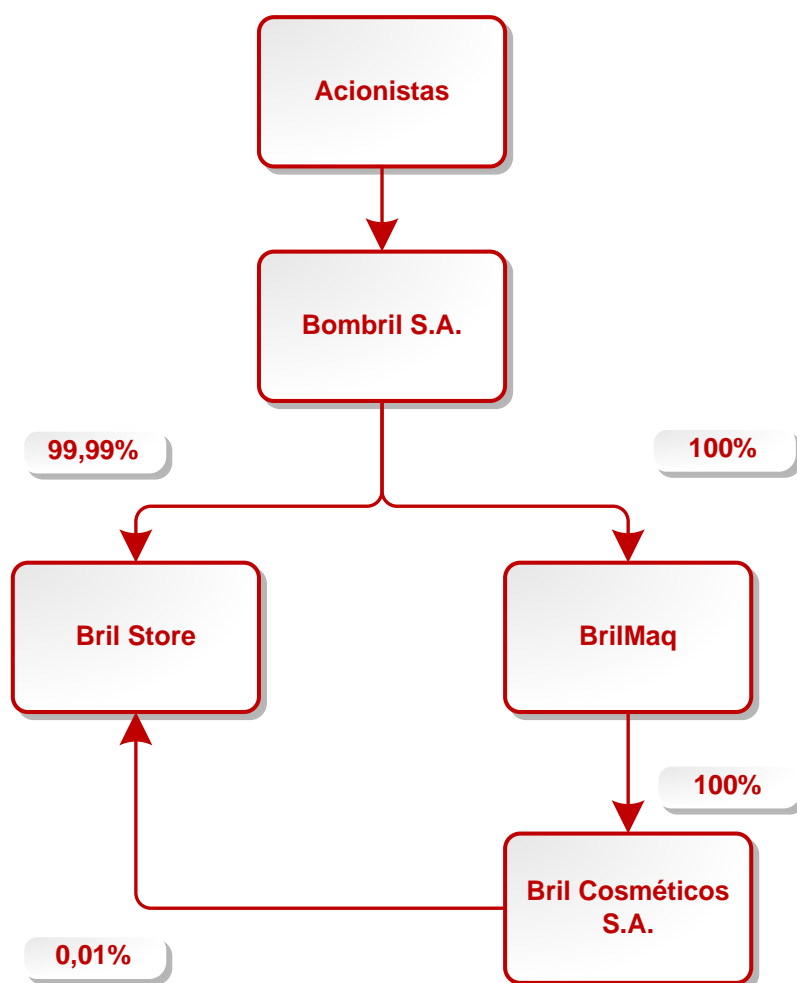
No Brasil, o maior destaque é a região Sudeste, que representa 46% da participação no mercado nacional.

Mercado de Atuação Internacional

Total de 19 países atendidos



Estrutura Societária



Nossa Governança Corporativa

A Bombril vem aprimorando suas práticas de governança corporativa com base nos princípios de transparência, equidade e prestação de contas. Os seus principais órgãos de governança são o Conselho de Administração, o Conselho Fiscal e a Diretoria Executiva Estatutária.

Conselho de Administração

O Conselho de Administração é o órgão de deliberação colegiada, responsável pela estratégia de planejamento de longo prazo e pela supervisão do desempenho dos diretores.

É integrado por quatro conselheiros, que se reúnem a cada trimestre e ordinariamente ou extraordinariamente sempre que necessário.

Membros do Conselho de Administração

Nome	Cargo	Data	
		Eleição	Término
Ronaldo Sampaio Ferreira	Presidente		
Célio de Melo Almada Neto	Conselheiro	Abril-18	Abril-20
Jonatas Giovinazzo Garcia			
Hagen Wolf de Albuquerque Schoof			



Conselho Fiscal

Cabe ao órgão fiscalizar as demonstrações financeiras da companhia, indicar conclusões das análises aos acionistas e verificar o trabalho dos auditores externos. A composição do Conselho pode ser de, no mínimo três e no máximo cinco membros titulares, além dos respectivos suplentes. O Conselho Fiscal da Bombril é composto por três membros titulares e três suplentes.

Membros do Conselho Fiscal			
Nome	Conselheiro	Data	
		Eleição	Término
Marcelo Adilson Tavarone Torresi	Efetivo	Abril-19	Abril-20
Renata Nunes Guimarães Hubenet			
Erica Rodrigues Prado			
Carlos Augusto Reis de Athayde Fernandes	Suplente		
João da Silva Barreto			
José Donizetti de Souza			

Diretoria Estatutária

Eleita pelo Conselho de Administração, nossa diretoria possui mandato de um ano. Seus membros podem ser reeleitos, são responsáveis por proteger os resultados da companhia e garantir a execução das estratégias definidas pelo Conselho de Administração.

