Resultados trimestrais e Revisão de Preço

Magazine Luiza

3T20: positivo; destaque para o expressivo crescimento de vendas

O resultado referente ao 3T20 da Magazine Luiza foi positivo, em nossa opinião. A companhia foi capaz de manter um expressivo crescimento de vendas no canal online, mesmo diante da reabertura do comércio físico. Além disso, as vendas nas lojas físicas também surpreenderam positivamente, de forma que todos os canais de vendas contribuíram para o resultado apresentado nesse trimestre.

Desempenho das Ações. Os papéis de MGLU3 são um dos poucos do setor varejista que vem apresentando um desempenho espetacular ao longo de 2020. Favorecida pela força do seu ecossistema de vendas e robusto desempenho econômico-financeiro, desde o início do ano os papéis têm descolado da performance do Ibovespa e apresentado variações muito superiores ao índice, como se a pandemia tivesse apenas passado pela porta da frente, sem grandes interferências em seus negócios. Diante desse cenário, e após revisarmos nosso **preço-alvo** para o final de 2021 para **R$ 34,70**, mantemos nossa recomendação de **Compra**.

Destaques

R$ Milhões	3T20r	3T19	a/a	3T20e	r/e
GMV	12.355	6.818	81,2%	11.244	9,9%
Lojas Físicas	4.167	3.522	18,3%	3.967	5,0%
1P	6.094	2.442	149,5%	5.323	14,5%
Marketplace (3P)	2.095	854	145,4%	1.954	7,2%
Receita Líquida	8.308	4.864	70,8%	7.697	7,9%
Lucro Bruto	2.179	1.425	52,9%	2.041	6,7%
Margem Bruta (%)	26,2%	29,3%	-3,1 p.p.	26,5%	-0,3 p.p.
EBITDA Ajustado	546	318	71,6%	383	42,5%
Mg. EBITDA Ajustado (%)	6,6%	6,5%	0,0 p.p.	5,0%	1,6 p.p.
Lucro Líquido	206	235	-12,5%	121	70,8%
Margem Líquida (%)	2,5%	4,8%	-2,4 p.p.	1,6%	0,9 p.p.

Fonte: Magazine Luiza e BB Investimentos

Desempenho econômico-financeiro. As vendas totais (GMV, na sigla em inglês) atingiram R$ 12,3 bilhões neste trimestre, favorecidas pelo forte crescimento do canal online, tanto 1P (+149,5% a/a) quanto 3P (+145,4% a/a), e também pelo bem-vindo crescimento de 18,3% a/a das vendas pelo canal físico, com vendas mesmas lojas vindo em 7,2%. Com isso, a receita líquida cresceu 70,8% a/a, o que surpreendeu nossas expectativas para o trimestre (+7,9% r/e).

A margem bruta, por sua vez, veio em 26,2% (-3,1 p.p. a/a e -0,3 p.p. r/e), em função da maior participação das vendas pelo canal 1P sobre o total vendido ante o mesmo período do ano anterior. Já a margem EBITDA Ajustada manteve-se praticamente estável na comparação anual, em 6,6%, mas superior às nossas estimativas em 1,6 p.p., em função da maior diluição de despesas com vendas, bem como de um resultado de equivalência patrimonial mais favorável do que o esperado.

Por fim, a margem líquida atingiu 2,5%, 2,4 p.p. inferior a/a dada a contabilização de receitas financeiras não recorrentes no resultado financeiro do 3T19, bem como uma alíquota efetiva menor em função do benefício da distribuição de juros sobre capital próprio naquele período. Apesar de inferior na comparação anual, a margem líquida veio acima de nossas expectativas em 0,9 p.p. em função de um menor impacto do resultado financeiro como percentual da receita líquida.

