



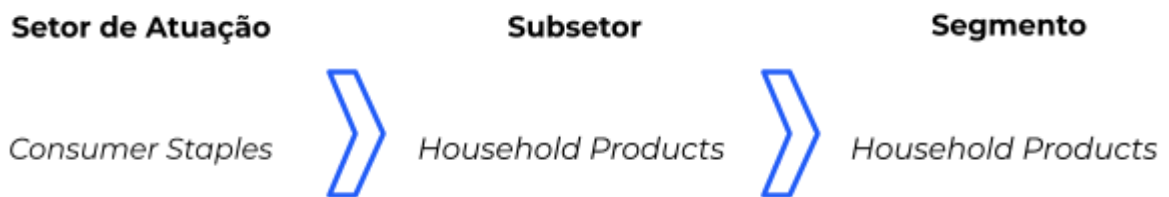
Análise

Procter & Gamble
PGCO34 | PG

Produzido por SIMPLA CLUB

Thiago Affonso Armentano

Área de Atuação



A **Procter & Gamble Company** é uma das maiores fabricantes de produtos domésticos e de cuidados pessoais do mundo, com dezenas de bilhões de dólares em vendas anuais. A empresa opera em mais de 180 países e possui um portfólio de mais de 300 marcas reconhecidas globalmente. Marcas conhecidas do dia a dia, como Oral-B, Gillette, Pantene, Ariel, Tide, Pampers, Cascade e Always, fazem parte de sua ampla linha de produtos.



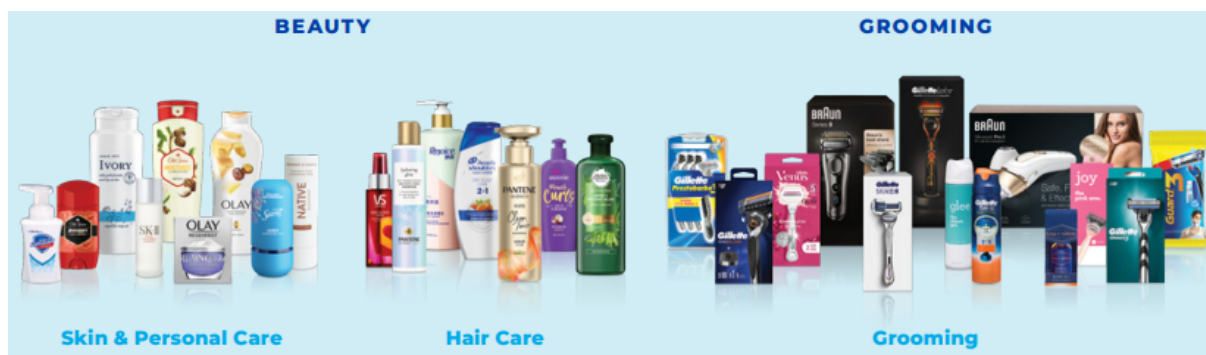
Produtos do segmento de negócios Health Care.
Fonte: IR Procter & Gamble.

Como líder global na indústria de bens de consumo, a P&G se concentra em fornecer produtos de alta qualidade que oferecem valor superior em relação a muitos concorrentes. A empresa compete em diversos segmentos, com produtos diferenciados por faixa de preço, abrangendo categorias super premium, premium, mid-tier e value-tier. Essa abordagem permite que a P&G atenda a uma ampla gama de consumidores e mantenha uma forte participação de mercado em diversas categorias.



Produtos do segmento de negócios Fabric and Home Care.
Fonte: IR Procter & Gamble.

Os produtos da P&G são vendidos principalmente por meio de diversos canais de distribuição, incluindo comércio eletrônico, mercearias, lojas de clubes de associados, drogarias, lojas de departamento, distribuidores, atacadistas, lojas especializadas em beleza (incluindo lojas duty-free em aeroportos), farmácias e outros canais profissionais. Além disso, a empresa também utiliza seus próprios canais de vendas diretas ao consumidor, ampliando seu alcance no mercado.



Produtos do segmento de negócios Beauty e Grooming.
Fonte: IR Procter & Gamble.

O portfólio de produtos da P&G é dividido em dez categorias principais: Fabric Care (cuidado com roupas), Home Care (cuidado com a casa), Baby Care (cuidado com bebês), Feminine Care (cuidado feminino), Family Care (cuidado com a família), Hair Care (cuidado com o cabelo), Skin & Personal Care (pele e cuidados pessoais), Oral Care (cuidados bucais), Personal Health Care (cuidados com a saúde pessoal) e Grooming (cuidados com a barba).