Membros da Diretoria Estatutária			
Nome	Cargo	Data	
		Eleição	Término
Wagner Brilhante de Albuquerque	Diretor Presidente, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores	Mar-19	Mar-20
Marcus Fraga Rodrigues	Diretor Jurídico		

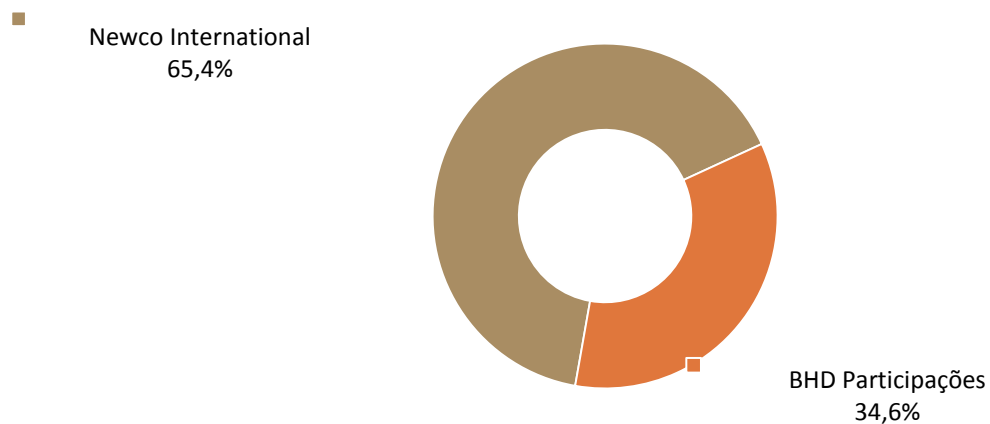


O Mercado de Capitais

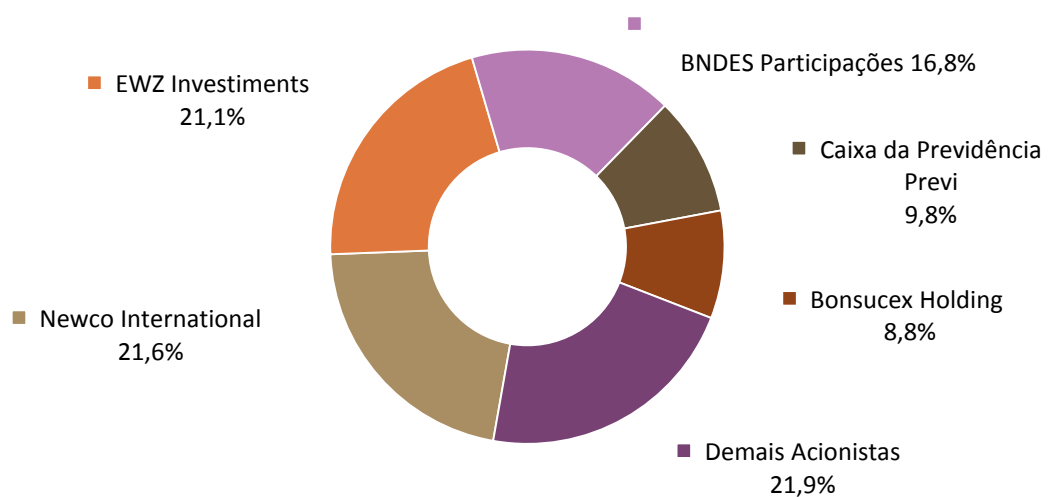
A Bombril é uma sociedade anônima de capital aberto, registrada na Comissão de Valores Mobiliários e listada na B3 S/A - Brasil, Bolsa e Balcão sob o código BOBR4 (ações preferenciais).

Em 30 de junho de 2019, o capital social subscrito e integralizado é de R\$ 795,1 milhões divididos em 20 milhões de ações ordinárias e 34,1 milhões de ações preferenciais, distribuídas a seguir:

Distribuição das Ações Ordinárias = 20.000.000
37% do total de ações



Distribuição das Ações Preferenciais = 34.064.588
63% do total de ações



Mercado de Capitais – Eventos subsequentes

Debêntures conversíveis

Em 17 de julho de 2019 foi realizada a Assembleia Geral de Debenturistas – AGD da primeira emissão privada de debêntures conversíveis em ações, da espécie com garantia real, em série única.

Estiveram presentes representantes de 68,7066%, das debêntures emitidas, os quais discutiram e aprovaram por unanimidade, com abstenção dos legalmente impedidos, a conversão das debêntures em ações, outorgando à Companhia, o prazo de até 60 (sessenta) dias para a conclusão. No mesmo ato, os debenturistas autorizaram a Administração a realizar todos os atos e emitir todos os documentos necessários para a implementação das deliberações, incluindo, mas não se limitando a calcular o número de ações a serem atribuídas a cada debenturista.

Debêntures não conversíveis

Em 1º de agosto foi aprovada pelos Debenturistas reunidos em Assembleia Geral a repactuação das debêntures a qual incluiu a prorrogação de vencimento, contando com 12 meses de carência a partir de 1º de agosto de 2019 e após, pagamento em 24 parcelas mensais. Também foi aprovada a outorga de marca como garantia real. As remunerações relativas a dezembro de 2018 e janeiro a julho de 2019, foram incorporadas no saldo devedor repactuado, nos termos do aditamento à Escritura de Emissão. Referida aprovação se deu no mesmo sentido que a deliberação ocorrida em 31 de julho pelo Conselho de Administração da Companhia.