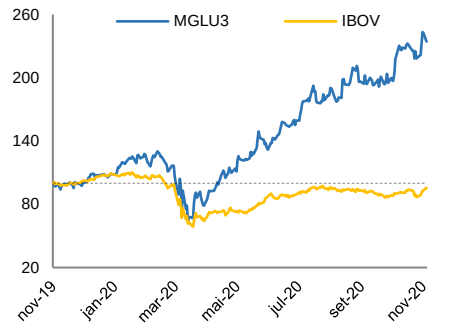
No que se refere à alavancagem financeira da companhia, observamos uma situação de caixa líquido em R$ 1,2 bilhão, ante R$ 685 milhões no 3T19. Com isso, a Magazine Luiza se mantém em uma posição confortável para seguir realizando investimentos necessários para implementar seu planejamento estratégico.

MGLU3

Recomendação	***Compra***
Preço-alvo – 2021E	**34,70**
Preço da ação – 09/11/2020	26,45
Potencial de Valorização	31,2%

Dados de Mercado

		em 09/11/2020
Valor de Mercado	*R$ milhões*	171.481
Variação 1 mês	*%*	7,8%
Variação UDM	*%*	142,0%
Variação 2020	*%*	122,2%
Min. 52 sem.	*R$*	6,24
Máx. 52 sem.	*R$*	28,31



Fonte: Economatica

Múltiplos

	2020e	2021e	2022e
EV/EBITDA (x)	131,3	90,2	62,2
EV/GMV (x)	5,3	4,0	3,1
P/L(x)	461,1	247,5	147,8

Fonte: BB Investimentos, considerando preço-alvo 21E.

Georgia Jorge
georgiadaj@bb.com.br

Revisão de Preço

Ao final de 2019, o Magazine Luiza destacou cinco *drivers* (direcionadores) estratégicos que seriam seu foco de atuação no decorrer de 2020, com vistas a desenvolver ainda mais a qualidade de sua plataforma digital e melhorar a experiência de todos os envolvidos na cadeia, sejam eles os *sellers* (vendedores cadastrados em seu *marketplace*) ou consumidores: (*i*) crescimento exponencial (3P), (*ii*) novas categorias, (*iii*) super app, (*iv*) entrega mais rápida e (*v*) MaaS (*Magalu as a Service*).

No decorrer dos nove primeiros meses do ano, observamos avanços relevantes em cada uma dessas estratégias, muito impulsionados pelo incremento das vendas digitais em função do Covid-19: (*i*) inclusão de 25 mil novos *sellers* à plataforma de *marketplace*, totalizando 40 mil *sellers* ao final do 9M20; (*ii*) aumento das vendas na categoria de mercado, que se tornou categoria líder no *e-commerce* da empresa em quantidade de itens vendidos, com a gradual maturação do *Ship From Store* auxiliando na entrega rápida dessa categorias aos consumidores; e (*iii*) lançamento de uma campanha agressiva de *cashback* no mês de julho, favorecendo a evolução de contas digitais abertas e gerando aumento de frequência na recompra.

Dentre os diversos avanços observados na estratégia da companhia, o foco no aprimoramento do MaaS, com a aquisição de diversas companhias agregando serviços à sua plataforma e logística, é o que merece mais destaque. Ao final do mês de julho, a companhia anunciou a aquisição da Hubsales, entrando no segmento *Factory to Consumer* (F2C) e integrando produtores de diversos polos industriais, seguida pelo anúncio da aquisição do site de conteúdo de tecnologia Canaltech e da plataforma Inloco Media, que marcaram a estreia da companhia em publicidade online.

Em seguida, divulgou a aquisição da Stoq, responsável pelo desenvolvimento de sistemas de pontos de vendas no modelo SaaS (*software as a service*), e da Aiqfome, plataforma de *food delivery* brasileira. No início de outubro, a companhia comunicou ao mercado a aquisição da GFL e da Sinclog. A primeira, é uma plataforma de logística focada no *e-commerce* que veio reforçar a expansão da Logbee, enquanto a segunda é uma plataforma de tecnologia usada pela GFL. Por fim, até o momento de publicação deste relatório, a companhia ainda divulgou a aquisição da ComSchool Soluções, responsável por oferecer cursos nas áreas de Marketing Digital, *e-commerce*, redes sociais e comportamentos na era digital.