*Produtos do segmento de negócio Baby, Feminine and Family Care.
Fonte: IR Procter & Gamble.*

Para fins de análise, a P&G agrupa suas vendas em cinco segmentos: segmento de Health Care, que engloba produtos das categorias Personal Health Care e Oral Care; Fabric and Home Care, que inclui produtos das categorias Fabric Care e Home Care; segmento de Beauty, que abrange produtos das categorias Skin & Personal Care e Hair Care; segmento de Grooming, que inclui produtos relacionados aos cuidados com a barba; por fim, segmento Baby, Feminine, and Family Care, que reúne produtos das categorias Baby Care, Feminine Care e Family Care.

Fábricas e Propriedades

A P&G possui sede corporativa em Cincinnati, Ohio, nos Estados Unidos. Além disso, a empresa possui ou aluga seus principais escritórios regionais em locais estratégicos, incluindo Suíça, Panamá, Cingapura, China e Emirados Árabes Unidos. Os principais centros de serviços compartilhados da empresa estão localizados na Costa Rica, Reino Unido e Filipinas, onde a P&G também possui ou aluga as instalações.

A empresa possui 24 fábricas nos Estados Unidos, distribuídas em 18 estados diferentes. Além disso, a empresa possui 78 fábricas em 33 outros países ao redor do mundo. Muitas dessas instalações, tanto dentro dos EUA quanto internacionais, produzem produtos para vários segmentos de negócios.

Os produtos de cuidados pessoais (Beauty) são fabricados em 22 dessas instalações, enquanto os produtos de cuidados com a barba (Grooming) são produzidos em 17. As unidades que produzem produtos de cuidados com a saúde (Health Care) somam 20, e as instalações que fabricam produtos de cuidados com roupas e com a casa (Fabric & Home Care) totalizam 35. Por fim, a fabricação de produtos de cuidados com bebês, cuidados femininos e cuidados com a família (Baby, Feminine & Family Care) ocorre em 37 fábricas.

As fábricas da empresa são instalações automatizadas e tecnicamente avançadas, projetadas para operar com altos padrões de eficiência e controle de qualidade. O processo de fabricação varia conforme o tipo de produto, mas geralmente envolve etapas como aquisição e processamento de matérias-primas, mistura, fabricação, embalagem e distribuição.

A empresa utiliza um processo de seleção de fornecedores para a aquisição de matérias-primas, como produtos químicos, ingredientes naturais, embalagens plásticas e papel. Esses insumos são submetidos a controles de qualidade, incluindo inspeções regulares, para garantir a conformidade com as especificações da P&G.

Na etapa de mistura e formulação, as matérias-primas são combinadas em proporções específicas utilizando equipamentos de mistura automatizados. O controle do processo é gerenciado por sistemas computadorizados que monitoram parâmetros críticos, como temperatura e homogeneidade, garantindo a consistência do produto final.

Em seguida, os produtos passam para a fase de fabricação, onde são moldados, enchidos ou cortados, dependendo de sua forma final. Produtos líquidos, como detergentes e xampus, são transferidos para máquinas de enchimento que dosam a quantidade exata em cada embalagem.

Produtos sólidos, como sabões em barra, são moldados e cortados por equipamentos automatizados.

A fase de embalagem é realizada por máquinas automatizadas que selam os produtos em embalagens projetadas para garantir a integridade durante o transporte e armazenamento. A P&G emprega tecnologias avançadas de embalagem e, alinhada a objetivos de sustentabilidade, utiliza materiais recicláveis e embalagens projetadas para minimizar o impacto ambiental.

Amostras dos produtos são coletadas em diferentes fases da produção e submetidas a uma série de testes, incluindo análises físico-químicas e testes de desempenho. Produtos que não atendem aos padrões de qualidade estabelecidos pela empresa são rejeitados e reprocessados ou descartados conforme as diretrizes internas e regulatórias.

Para a distribuição, a P&G utiliza uma rede de centros de distribuição estrategicamente localizados, o que facilita a logística e a entrega eficiente dos produtos aos mercados globais. A empresa implementa sistemas avançados de gerenciamento da cadeia de suprimentos, incluindo *softwares* de otimização de rotas e controle de inventário, visando maximizar a eficiência do transporte e minimizar custos.

As fábricas da P&G também integram tecnologias de automação e inteligência artificial para otimizar processos produtivos. A robótica é amplamente utilizada em tarefas repetitivas e de alta precisão, como a montagem de produtos e a embalagem. Sistemas de inteligência artificial auxiliam na previsão de demanda, controle de qualidade e ajustes em tempo real dos processos produtivos. Essa automação reduz a margem de erro e contribui para a padronização dos produtos.

A empresa adota práticas voltadas para a sustentabilidade em suas operações de fabricação, incluindo a redução do consumo de energia, água

e matérias-primas. Algumas instalações utilizam fontes de energia renovável, como solar e eólica, para diminuir as emissões de carbono. Além disso, a P&G busca implementar processos que minimizem a geração de resíduos, incluindo a reciclagem de subprodutos e a reutilização de materiais quando possível.