Desempenho Econômico-Financeiro

A Bombril apresenta seus indicadores de performance do segundo trimestre de 2019 (2T19). No âmbito dos esforços de crescimento nos mercados em que atua, a Bombril finaliza o primeiro semestre de 2019 com importantes evoluções dos seus indicadores e resultados, o que mais uma vez reforça que a estratégia adotada pela Companhia tem respondido de forma assertiva às necessidades dos negócios.



Durante esse primeiro semestre, o país permanece sentindo os efeitos da estagnação econômica, que até o momento não retomou o vigor esperado. Mantemos a visão otimista dos brasileiros e empresários sobre a capacidade do novo governo de implementar reformas necessárias à retomada da economia, mas ainda sem observar melhoria significativa e sustentável dos indicadores econômicos do país, os quais entendemos que começarão a ser impulsionados pela mais importante reforma estrutural que tramita no Congresso, a da Previdência.

No início do primeiro semestre de 2019, a Companhia promoveu um reposicionamento de preços, alcançando todos os canais e regiões do país, visando a adequação das margens do portfólio de produtos.

As inovações vêm contribuindo para o crescimento da Companhia como um todo. Podendo citar: a categoria dos Limpadores que foi totalmente reformulada no terceiro trimestre de 2018, as novas fragrâncias de detergente líquidos e relançamos todos os produtos da categoria dos Amaciantes Concentrados Mon Bijou.

O volume dos produtos vendidos no período de seis meses de 2019 alcançou 229,0 mil toneladas, um aumento de 7,2%, frente ao mesmo período de 2018. A receita líquida de vendas teve um desempenho superior em 13,5%, quando comparado ao 1S18, e o crescimento do resultado bruto do semestre alcançou 16,1%.

Destaque deve ser dado ao EBITDA, que apresentou resultado positivo de R\$ 35,2 milhões no 1S19, com crescimento de 27,1%, contra a marca de R\$ 27,7 milhões em igual período de 2018. Quando desconsiderado um evento não recorrente no valor de R\$ 17,1 milhões, relacionado ao efeito da provisão de honorários de êxito, o EBITDA proforma atinge R\$ 52,3 milhões, um crescimento de 88,8% em relação ao mesmo período de 2018.

Com as ações planejadas pela Companhia, estamos confiantes que nesse exercício seremos capazes de retomar a rentabilidade em patamares adequados aos interesses dos acionistas e dos demais stakeholders.



Quadro resumo dos principais resultados

Valores expressos em R\$ milhões

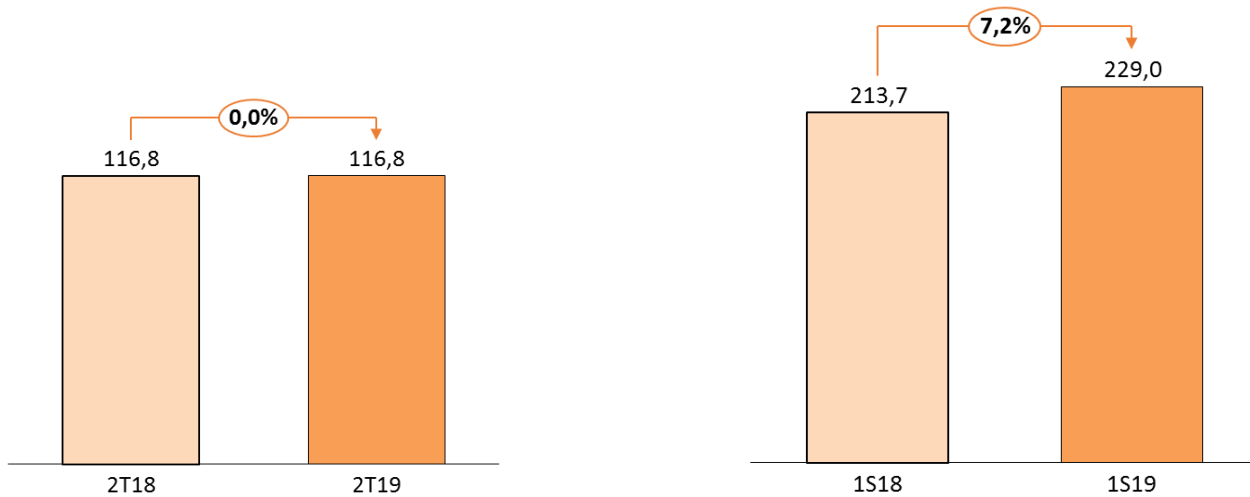
EBITDA (em R\$ milhões)	1S19	%	1S18	%	2T19	%	2T18	%
Receita Líquida	544,3		479,7		278,7		268,1	
(=) Lucro / Prejuízo do exercício	-24,2	-4,4%	-22,0	-4,6%	-18,7	-6,7%	-6,2	-2,3%
(-) IR / CS	0,7	0,1%	1,7	0,4%	0,4	0,1%	1,1	0,4%
(+/-) Resultado financeiro	-47,5	-8,7%	-39,4	-8,2%	-24,1	-8,6%	-20,6	-7,7%
(+) Depreciação/Amortização	12,6	2,3%	12,1	2,5%	6,8	2,4%	6,1	2,3%
(=) EBITDA	35,2	6,5%	27,7	5,8%	11,8	4,2%	19,4	7,2%
(+) Processo T'Bills	17,1		0,0		17,1		0,0	
(=) EBITDA Pró-forma	52,3	9,6%	27,7	5,8%	28,9	10,4%	19,4	7,2%