Essas recentes aquisições, bem como os progressos observados nos demais drivers estratégicos elegidos pela companhia, vem contribuindo para que esta siga negociando com um prêmio sobre os seus pares de mercado. Com efeito, apesar de esses avanços pressionarem mais as margens no curto prazo, nossa visão é a de que a Magazine Luiza vem realizando os investimentos necessários para pavimentar o sucesso de seus resultados ao longo dos próximos anos, o que nos traz bastante confiança em sua tese de investimentos.

Diante do exposto e após incorporarmos os resultados do 9M20, o recente desdobramento das ações e revisarmos nossas estimativas de crescimento do GMV e margens para 2020 e próximos anos, alteramos nosso **preço-alvo** 21E para **R$ 34,70** (ante R$ 18,38), com manutenção da recomendação de **Compra**.

Dentre as alterações em nossas estimativas, destacamos: (i) incremento das vendas nos anos de 2021 e 2022, em decorrência da aceleração do *e-commerce* e do consistente ganho de participação de mercado da Magazine Luiza em função dos diversos investimentos ora em andamento; (ii) margem bruta de 2020 menor devido à aceleração das vendas no canal 1P (online próprio), que conta com margens inferiores às observadas em lojas físicas; e (iii) melhoria de margem EBITDA ajustada em 2021 e 2022, acompanhando melhoria da margem bruta e maior alavancagem operacional.

Tese de Investimentos. A tese de investimentos da Magazine Luiza está baseada (i) na capacidade da companhia em combinar crescimento elevado a margens saudáveis; (ii) no desenvolvimento de uma estrutura logística omnicanal, integrando as lojas físicas e as vendas online de forma a reduzir custos e elevar o nível de serviço; e (iii) investimentos para aproveitar todas as oportunidades do *e-commerce*, com incremento de sortimento de produtos, desenvolvimento de super app e meios de pagamento e incremento de serviços aos vendedores cadastrados em seu *marketplace*.

Riscos. Os riscos existentes na tese de investimentos da Magazine Luiza são: (i) resultado dos investimentos em aquisição de cliente e no desenvolvimento da omnicanalidade inferior ao esperado; (ii) incapacidade de atrair e reter os melhores *sellers* na sua plataforma de marketplace; (iii) incapacidade de escalar e rentabilizar a solução financeira oferecida aos seus clientes (Magalu pay); e (iv) incremento das provisões com devedores duvidosos acima do esperado.

ESG. Assumimos o compromisso de integrar aspectos ambientais, sociais e de governança corporativa ("ESG", na sigla em inglês) nas análises das empresas de nosso universo de cobertura, a fim de atender

ao interesse cada vez maior dos investidores nesse assunto. Para mais informações, acesso nosso relatório Seleção BB ESG.

O rating ESG da Magazine Luiza, atribuído pela Refinitiv, é C (D+ no pilar ambiental, C+ no pilar social e C no pilar Governança), sem quaisquer apontamentos de controvérsias. Essa pontuação tem como base o Relato Integrado 2017.

No aspecto **ambiental**, destacamos que a companhia vem trabalhando em uma estratégia de sustentabilidade mais sólida. Nesse sentido, realizou seu primeiro inventário formal de emissões de gases causadores do efeito estufa, apesar de ainda não auditados ou revisados por entidades independentes. Vale mencionar também que a intenção da companhia é se tornar uma B Corp, certificação dada por uma organização para companhias que cumprem padrões verificáveis de desempenho social e ambiental, transparência pública e responsabilidade legal. Com o intuito de obter essa certificação, a Magazine Luiza realizou uma análise de geração de resíduos de toda a companhia, apesar de ainda não ter estabelecido metas visando à redução de resíduos na operação.

Já no aspecto **social**, a companhia tem atuando em diversos projetos sociais e culturais, dentre os quais destacamos o patrocínio ao Instituto Baccarelli desde 2012 e o projeto A-Cor-dar, cujo foco é desenvolver potencialidades em crianças e jovens sob condição de vulnerabilidade social, bem como promover o bem-estar junto à comunidade idosa através de atividades esportivas. Merece realce, ainda, os programas específicos focados na valorização da diversidade na companhia, como o de inclusão de pessoas com deficiência e de contratação de jovens aprendizes e trainees. Em relação ao programa de trainees, a companhia divulgou recentemente um programa destinado apenas a candidatos negros, como forma de oferecer oportunidades em cargos de liderança à comunidade negra e, com isso, reduzir a desigualdade racial.