História da Empresa

A Procter & Gamble (P&G) foi fundada em 1837 nos Estados Unidos por William Procter, um fabricante de velas, e James Gamble, um fabricante de sabonetes. Os dois se tornaram cunhados ao casar com as irmãs Olivia e Elizabeth Norris. Esta conexão familiar levou à formação da sociedade que se tornaria uma das maiores empresas de bens de consumo do mundo.

No final da década de 1850, a empresa já alcançava a marca de US\$1 milhão em faturamento, empregando mais de 80 funcionários. Este foi um marco significativo, considerando o cenário econômico da época, pois a P&G já se destacava em um mercado altamente competitivo.

Em 1879, a empresa lançou o "Ivory Soap", um sabão em barra branco para lavagem de roupas. Ele era mais barato, mas com a mesma qualidade dos concorrentes importados. Este produto foi um divisor de águas para a P&G, pois introduziu o conceito de produtos de alta qualidade a preços acessíveis.

No início da década de 1890, a P&G tornou-se uma corporação milionária, oferecendo mais de 30 tipos diferentes de sabão. Nesta época, William Alexander Procter, filho do fundador, foi nomeado o primeiro presidente da empresa. Sob sua liderança, a P&G começou a inovar em práticas de negócios, como a introdução do sistema de participação nos lucros para os funcionários, algo inovador na época e que contribuiu para a fidelização da mão de obra.

Em 1911, a P&G expandiu sua linha de produtos ao lançar o Crisco, uma gordura vegetal que revolucionou a culinária ao oferecer uma alternativa mais saudável à banha de porco e à manteiga. Este lançamento marcou a entrada da P&G no segmento alimentício e mostrou a capacidade da empresa de se diversificar além de sabões e velas.

Em 1915, a P&G construiu sua primeira fábrica fora dos Estados Unidos, no Canadá. Este movimento foi estratégico para a expansão internacional da empresa. No mesmo período, a empresa inaugurou um centro químico de pesquisa, focando no desenvolvimento de novos produtos e começando a recrutar ativamente cientistas e pesquisadores.

Década de 1920, a P&G foi pioneira ao criar um departamento de pesquisa de mercado para estudar as preferências e hábitos de compra dos consumidores. Este foi um passo inovador, pois poucas empresas na época adotavam uma abordagem tão centrada no consumidor.

Em 1930, a P&G tornou-se uma empresa global, estabelecendo operações na Europa e na América Latina. Este período também marcou a entrada da empresa no mercado de rádio, patrocinando programas conhecidos como "soap operas" (novelas de sabão), uma referência direta ao seu principal produto na época.

Em 1955, a P&G entrou no mercado de higiene bucal com a aquisição da marca Crest, que se tornou uma das primeiras pastas de dente com flúor clínico comprovado a prevenir cáries. Este lançamento marcou o início da diversificação da empresa em cuidados pessoais.

Em 1958, a P&G lançou o Mr. Clean, um produto de limpeza doméstica que rapidamente se tornou um sucesso de vendas em lares americanos.

Em 1961, a empresa lançou as fraldas descartáveis Pampers, revolucionando o cuidado com bebês e estabelecendo um novo padrão no mercado. Em

1967, a P&G lançou o shampoo Head & Shoulders, o primeiro shampoo medicamentoso contra caspa disponível comercialmente.

Na década de 1980, a P&G fez o lançamento do absorvente Always, introduzindo tecnologias, como o gel superabsorvente, que melhoraram significativamente o conforto e a eficácia dos produtos de higiene feminina. Em 1984, a P&G lançou o sabão líquido Tide, que atendeu à crescente demanda por detergentes líquidos.

Em 2005, a companhia adquiriu a Gillette, adicionando marcas renomadas como Gillette, Braun e Duracell ao seu portfólio. Essa aquisição foi uma das maiores na história da empresa e consolidou sua posição como líder mundial em produtos de cuidados pessoais e de higiene.

Em 2016, a empresa concluiu a venda da maior parte de seu negócio de beleza (aproximadamente 40 marcas, incluindo Wella e Clairol) para a Coty, um passo crucial em sua estratégia de focar em categorias essenciais. Essa transação ajudou a P&G a se concentrar em categorias como Cuidados com o Bebê, Higiene Feminina e Cuidados com a Casa.

Em 2018, a P&G fez a aquisição da Merck KGaA's Consumer Health, fortalecendo sua posição na área de saúde e bem-estar (produtos de saúde do consumidor). Essa aquisição trouxe marcas como Femibion, Neurobion e Nasivin para o portfólio da P&G.

Durante a pandemia de COVID-19, em 2020, a P&G demonstrou resiliência, com forte demanda por seus produtos de limpeza, higiene e saúde. A empresa acelerou o investimento em canais de comércio eletrônico (*e-commerce*) para atender às mudanças nos hábitos de consumo.