DRE (em R\$ milhões)	1S19	%	1S18	%	2T19	%	2T18	%
Receita Líquida	544,3		479,7		278,7		268,1	
(-) Custos dos Produtos Vendidos	-309,5	-56,9%	-277,4	-57,8%	-159,2	-57,1%	-155,3	-57,9%
(=) Resultado Bruto	234,8	43,1%	202,3	42,2%	119,5	42,9%	112,8	42,1%
(+/-) Despesas/Receitas Operacionais	-212,3	-39,0%	-186,6	-38,9%	-114,5	-41,1%	-99,5	-37,1%
(+/-) Resultado Financeiro	-47,5	-8,7%	-39,4	-8,2%	-24,1	-8,6%	-20,6	-7,7%
(-) IR / CS	0,7	0,1%	1,7	0,4%	0,4	0,1%	1,1	0,4%
(=) Lucro / Prejuízo do exercício	-24,2	-4,4%	-22,0	-4,6%	-18,7	-6,7%	-6,2	-2,3%



Volume de Vendas

Em milhares de toneladas

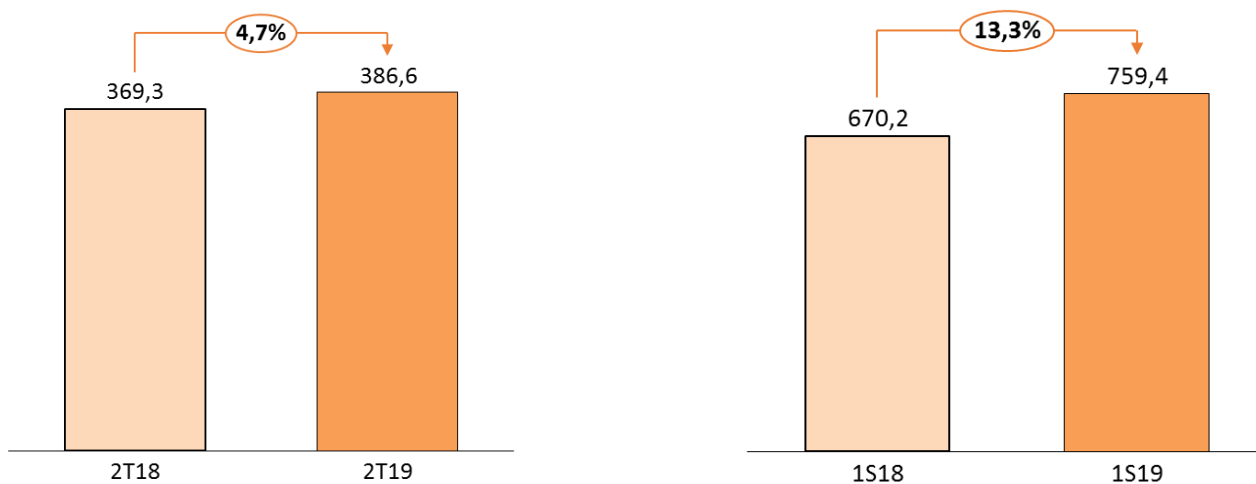


O volume de produtos vendidos no 2T19 foi de 116,8 mil toneladas, o mesmo volume apresentado no mesmo período do exercício anterior.

Já no período de seis meses o volume alcançou 229,0 mil toneladas, representando um incremento de 7,2%, em comparação com o mesmo período do ano anterior. O crescimento está suportado pela retomada das vendas de produtos das principais categorias e pelas inovações, como por exemplo, as que ocorreram nas categorias dos limpadores que passaram a ser comercializadas com a marca Limpol em 2018, as novas fragrâncias de detergentes líquidos e o relançamento dos amaciantes concentrados Mon Bijou.