Quanto ao aspecto de **governança corporativa**, destacamos que o seu Conselho de Administração possui regimento interno próprio e é composto por sete membros, dos quais quatro são independentes e três são mulheres. Para apoiar a tomada de decisões, o Conselho de Administração conta com quatro Comitês de apoio: (i) Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, o qual possui regimento interno mas não é estatutário; (ii) Comitê de Finanças e Crédito ao Consumidor, com regimento interno próprio; (iii) Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional, sem regimento interno próprio; e (iv) Comitê de Estratégia, Negócio e Transformação Digital, também sem regimento interno próprio.

Tanto os membros do Conselho de Administração quanto dos Comitês passam por avaliações anuais de desempenho. A companhia conta ainda com um Conselho Fiscal permanente e uma Diretoria Executiva formada por um diretor presidente, um vice-presidente e dez diretorias, três das quais ocupadas por mulheres.

Valor da Empresa

R$ Milhões	**221.311**
VP do FCFF	59.698
VP do Valor Terminal	161.614
Dívida Líquida / (Caixa Líquido)	(3.887)
Valor para o Acionista	225.198
Número de Ações (mi)	6.483,2
Valor Justo por Ação	34,70

Premissas Valuation

WACC	11,6%
Beta	0,85
Taxa Livre de risco	1,7%
Prêmio de Mercado	7,6%
Risco País	2,6%
Crescimento na perpetuidade	5,5%

Endividamento

	2018a	2019a	2020e	2021e	2022e
Dívida Bruta (R$ mi)	456	849	1.613	1.774	1.951
Caixa (R$ mi)	1.008	4.754	4.277	5.661	5.980
Dívida Líquida (R$ mi)	-552	-3.905	-2.664	-3.887	-4.029
Dívida Líquida (Caixa)/EBITDA	(0,4)x	(2,2)x	(1,6)x	(1,6)x	(1,2)x

Fonte: Magazine Luiza e BB Investimentos

Balanço Patrimonial

R$ Milhões	2018a	2019a	2020e	2021e	2022e
Ativos	**8.797**	**19.791**	**22.837**	**27.995**	**31.696**
Circulantes	6.412	12.841	15.872	20.707	24.122
Realizável de Longo Prazo	723	1.749	1.665	1.595	1.537
Investimentos, Imobilizado e Intangível	1.662	5.201	5.299	5.693	6.037
Passivos	**8.797**	**19.791**	**22.837**	**27.995**	**31.696**
Circulante	5.389	8.003	9.988	14.592	17.809
Exigível de Longo Prazo	1.105	4.224	5.028	5.363	5.626
Patrimônio Líquido	2.303	7.565	7.821	8.040	8.261