Atualmente, a Procter & Gamble segue como uma das maiores empresas de bens de consumo do mundo, com um portfólio focado e marcas icônicas. A empresa continua a se adaptar aos desafios globais, investindo

em digitalização e na sustentabilidade, para manter sua liderança de mercado.

Riscos do Negócio

Certos fatores podem ter efeitos adversos nos negócios, nas condições financeiras e nos resultados operacionais da P&G. Os investidores devem considerar cuidadosamente esses fatores de risco e estar cientes de que é impossível prever ou identificar todos os riscos potenciais. Caso esses riscos, sejam eles conhecidos ou desconhecidos, se materializem, os resultados operacionais ou a situação financeira da empresa poderão ser impactados de forma significativa.

A empresa depende de terceiros em diversos aspectos de seu processo de fabricação e operações, o que cria riscos adicionais. Isso inclui uma ampla rede de fornecedores, fabricantes, distribuidores, setores comerciais, bancos, parceiros de *joint venture* e outros parceiros de negócios externos. Se a companhia não for capaz de gerir eficazmente esses relacionamentos e os acordos sob os quais os parceiros terceirizados operam, pode enfrentar interrupções na cadeia de suprimentos, atrasos na produção e desafios de qualidade, afetando negativamente seus resultados operacionais.

A capacidade da P&G de atingir suas metas de crescimento depende fortemente da inovação em produtos, *marketing* e operações, além da habilidade de compreender e se adaptar às mudanças nos hábitos dos consumidores. A empresa deve continuar a desenvolver e comercializar novos produtos e implementar melhorias em seus processos de fabricação. Para isso, é essencial antecipar corretamente as tendências e preferências dos consumidores. Falhas em inovar ou em acompanhar as mudanças do mercado podem resultar em perda de participação de mercado para concorrentes.

As operações internacionais representam outro risco significativo. A P&G opera em mais de 180 países, e essa exposição global a sujeita a uma série de desafios; incluindo variações nas leis e regulamentações estrangeiras, volatilidade cambial, restrições e controles cambiais rigorosos que podem dificultar a repatriação de receitas geradas fora dos EUA. Além disso, a instabilidade política, econômica ou social em determinados países pode afetar negativamente as receitas da empresa, sujeitando-a a novos custos e desafios regulatórios.

A empresa também enfrenta intensa concorrência em todos os seus segmentos de mercado. Concorrentes podem lançar produtos inovadores ou de baixo custo, o que pode reduzir a participação de mercado da P&G. A capacidade da empresa de manter e aumentar sua participação depende de sua eficácia em inovação, *marketing* e eficiência operacional.

Os custos das matérias-primas, como produtos químicos, celulose e óleos, podem ser voláteis. Flutuações nos preços dessas matérias-primas, devido a fatores como condições climáticas, disponibilidade e alterações regulatórias, podem impactar os custos operacionais e margens de lucro da P&G.

As crescentes preocupações ambientais e as regulamentações relacionadas à sustentabilidade e ao meio ambiente representam um risco crescente. A empresa está sob pressão para reduzir seu impacto ambiental, incluindo a redução de resíduos plásticos e a adoção de práticas sustentáveis. O não cumprimento dessas expectativas pode resultar em danos à reputação e até em restrições regulatórias.

Alterações em leis e regulamentos, como políticas de preços, tarifas e impostos, regulamentações de saúde e segurança e políticas comerciais, podem impactar a operação da P&G. Regulamentações mais rigorosas

sobre produtos químicos, embalagens e rotulagem também podem aumentar os custos e restringir as operações.

A P&G também depende fortemente de sistemas de tecnologia da informação (TI) para conduzir seus negócios. Ameaças cibernéticas, como ataques de *hackers*, violações de dados e interrupções de sistemas, podem comprometer informações confidenciais e interromper as operações, resultando em perdas financeiras e danos à reputação.