Receita Operacional Bruta

Valores expressos em milhares de reais



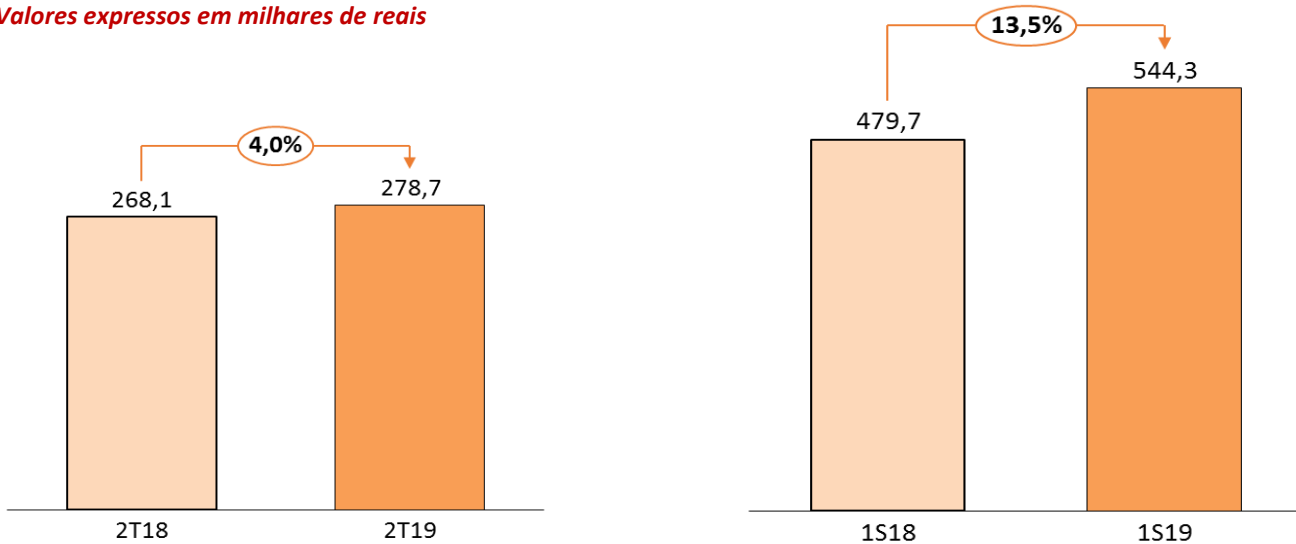
A receita bruta de vendas no 2T19 foi de R\$ 386,6, representando um aumento de 4,7% em comparação ao mesmo período do exercício anterior.



No período de seis meses, atingimos a marca de R\$ 759,4 milhões, crescimento de 13,3% frente ao mesmo período de 2018, o qual atingiu R\$ 670,2 milhões. Este resultado é decorrente do aumento do volume de vendas de 7,2% e da adequação, no mês de janeiro de 2019, dos preços praticados pela Companhia, além da melhoria do mix de produtos.

Receita Líquida

Valores expressos em milhares de reais

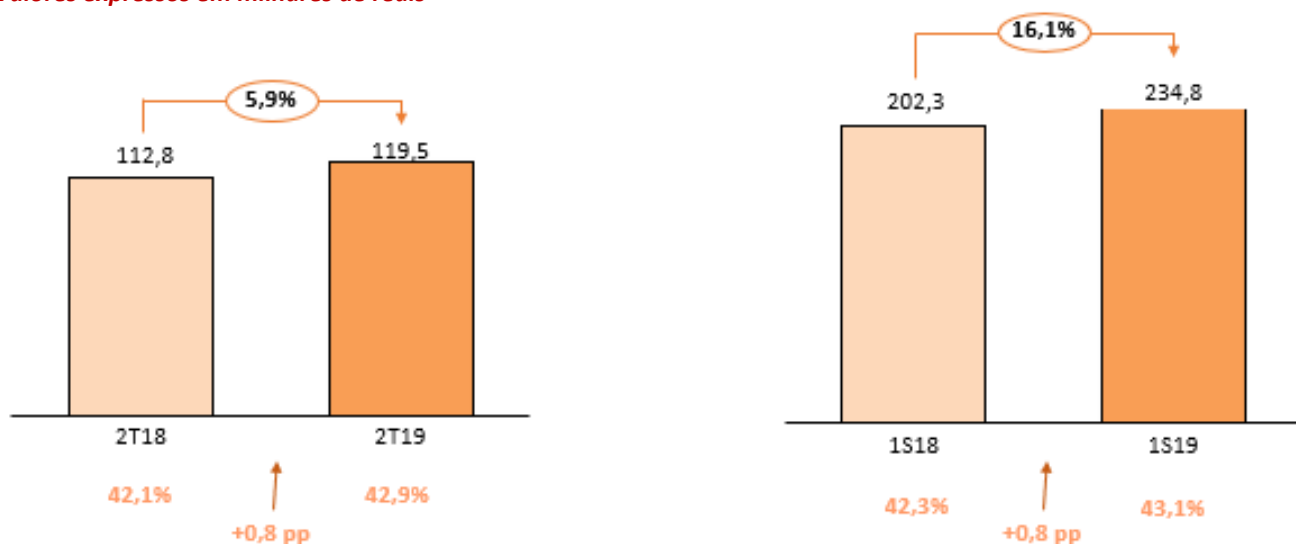


Em linha com os efeitos já comentados nos tópicos anteriores, a receita líquida do 2T19 foi de R\$278,7 milhões, um aumento de 4% em comparação ao 2T18.

