A Kalunga é a maior varejista brasileira de suprimentos para escritório e material escolar por meio de suas 224 lojas físicas distribuídas em 20 Estados brasileiros e no Distrito Federal, nos principais shoppings centers e pontos estratégicos localizados nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Bahia, Pernambuco, Ceará, Goiás, Rio Grande do Norte, Sergipe, Alagoas, Paraíba, Rondônia, Maranhão, Mato Grosso, Pará e Piauí. Além das lojas possui os canais digitais, operando de forma totalmente integrada entre o ambiente online e offline (omnichannel). Para suportar sua operação, a Kalunga possui três centros de distribuição no estado de São Paulo e trabalha com 12 marcas exclusivas, distribuindo mais de 12 mil SKUs e oferecendo adicionalmente os serviços de gráfica rápida, acabamento e digitalização por meio do Copy & Print.

Mensagem da Administração

Atualizações da COVID-19

O 2T2021 se iniciou ainda com os reflexos dos impactos sofridos no 1T2021, incluindo os relativos às restrições de operação impostas nas lojas físicas, mas que aos poucos foram se dissipando e gradualmente vimos uma melhora no desempenho de nossas operações. Acreditamos que a tendência, já verificada a partir do 2T2021, é de que as condições de mercado estão melhorando sobretudo com o avanço do programa de vacinação e a crescente flexibilização do comércio.

Dado o cenário, mantivemos a cautela e continuamos a priorizar os cuidados necessários com a saúde e segurança dos colaboradores e clientes, sempre monitorando as recomendações dos órgãos responsáveis pelo combate a pandemia e implementando-os na Companhia. Inclusive, com o regresso de parte das atividades administrativas de forma presencial, iniciamos nos últimos meses, uma campanha interna chamada "Máscara Salva" que consiste em reforçar e treinar os nossos colaboradores sobre a importância das medidas necessárias para pararmos com a proliferação do vírus. Oferecemos inúmeros cursos e treinamentos a nossos colaboradores em relação ao combate a pandemia por meio do nosso portal interno. Entendemos que as medidas de segurança são importantes para que possamos retomar as nossas operações gradativamente e alcançarmos os nossos objetivos.

Abaixo é apresentada evolução mensal do impacto da pandemia na operação das lojas físicas no comparativo dos semestres:

Janeiro/2020	▪ Sem qualquer impacto
Fevereiro/2020	▪ Sem qualquer impacto
Março/2020	▪ Cerca de 90% das lojas foram fechadas a partir de 20 março e as que permaneceram abertas operaram com horário restrito e alguns dias do mês
Abril/2020	▪ 93% das lojas permaneceram fechadas e o saldo remanescente operou com horário restrito e apenas alguns dias do mês
Maio/2020	▪ 82% das lojas permaneceram fechadas e 18% operaram com horário restrito e alguns dias do mês
Junho/2020	▪ 14% das lojas permaneceram fechadas e 86% operaram com horário restrito e alguns dias do mês

Janeiro/2021	▪ 100% das lojas operaram, porém com restrição de horário
Fevereiro/2021	▪ 100% das lojas operaram, porém com restrição de horário
Março/2021	▪ 6% das lojas fechadas o mês todo; 19% das lojas fechadas por mais de 20 dias; 33% das lojas fechadas por mais de 10 dias; 59% das lojas operaram o mês todo, porém com restrição de horário
Abril/2021	▪ 1% das lojas fechadas o mês todo; 34% das lojas fechadas por menos de 10 dias; 14% das lojas fechadas por mais de 10 dias; 51% das lojas operaram, porém com restrição de horário
Maio/2021	▪ 7% das lojas fechadas por menos de 10 dias; 1% das lojas fechadas por mais de 10 dias; 92% das lojas operaram, porém com restrição de horário
Junho/2021	▪ 4% das lojas fechadas por menos de 10 dias; 96% das lojas operaram, porém com restrição de horário

Expansão de lojas

A Companhia tem um histórico positivo em relação a expansão de lojas. Temos muito orgulho em dizer que desde janeiro de 2017 inauguramos 86 lojas e descontinuamos as operações de apenas de 20 lojas, sendo 8 delas em 2020 devido a pandemia. A Kalunga tem uma postura seletiva e agressiva quando se trata de expansão de lojas. Sempre buscamos os melhores pontos de localização para venda e praças estratégicas para aumentarmos o nosso fluxo de clientes e a visibilidade da marca.

No 6M2021 inauguramos 7 lojas e descontinuamos 6 operações que tiveram suas perspectivas de lucratividade afetadas pela pandemia, encerrando assim o trimestre com 224 lojas.