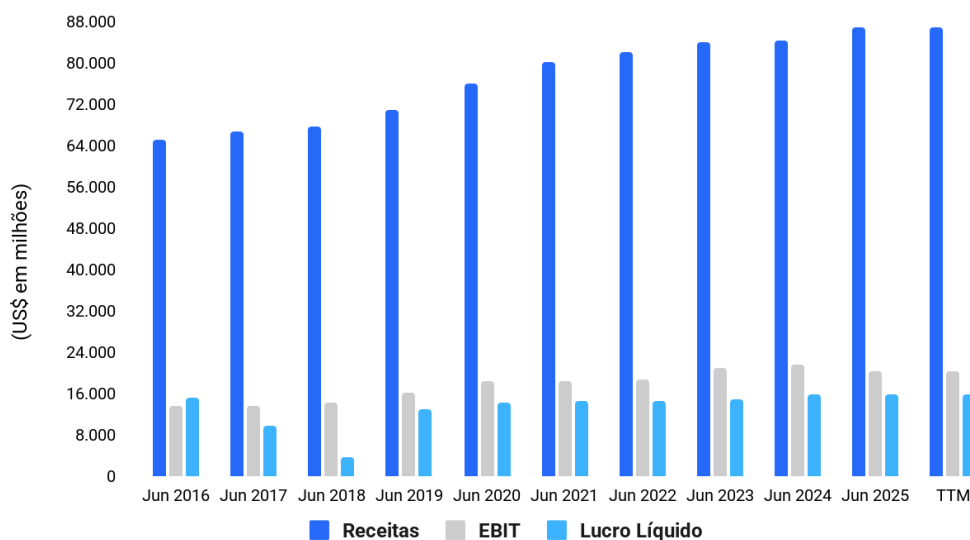
Por fim, mudanças nas preferências e comportamentos dos consumidores, incluindo a crescente demanda por produtos naturais e orgânicos, produtos sustentáveis e canais de comércio eletrônico, podem afetar as vendas de produtos tradicionais da P&G. A empresa precisa se adaptar continuamente a essas tendências para permanecer relevante no mercado.

Resultados Anteriores

A queda nas receitas da Procter & Gamble entre 2015 e 2017 foi causada por diversos desafios, como concorrência intensa e mudanças nas preferências dos consumidores. A valorização do dólar contribuiu e impactou negativamente as vendas internacionais no período. Para reverter essa tendência, a P&G adotou uma estratégia mais focada, investindo na inovação de produtos, melhorando a qualidade e fortalecendo sua presença em canais de *e-commerce*. Essas ações levaram a um crescimento gradativo nas vendas a partir de 2018, mesmo em meio aos desafios apresentados pela pandemia.

Ao pegarmos a janela dos últimos 10 anos, a companhia cresceu as receitas de US\$65,2 bilhões para US\$84,2 bilhões, o que representa uma taxa anual composta de crescimento (CAGR) de 2,58%. No mesmo período, o lucro operacional (EBIT) também registrou um aumento gradativo, saltando de US\$13,4 bilhões para US\$21,6 bilhões, conforme demonstrado no gráfico

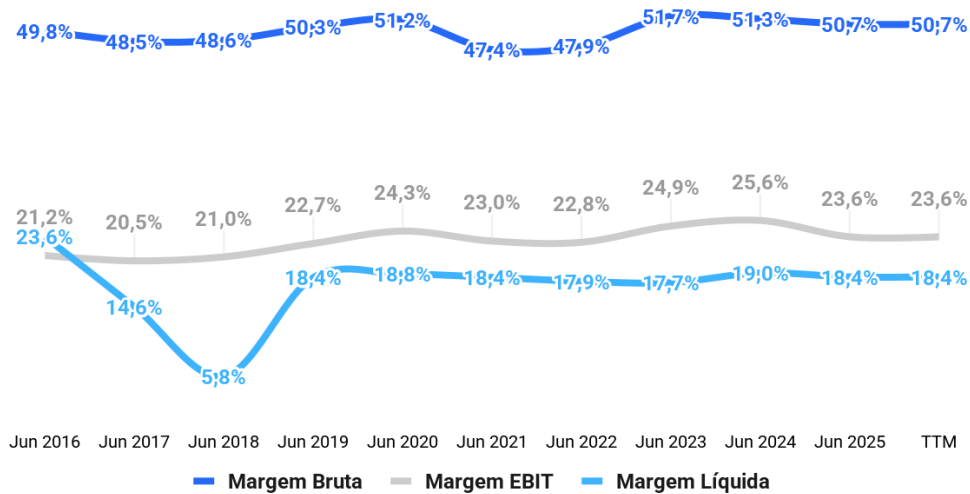
acima. Já o lucro líquido da empresa alcançou US\$15,9 bilhões em 2025, resultando em um CAGR de 4,28%.