No período de seis meses atingimos o montante de R\$ 544,3 milhões, ante R\$ 479,7 milhões no 1S18.

Resultado Bruto

Valores expressos em milhares de reais



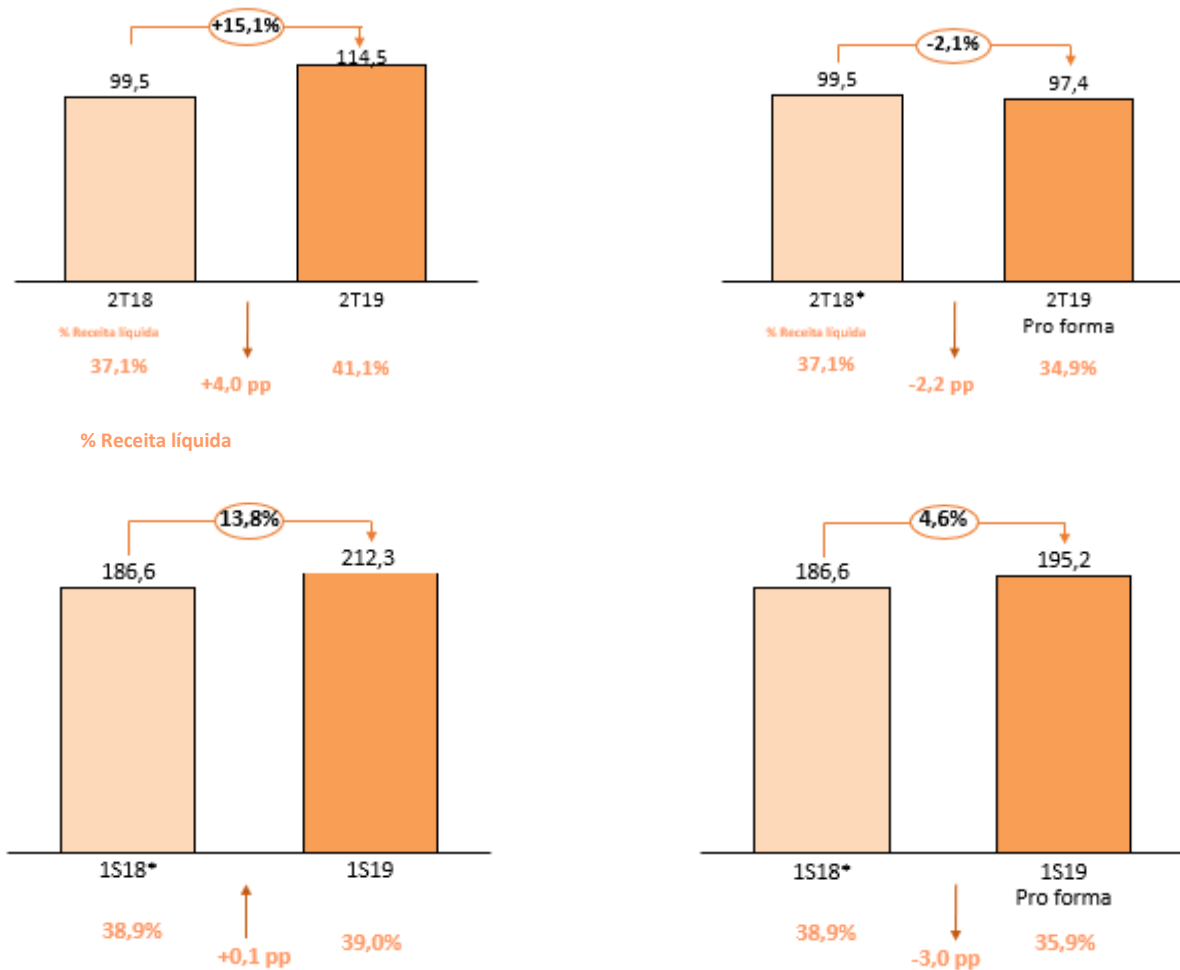
O resultado bruto do 2T19 foi R\$ 119,5 milhões, que representa uma melhora de 5,9% em relação ao 2T18, de R\$ 112,8 milhões.

No período de seis meses, o resultado bruto foi de R\$ 234,8 milhões ante R\$ 202,3 milhões do mesmo período do exercício anterior. Esse crescimento é reflexo dos itens mencionados anteriormente como repasses de preços e aumento de volume impulsionado pelas inovações e novos produtos.

Podemos observar em ambos os períodos, uma melhora na rentabilidade da Companhia frente a igual período do ano anterior, sendo 0,8 pp no 2T19 e 0,8 pp no 1S19, em decorrência do reposicionamento de preço e iniciativas de redução de folha de pagamento, que compensaram o aumento do preço dos insumos impactados pela valorização do dólar frente ao real.