Omnichannel

Acreditamos cada vez mais que a integração entre os canais *online* e *offline* é um diferencial competitivo relevante frente a outros *players* e por isso estamos sempre em uma busca incessante em proporcionar a melhor relação com os nossos clientes, fornecedores, parceiros e colaboradores. Atualmente, 100% das nossas lojas oferecem o *Store Pick-up*, Quiosque e Quiosque *Pick-up*. Adicionalmente, implementamos nesse primeiro semestre de 2021 o *Shipping from Store* em 150 lojas, conseguindo realizar a entrega para os clientes em no máximo 2 horas.

A Companhia também é responsável pela operação de 5 *Online Partner Stores*, nas quais fazemos uma parceria com nossos fornecedores para operar seus *e-commerces*. Em abril de 2021, agregamos a Epson ao nosso portfólio e continuamos buscando por novos parceiros.

Vendas Digitais Aceleradas, Combinando Crescimento e Lucratividade

A pandemia do COVID-19 proporcionou um crescimento significativo nas vendas do Canal Digital. No entanto, entendemos que uma grande parte desse crescimento se deve também aos nossos investimentos em serviços diferenciados. Mesmo com a redução nas restrições das operações das lojas físicas verificadas no 2T2021, o canal digital representou 21,3% da receita líquida total da Companhia.

O website da Companhia (Kalunga.com) contou com uma média mensal de, aproximadamente, 52,4 milhões de visualizações no 2T2021. De seus 9,0 milhões de visitantes únicos mensais, 4,5 milhões acessam o site via celular e 4,5 milhões via computador.

A Companhia possui uma estratégia clara de progredir e desenvolver a área de logística de forma a (i) melhorar a satisfação dos clientes com maior eficiência e agilidade nas entregas; (ii) reduzir custos trazendo melhorias de rentabilidade; e (iii) expandir a presença nacional da Companhia, atendendo a regiões estratégicas e em expansão em termos de relevância para as vendas da Companhia.

Como reflexo desta estratégia, 93% das nossas entregas foram no prazo e 92% dos nossos clientes comprariam novamente, de acordo com dados da EBIT (Nielsen). Nossos indicadores nos levam a ter o prêmio de loja diamante, o mais alto prêmio reconhecido pelo EBIT (Nielsen).

Performance e Perspectivas

Nos primeiros seis meses de 2021 ("6M2021"), a Companhia atingiu receita líquida de R$1.039,6 milhões ante R$889,1 milhões, no mesmo período de 2020 ("6M2020") com lucro líquido de R$35,9 milhões comparado com um lucro líquido de R$7,1 milhões no mesmo período do ano anterior. A melhoria da performance está relacionada diretamente com a melhoria na gestão de custos e despesas por parte da Administração da Companhia, bem como pelas menores restrições impostas pelos governantes em decorrência da pandemia global gerada pelo COVID-19, no funcionamento das atividades físicas, que resultaram no fechamento e na restrição de horários de operações das lojas físicas da Companhia, bem como trouxe incertezas sobre o regresso das atividades escolares de forma presencial.

A expectativa da Administração da Companhia é de que o desempenho do 2º semestre de 2021 seja superior ao registrado nos 2º semestre de 2020 e 1º semestre de 2021 sobretudo pelos seguintes motivos:

- Retorno gradual aos escritórios: O tíquete médio de vendas B2B é 113% maior que o de B2C. Com a volta dos escritórios as vendas para pessoa jurídica cresceram substancialmente em todos os canais e como ainda há muitos escritórios que ainda estão voltando a tendência será de crescer cada vez mais.
- Volta às Aulas: O 1T2021 foi impactado negativamente por um fraco volta às aulas, visto que com o sistema de Ensino à Distância (EAD) a participação dos produtos de materiais escolares obteve queda significativa na receita. Porém, com a reabertura dos colégios, a participação de materiais escolares vem recuperando as suas receitas gradativamente.
- ~70% das lojas da Kalunga estão localizadas em shoppings. Com uma flexibilização maior nos horários de funcionamento dos shoppings tem aumentado bastante o fluxo de pessoas em nossas lojas.

Por fim, agradecemos a todos os colaboradores da Kalunga, que estão todos empenhados em ajudar a Companhia, principalmente nesse momento difícil que enfrentamos pela pandemia.

Independente do cenário que enfrentarmos, buscaremos ser uma Companhia admirada por todos seus *stakeholders*.

A Administração

Destaques operacionais e financeiros

CANAL DIGITAL

- A estratégia *omnichannel* da Companhia continua trazendo frutos, mesmo com a redução das restrições de funcionamento das lojas físicas. O canal digital representou 20,5% da receita líquida total da Companhia no 6M2021, comparado à 24,7% no 6M2020.
- Em abril de 2021, foi iniciada a operação de OPS (*Online Partner Store*) da Epson, em que a Kalunga tem exclusividade na administração e *fulfillment* de toda operação de *e-commerce* da Epson.
- Com isso, ficamos com 5 operações no conceito *full commerce* (e.g. HP, Brother, Spiral, BIC e Epson) e continuamos as tratativas com outros parceiros que veem a possibilidade de unir a força de suas marcas, com a tecnologia e expertise em e-commerce da Kalunga.
- Receita Líquida atingiu R$212,6 milhões no 6M2021 (versus R$220,0 milhões no 6M2020).