*Resultado operacional.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.*

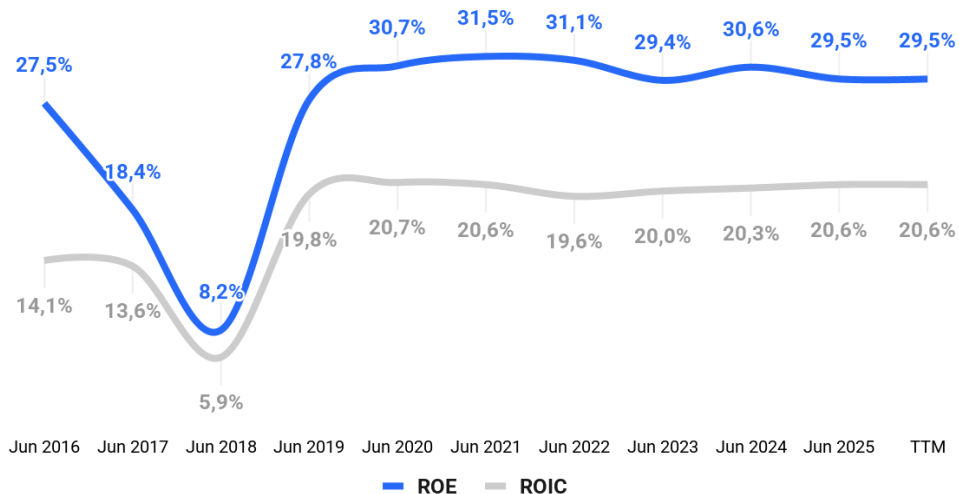
Durante o ano de 2019, a P&G entregou lucros mais modestos, pois estava em meio a um processo de reorganização estratégica, que envolvia a simplificação do portfólio de produtos, o corte de custos e a melhoria da eficiência operacional. Essa reestruturação resultou em despesas significativas, incluindo custos associados à venda ou descontinuação de marcas, fechamento ou readequação de fábricas e reconfiguração de operações globais.

Desta forma, ao longo desses anos, a P&G conseguiu se tornar mais eficiente, resultando em um crescimento gradual de suas margens. A margem EBIT apresentou um crescimento significativo, passando de 20,6% para 25,6% no período, o que indica uma gestão operacional sólida e eficiente. Embora a margem líquida tenha apresentado alguma volatilidade, ela permaneceu acima de 17% na maior parte dos anos, demonstrando a capacidade da empresa de manter lucratividade mesmo em um ambiente de mercado desafiador.



Margens de lucratividade.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

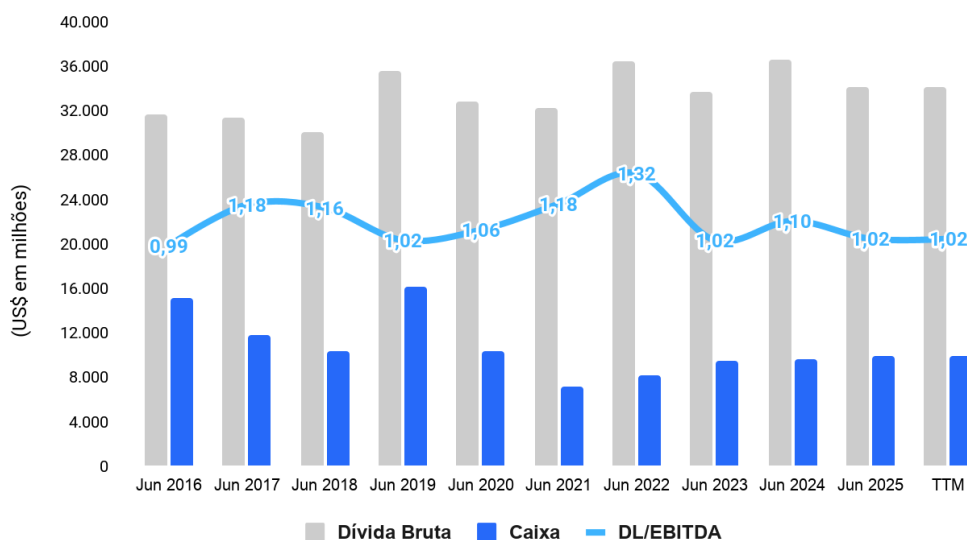
As empresas, de maneira geral, possuem sua estrutura de capital constituída em dois pilares: baseada em seus próprios recursos (patrimônio líquido) e de terceiros (empréstimos). O ROIC representa a rentabilidade da companhia não só em relação ao seu patrimônio líquido, como faz o ROE, mas também em relação à dívida captada com terceiros.



Indicadores de rentabilidade.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club..

Entre 2016 e 2025, a P&G manteve indicadores de rentabilidade elevados. O Retorno sobre Patrimônio Líquido (ROE) permaneceu acima de 27% na maior parte do período, atingindo 31,3% em 2025, demonstrando forte capacidade de gerar lucro a partir do capital dos acionistas. O Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) também foi consistente, alcançando 21,5% em 2025, refletindo uma gestão eficiente dos recursos totais.

Também por esse motivo, a operação da empresa tem sido pautada em uma filosofia endividamento controlado. Atualmente, a P&G possui uma dívida bruta de US\$35,9 bilhões, enquanto dispõe de US\$11,1 bilhões em recursos líquidos, conforme ilustrado na figura de endividamento. Isso reflete uma abordagem equilibrada da companhia em relação ao seu balanço. A relação DL/EBITDA da P&G é de aproximadamente 1,0 vezes, mostrando um nível de alavancagem controlado.