Despesas e Receitas Operacionais

Valores expressos em milhares de reais



*Não ocorreram eventos não recorrentes até o 1S18

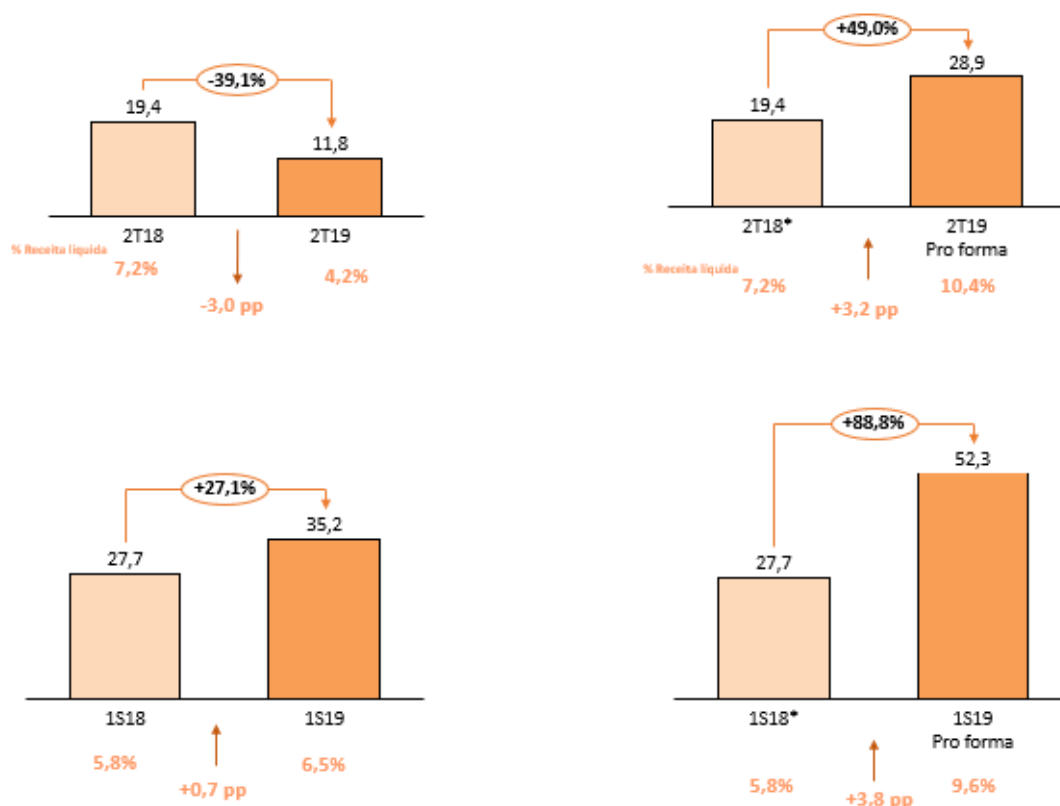


As despesas operacionais no 2T19 alcançaram R\$ 114,5 milhões, um aumento de 15,1% em relação ao 2T18. Quando desconsiderado o efeito não recorrente no valor de R\$ 17,1 milhões, relacionado à provisão de honorários de êxito, uma redução de 2,1% em relação ao mesmo período do exercício anterior. Em relação à receita líquida, observa-se melhoria das despesas e receitas operacionais no 2T19 de 2,2 p.p. Isso foi possível mediante as iniciativas de melhoria de produtividade, que refletiram em redução dos custos de produção.

No 1S19, as despesas e receitas operacionais alcançaram R\$ 212,3 milhões, um aumento de 13,8% em relação ao mesmo período de 2018. Desconsiderando a provisão de honorários de êxito, não recorrente, mencionada anteriormente, observamos um acréscimo de 4,6%, proveniente principalmente das despesas variáveis com vendas, como também a quantidade de contratação de fretes, que além do volume adicional das vendas embarcadas no período, tem o impacto do aumento da tabela de frete nacional (ANTT), vigente desde junho de 2018, onerando o custo para a Companhia em cerca de 20%. Ainda assim, em relação à receita líquida, é observada uma melhora das despesas e receitas operacionais de 3,0 p.p, quando comparado ao exercício anterior.