DRE

R$ Milhões	2018a	2019a	2020e	2021e	2022e
GMV Total	**19.668**	**27.271**	**41.584**	**55.316**	**70.609**
Lojas Físicas	12.643	14.905	14.787	15.860	17.248
1P	6.170	9.339	19.410	29.116	37.850
3P	855	3.027	7.386	10.340	15.510
Receita Líquida	**15.590**	**19.886**	**27.929**	**37.245**	**45.964**
crescimento	*30,1%*	*27,6%*	*40,4%*	*33,4%*	*23,4%*
CMV	-11.053	-14.332	-20.511	-26.915	-32.926
Lucro Bruto	**4.537**	**5.554**	**7.418**	**10.330**	**13.037**
Margem Bruta (%)	*29,1%*	*27,9%*	*26,6%*	*27,7%*	*28,4%*
Vendas	-2.747	-3.444	-4.998	-6.914	-8.473
G&A	-596	-702	-866	-1.136	-1.287
Perdas com crédito de liquidação duvidosa	-60	-76	-120	-160	-179
Equivalência Patrimonial	58	27	168	223	322
Outros	53	417	84	112	138
D&A	-164	-487	-682	-777	-872
EBIT	**1.082**	**1.289**	**1.003**	**1.678**	**2.685**
Margem EBIT (%)	*6,9%*	*6,5%*	*3,6%*	*4,5%*	*5,8%*
EBITDA Ajustado	**1.192**	**1.359**	**1.601**	**2.343**	**3.419**
Margem EBITDA Ajustado (%)	*7,6%*	*6,8%*	*5,7%*	*6,3%*	*7,4%*
Resultado Financeiro Líquido	**-295**	**-70**	**-396**	**-422**	**-542**
despesas financeiras	-429	-711	-599	-579	-737
receitas financeiras	134	641	203	156	195
EBT	**787**	**1.218**	**607**	**1.255**	**2.143**
Margem EBT (%)	*5,0%*	*6,1%*	*2,2%*	*3,4%*	*4,7%*
impostos	-189	-296	-119	-345	-619
Lucro Líquido	**597**	**922**	**488**	**910**	**1.524**
Margem Líquida (%)	*3,8%*	*4,6%*	*1,7%*	*2,4%*	*3,3%*

Fonte: Magazine Luiza e BB Investimentos

Fluxo de Caixa

R$ Milhões	2018a	2019a	2020e	2021e	2022e
EBIT	1.082	1.289	1.003	1.678	2.685
(-) IR e CSLL	-281	-320	-196	-462	-776
NOPAT	**801**	**968**	**807**	**1.216**	**1.909**
(+) D&A	164	487	682	777	872
(-) Capex	-364	-522	-441	-559	-645
(-) Capital de Giro	-258	-279	-1.471	1.133	153
(=) FCFF	**342**	**655**	**-423**	**2.567**	**2.289**

Análise de Sensibilidade

	Preço-alvo 21E				
g/WACC	**10,6%**	**11,1%**	**11,6%**	**12,1%**	**12,6%**
4,5%	37,4	33,9	31,0	28,5	26,3
5,0%	40,0	36,0	32,7	29,9	27,5
5,5%	43,0	38,5	**34,7**	31,6	28,9
6,0%	46,8	41,5	37,1	33,5	30,4
6,5%	51,5	45,1	39,9	35,8	32,3

Fonte: Magazine Luiza e BB Investimentos

INFORMAÇÕES RELEVANTES

Este é um relatório público e foi produzido pelo BB-Banco de Investimento S.A. ("BB-BI"). As informações e opiniões aqui contidas foram consolidadas ou elaboradas com base em informações obtidas de fontes, em princípio, fidedignas e de boa-fé. Embora tenham sido tomadas todas as medidas razoáveis para assegurar que as informações aqui contidas não sejam incertas ou equivocadas, no momento de sua publicação, o BB-BI não garante que tais dados sejam totalmente isentos de distorções e não se compromete com a veracidade dessas informações. Todas as opiniões, estimativas e projeções contidas neste documento referem-se à data presente e derivam do julgamento de nossos analistas de valores mobiliários ("analistas'), podendo ser alteradas a qualquer momento sem aviso prévio, em função de mudanças que possam afetar as projeções da empresa, não implicando necessariamente na obrigação de qualquer comunicação no sentido de atualização ou revisão com respeito a tal mudança. Quaisquer divergências de dados neste relatório podem ser resultado de diferentes formas de cálculo e/ou ajustes.

Este material tem por finalidade apenas informar e servir como instrumento que auxilie a tomada de decisão de investimento. Não é, e não deve ser interpretado como material promocional, recomendação, oferta ou solicitação de oferta para comprar ou vender quaisquer títulos e valores mobiliários ou outros instrumentos financeiros. É recomendada a leitura dos prospectos, regulamentos, editais e demais documentos descritivos dos ativos antes de investir, com especial atenção ao detalhamento do risco do investimento. Investimentos nos mercados financeiros e de capitais estão sujeitos a riscos de perda superior ao capital investido. A rentabilidade passada não é garantia de rentabilidade futura. O BB-BI não garante o lucro e não se responsabiliza por decisões de investimentos que venham a ser tomadas com base nas informações divulgadas nesse material. É vedada a reprodução, distribuição ou publicação deste material, integral ou parcialmente, para qualquer finalidade.