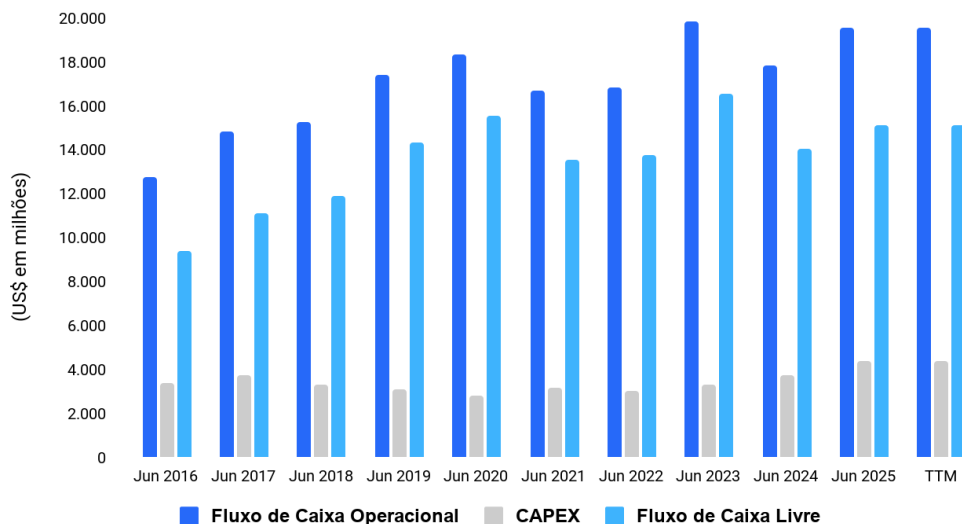


*Nível de endividamento e caixa.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.*

Como podemos observar no gráfico abaixo, a empresa gerou US\$17,8 bilhões em fluxo de caixa operacional em 2025, enquanto destinou US\$3,7 bilhões para despesas de capital (CAPEX) no mesmo período. Isso resultou em um fluxo de caixa livre de US\$14 bilhões. A geração de caixa livre é um indicador essencial para a saúde financeira de qualquer empresa, pois

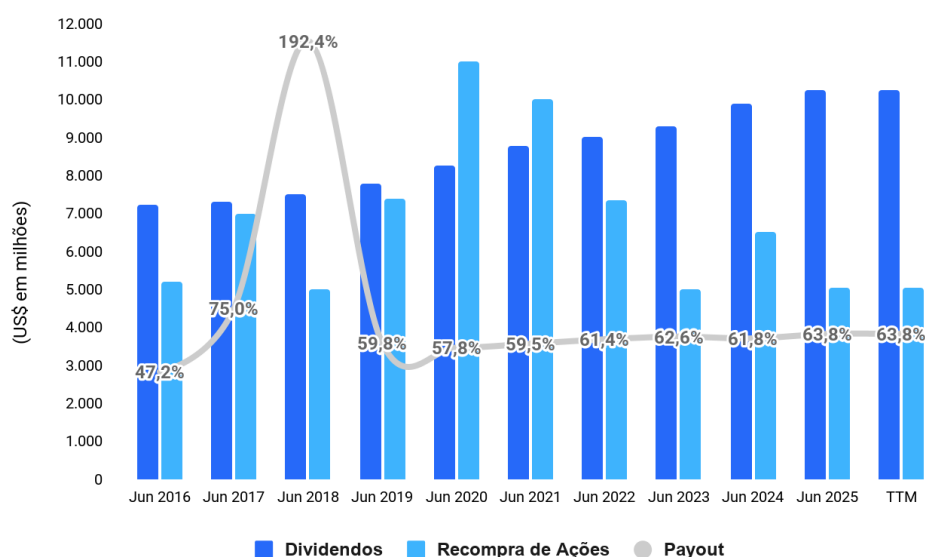
possibilita uma série de ações estratégicas, como o pagamento de dividendos, a recompra de ações, a quitação de dívidas e o financiamento de novas aquisições ou reinvestimentos.

No caso da P&G, a capacidade de gerar um caixa livre elevado, enquanto mantém seus investimentos em CAPEX relativamente baixos, demonstra um equilíbrio saudável entre reinvestimento e distribuição de valor aos acionistas. Mesmo sendo uma empresa com diversas fábricas, a P&G tem conseguido otimizar seus processos produtivos, mantendo os custos de capital em um patamar eficiente.



Geração de fluxo de caixa.
 Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

A Procter & Gamble mantém uma forte política de dividendos, aumentando a distribuição de proventos de forma consistente ao longo das últimas seis décadas. A empresa possui uma longa história de pagamento de dividendos, totalizando mais de 130 anos consecutivos desde sua incorporação em 1890. Apenas em 2025, foram distribuídos mais de US\$9,8 bilhões em dividendos.