EBITDA

Valores expressos em milhares de reais



*Não ocorreram eventos não recorrentes até o 1S18

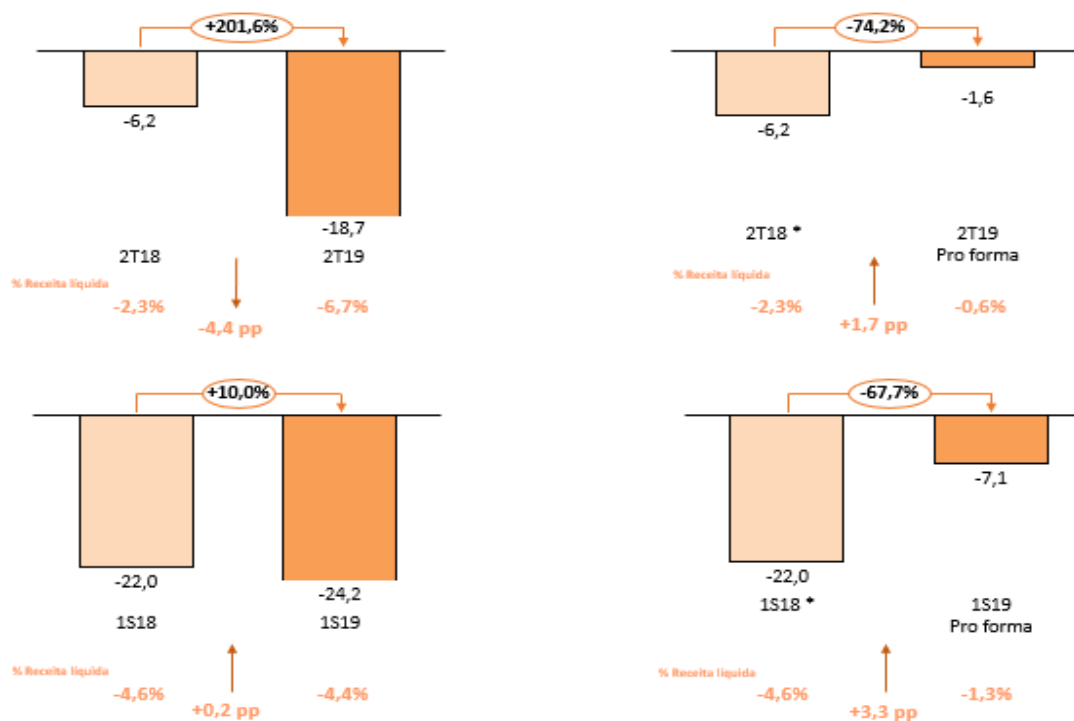


O EBITDA do 2T19 alcançou R\$ 11,8 milhões, uma redução de 39,1% em relação ao 2T18, impactado principalmente pelo efeito não recorrente da provisão de honorários de êxito na contratação de assessoria jurídica de processos tributários, cuja classificação da avaliação de risco de perda é considerada possível. Quando desconsiderado esse efeito, o EBITDA apresenta uma melhora de R\$ 17,1 milhões. Em relação à receita líquida, na mesma base comparativa, o EBITDA do 1S19 apresentou uma melhora de 3,2 p.p., atingindo 10,4%.

No período de seis meses, o EBITDA apresentou resultado positivo de R\$ 35,2 milhões, um crescimento de 27,1%, contra a marca de R\$ 27,7 milhões em igual período de 2018. Quando desconsiderado o evento não recorrente, relacionado ao efeito da provisão de honorários de êxito mencionado acima, apresenta o montante de R\$ 52,3 milhões, um crescimento de 88,8% no 1S19, em relação ao mesmo período de 2018. A rentabilidade, em relação à receita líquida, na mesma base comparativa, o EBITDA do 1S19 apresentou uma melhora de 3,8 p.p., atingindo 9,5%. Esse resultado demonstra de forma quantitativa, o impacto positivo das ações de eficiência e foco estratégico percorridos anteriormente neste material.

Resultado Líquido

Valores expressos em milhares de reais



*Não ocorreram eventos não recorrentes até o 1S18



O Resultado líquido da Companhia no 2T19 registrou prejuízo de R\$ 18,7 milhões, representando um aumento de 201,6%, comparado ao prejuízo de R\$ 6,2 milhões do 2T18. No entanto, vale ressaltar que esse resultado está impactado pela provisão de honorários de êxito, não recorrente, mencionada anteriormente. Desconsiderando esse efeito, o resultado proforma registrou um prejuízo de R\$ 1,6 milhão representando uma redução de 74,2% ante o mesmo período de 2018. A rentabilidade com relação à receita líquida, após ajuste do efeito não recorrente mencionado anteriormente, apresentou uma melhora de 1,7 p.p.

No acumulado do 1S19 o resultado líquido registrou prejuízo de R\$ 24,2 milhões, representando um aumento de 10%, comparado ao prejuízo de R\$ 22 milhões apresentado em igual período de 2018. Desconsiderando a provisão de honorários de êxito, não recorrente, mencionada anteriormente, o resultado proforma registra um prejuízo de R\$ 7,1 milhões, representando uma redução de 67,7% quando comparamos com o mesmo período do exercício anterior. Em relação à receita líquida, após ajuste do efeito não recorrente mencionado anteriormente, nota-se uma melhora de 3,3 p.p.



Créditos

Conselho Administrativo

Ronaldo Sampaio Ferreira
Célio de Melo Almada Neto
Hagen Wolf de Albuquerque Schoof
Jonatas Giovinazzo Garcia

Conselho Fiscal

Erica Rodrigues Prado
Renata Nunes Guimarães Hubenet
Marcelo Adilson Tavarone Torresi

Diretoria Executiva

Wagner Brilhante de Albuquerque
CEO – Presidente
CFO – Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Marcus Fraga Rodrigues
Diretor Jurídico

Contato

Relações com Investidores
+55 11 4366-1158