Nos termos do art. 22 da ICVM 598, o BB-Banco de Investimento S.A declara que:

1 - A instituição pode ser remunerada por serviços prestados ou possuir relações comerciais com a(s) empresa(s) analisada(s) neste relatório ou com pessoa natural ou jurídica, fundo ou universalidade de direitos, que atue representando o mesmo interesse dessa(s) empresa(s); o Conglomerado Banco do Brasil S.A ("Grupo") pode ser remunerado por serviços prestados ou possuir relações comerciais com a(s) empresa(s) analisada(s) neste relatório, ou com pessoa natural ou jurídica, fundo ou universalidade de direitos, que atue representando o mesmo interesse dessa(s) empresa(s).

2 - A instituição pode possuir participação acionária direta ou indireta, igual ou superior a 1% do capital social da(s) empresa(s) analisada(s), mas poderá adquirir, alienar ou intermediar valores mobiliários da(s) empresa(s) no mercado; o Conglomerado Banco do Brasil S.A pode possuir participação acionária direta ou indireta, igual ou superior a 1% do capital social da(s) empresa(s) analisada(s), e poderá adquirir, alienar e intermediar valores mobiliários da(s) empresa(s) no mercado.

3 – O Banco do Brasil S.A. detém indiretamente 5% ou mais, por meio de suas subsidiárias, de participação acionária no capital da Cielo S.A, companhia brasileira listada na bolsa de valores e que pode deter, direta ou indiretamente, participações societárias em outras companhias listadas cobertas pelo BB–Banco de Investimento S.A.

Declarações dos Analistas

O(s) analista(s) envolvido(s) na elaboração deste relatório declara(m) que:

1 - As recomendações contidas neste relatório refletem exclusivamente suas opiniões pessoais sobre a companhia e seus valores mobiliários e foram elaboradas de forma independente e autônoma, inclusive em relação ao BB-Banco de Investimento S.A e demais empresas do Grupo.

2 – Sua remuneração é integralmente vinculada às políticas salariais do Banco do Brasil S.A. e não recebem remuneração adicional por serviços prestados para a(s) companhia(s) emissora(s) objeto do relatório de análise ou pessoas a ela(s) ligadas.

O(s) analista(s) declara(m), ainda, em relação à(s) companhia(s) emissora(s) dos valores mobiliários analisada(s) neste relatório:

Analistas	Itens			
	3	4	5	6
Georgia Jorge	-	-	-	-
	-	-	-	-

3 – O(s) analista(s), seus cônjuges ou companheiros, detêm, direta ou indiretamente, em nome próprio ou de terceiros, ações e/ou outros valores mobiliários de emissão da(s) companhia(s) emissora(s) dos valores mobiliários analisada(s) neste relatório.

4 – O(s) analista(s), seus cônjuges ou companheiros, possuem, direta ou indiretamente, qualquer interesse financeiro em relação à(s) companhia(s) emissora(s) dos valores mobiliários analisada(s) neste relatório.

5 – O(s) analista(s) tem vínculo com pessoa natural que trabalha para a(s) companhia(s) emissora(s) dos valores mobiliários analisada(s) neste relatório.

6 - O(s) analista(s), seus cônjuges ou companheiros, estão, direta ou indiretamente envolvidos na aquisição, alienação ou intermediação de valores mobiliários da(s) companhia(s) emissora(s) dos valores mobiliários analisada(s) neste relatório.

RATING

"RATING" é uma opinião sobre os fundamentos econômico-financeiros e diversos riscos a que uma empresa, instituição financeira ou captação de recursos de terceiros, possa estar sujeita dentro de um contexto específico, que pode ser modificada conforme estes riscos se alterem. "O investidor não deve considerar em hipótese alguma o "RATING" como recomendação de Investimento.