Geração de fluxo de caixa.
 Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

Além dos dividendos, a P&G também opera um programa de recompra de ações estratégico. Essas recompras são realizadas levando em consideração as condições de mercado, com um foco especial no valor pelo qual as ações estão sendo negociadas. Em 2025, a P&G recomprou um total de US\$6,5 bilhões em ações.

O programa de recompra, em conjunto com a distribuição de dividendos, faz parte da estratégia da empresa para maximizar o retorno total aos acionistas, equilibrando a distribuição direta de proventos e o aumento da participação do investidor na empresa.

Opinião do Analista

A Procter & Gamble é uma das empresas mais renomadas no setor de bens de consumo do mundo, contando com um portfólio de marcas amplamente reconhecidas e uma presença global consolidada. A companhia tem apresentado uma performance financeira equilibrada, com crescimento gradativo nas vendas nos últimos anos e uma gestão financeira que reflete eficiência. Além disso, a P&G tem mantido uma geração de caixa livre consistente, o que contribui para a distribuição de

dividendos crescentes e a recompra de ações, gerando valor para os acionistas.

No entanto, é importante mencionarmos que a empresa pode enfrentar alguns desafios no cenário atual. O ambiente macroeconômico tem se tornado mais complexo, com pressões inflacionárias e flutuações cambiais podendo impactar os custos de produção e, conseqüentemente, as margens operacionais da empresa podem ser afetadas no curto prazo.

A P&G também lida com um mercado cada vez mais competitivo, onde marcas locais e produtos de baixo custo ganham terreno, especialmente em mercados emergentes. Esse cenário pode afetar a capacidade da empresa de repassar custos aos consumidores sem comprometer sua participação de mercado.

Apesar desses desafios, a P&G continua com fundamentos sólidos, com forte presença global, eficiência operacional e capacidade de inovação para sustentar seu crescimento. Contudo, para justificar seu preço atual, a empresa precisaria acelerar de forma mais arrojada o crescimento de suas vendas nos próximos anos, além de continuar mantendo margens saudáveis.

Por essa razão, embora reconheçamos a qualidade da P&G, a empresa não apresenta uma relação risco-retorno suficientemente atrativa, desta forma, optamos por ficar de fora das ações da companhia no momento. No entanto, continuaremos a acompanhar de perto a empresa e suas perspectivas futuras.

Equipe



Carlos Júnior

Analista CNPI especialista em

Fundos Imobiliários



Thiago Armentano

Analista CNPI especialista em

Ativos Globais



Guilherme La Vega

Analista CNPI especialista em

Ações Brasileiras

Acompanhamento

relatório atualizado em 30.07.2026

Nossa equipe de analistas está atenta a todas as movimentações relevantes, mantendo os rankings e seus respectivos fundamentos atualizados todas as semanas. Em caso de grandes mudanças, os relatórios também podem ser atualizados. Já em caso do ativo receber recomendação de venda, nossa sugestão se refere, única e exclusivamente, à retirada do ativo da carteira do investidor, uma vez que não incentivamos a prática de venda à descoberto.

Disclaimer

Todas as análises aqui apresentadas foram elaboradas pelo analista de valores mobiliários autônomo Thiago Affonso Armentano - CNPI EM-8454, com objetivo de orientar e auxiliar o investidor em suas decisões de investimento; portanto, o material não se constitui em oferta de compra e venda de nenhum título ou valor imobiliário contido. O investidor será responsável, de forma exclusiva, pelas suas decisões de investimento e estratégias financeiras. O relatório contém informações que atendem a diversos perfis de investimento, sendo o investidor responsável por verificar e atentar para as informações próprias ao seu perfil de investimento, uma vez que as informações constantes deste material não são adequadas para todos os investidores. Os analistas responsáveis pela elaboração deste relatório declaram, nos termos da Resolução CVM nº 20/2021, que as recomendações do relatório de análise refletem única e exclusivamente as suas opiniões pessoais e foram elaboradas de forma independente, inclusive em relação à pessoa jurídica à qual estão vinculados. Além disso, Os analistas de valores mobiliários envolvidos na elaboração do relatório (e/ou seus cônjuges ou companheiros) são, ou podem ser, titulares de valores mobiliários objeto do relatório, direta ou indiretamente, em nome próprio ou de terceiros. Na emissão deste relatório, a Simpla Invest, controladora do Simpla Club, poderá estar agindo em conflito de interesses em relação ao emissor, podendo (i) ter interesses financeiros e/ou comerciais relevantes e/ou (ii) estar envolvida na aquisição, alienação ou intermediação dos valores mobiliários objeto deste relatório. A elaboração desse material se deu de maneira independente, e o conteúdo nele divulgado não pode ser copiado, reproduzido ou distribuído, no todo ou em parte, a terceiros, sem autorização prévia.