BB Banco de Investimento S.A. - BB-BI

e-mail: pesquisa@bb.com.br
+55 (11) 4298 7000

Diretor
Francisco Augusto Lassalvia

Gerente Executivo
Mário Perrone

Gerentes da Equipe de Pesquisa

Estratégia - Wesley Bernabé, CFA
wesley.bernabe@bb.com.br

Análise de Empresas - Victor Penna
victor.penna@bb.com.br

Renda Variável

Açúcar e Etanol
Daniel Cobucci
cobucci@bb.com.br

Óleo e Gás
Daniel Cobucci
cobucci@bb.com.br

Agronegócios
Luciana Carvalho
luciana_cvl@bb.com.br

Papel e Celulose
Victor Penna
victor.penna@bb.com.br

Alimentos e Bebidas
Luciana Carvalho
luciana_cvl@bb.com.br

Siderurgia e Mineração
Victor Penna
victor.penna@bb.com.br

Bancos e Serviços Financeiros
Wesley Bernabé, CFA
wesley.bernabe@bb.com.br
Rafael Reis
rafael.reis@bb.com.br

Transporte e Logística
Renato Hallgren
renatoh@bb.com.br

Utilities
Rafael Dias
rafaeldias@bb.com.br

Bens de Capital
Catherine Kiselar
ckiselar@bb.com.br

Varejo
Georgia Jorge
georgiadaj@bb.com.br

Educação
Melina Constantino
mconstantino@bb.com.br

Imobiliário
Kamila Oliveira
kamila@bb.com.br

Macroeconomia e Estratégia de Mercado
Hamilton Moreira Alves
hmoreira@bb.com.br
Henrique Tomaz, CFA
htomaz@bb.com.br
Richardi Ferreira
richardi@bb.combr

Renda Fixa
Renato Odo
renato.odo@bb.com.br
José Roberto dos Anjos
robertodosanjos@bb.com.br

Equipe de Vendas

Head - Henrique Reis
henrique.reis@bb.com.br

Carolina Duch
Denise Rédua de Oliveira
Eliza Mitiko Abe
Fábio Caponi Bertoluci
Marcela Andressa Pereira
Pedro Gonçalves
Sandra Regina Saran

Contatos
bb.distribuicao@bb.com.br
acoes@bb.com.br

BB Securities - London

4th Floor, Pinners Hall – 105-108 Old Broad St.
EC2N 1ER – London – UK
+44 (20) 7367 5800

Managing Director
Juliano Marcatto de Abreu — julianomarcatto@bb.com.br
Head of Sales and Trading
Henrique Catarino — henrique.catarino@bb.com.br
Institutional Sales
Annabela Garcia — annabela.garcia@bb.com.br
Melton Plummer — melton.plummer@bb.com.br
Tharcia Cassiano — tharcia.cassiano@bb.com.br
Syndicate
Daniel Bridges — daniel.bridges@bb.com.br
Trading
Bruno Fantasia — bruno.fantasia@bb.com.br
Gianpaolo Rivas — gianpaolo.rivas@bb.com.br

Banco do Brasil Securities LLC - New York

535 Madison Avenue, 33th Floor
New York City, NY 10022 - USA
(Member: FINRA/SIPC/NFA)

Managing Director
Andre Haui — andrehaui@bb.com.br
Deputy Managing Director
Gabriel Cambui Mesquita Santos — gabriel.cambui@bb.com.br
ECM
Charles Langalis — charles.langalis@bb.com.br
Nilton Jeronimo — njeronimo@bb.com.br
DCM
João Kloster — jkloster@bb.com.br
Luciana Batista — lbatista@bb.com.br
Head of Syndicate
Shinichiro Fukui — shinfukui@bb.com.br
Institutional Sales
Michelle Malvezzi — m.malvezzi@bb.com.br
Fabio Frazão — fabio.frazao@bb.com.br

BB Securities Asia Pte Ltd - Singapore

6 Battery Road #11-02
Singapore, 049909

Managing Director
Marcelo Sobreira — marcelosobreira@bb.com.br
Director, Head of Sales
José Carlos Reis, CFA — jose.reis@bb.com.br
Institutional Sales
Zhao Hao, CFA — hao.zhao@bb.com.br