LOJAS FÍSICAS

- Continuamos o plano de expansão do número de lojas com:
  - 7 lojas abertas no 6M2021 e 6 lojas que foram descontinuadas. A Kalunga encerrou o 2T2021 com 224 lojas.
  - 5 lojas abertas no 6M2020, sendo que todas haviam sido abertas no 1T2020.
- Receita Líquida das Lojas atingiu R$825,9 milhões no 6M2021, que comparado com o mesmo período de 2020, representou um crescimento de 23,6%, totalizando R$668,3 milhões, no 6M2020.
- O *Same Store Sales* (SSS)[1] no 6M2021 foi de 19,0%, quando comparado a -33,2% no 6M2020.

COPY & PRINT

- Receita Líquida do Copy & Print atingiu R$1,0 milhão no 6M2021 (representando um crescimento de 20,6% versus 6M2020) e R$0,9 milhão no período de 6M2020.
- Não foram inauguradas novas operações do Copy & Print no 6M2021, mas pós pandemia a Companhia prevê uma expansão mais acelerada destas operações dentro das lojas da Kalunga.

[1] SSS – *Same Store Sales*, considera-se o crescimento das vendas brutas de mesmo período para todas as lojas que já estavam abertas no período anterior

DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

- $ Receita líquida de R$489,3 milhões no 2T2021, contra R$231,1 milhões no 2T2020, um crescimento de 111,7%. No período de 6M2021, a receita líquida foi de R$1.039,6 milhões ante R$889,1 milhões no 6M2020, um crescimento de 16,9%.
- $ Lucro líquido de R$23,5 milhões no 2T2021, contra um prejuízo líquido de R$22,0 milhões no 2T2020. No período de 6M2021, o lucro líquido foi de R$35,9 milhões ante R$7,1 milhões em 6M2020.
- $ Os investimentos da Companhia em imobilizados e ativos intangíveis para viabilizar os projetos totalizaram R$6,9 milhões no 6M2021 e R$10,0 milhões no 6M2020
- $ Em 30 de junho de 2021 a Companhia contava com 4.544 colaboradores ativos e com um índice de rotatividade (turnover) de 24,6% e 4.790 funcionários e turnover de 17,5% em 30 de junho de 2020.

Receita líquida de vendas

O 2T2021 atingiu uma receita líquida de R$489,3 milhões, comparado a R$231,1 milhões no mesmo período de 2020. Esse incremento de 111,7% da receita líquida se deve sobretudo a receita líquida de lojas físicas que cresceram 322,1% no período, dada as menores restrições impostas a este tipo de operação no 2T2021, quando comparado ao 2T2020. Vale ressaltar que, mesmo com a recuperação das lojas físicas, as vendas do canal digital mantiveram-se acima de 21,3%.

No 6M2021, a receita líquida de vendas totalizou R$1.039,6 milhões, representando um incremento de R$150,5 milhões, ou 16,9%, quando comparado ao 6M2020, quando totalizou R$889,1 milhões, em razão, principalmente, das menores restrições impostas as operações das lojas físicas, bem como a um bom desempenho do canal digital que retraiu apenas 3,3%, mesmo com a recuperação das lojas físicas.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Lojas Físicas	384.359	91.058	322,1%	825.908	668.311	23,6%
Canal Digital	104.339	140.009	-25,5%	212.618	219.967	-3,3%
Copy & Print	555	66	740,9%	1.031	855	20,6%
Receita líquida	489.253	231.133	111,7%	1.039.557	889.133	16,9%

Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados

O custo das mercadorias vendidas e serviços prestados foi de R$316,5 milhões no 2T2021 comparado com R$149,5 milhões no mesmo período de 2020, ou seja, um incremento de 111,7% decorrente do incremento das vendas de mercadorias e serviços. No período de 6M2021 o custo das mercadorias vendidas e serviços prestados teve um incremento de R$93,9 milhões, ou 16,2%, quando totalizou R$672,7 milhões comparado a R$578,8 milhões no 6M2020, resultado do incremento de vendas.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(316.493)	(149.506)	111,7%	(672.664)	(578.792)	16,2%
% da Receita líquida	-64,7%	-64,7%	0p.p	-64,7%	-65,1%	0,4p.p

Lucro bruto

O lucro bruto da Companhia atingiu R$172,8 milhões no 2T2021, comparado a R$81,6 milhões em relação ao mesmo período de 2020. Esse incremento de 111,7% do lucro bruto foi igual ao incremento da receita líquida no período. O lucro bruto acumulado no 6M2021 foi de R$366,9 milhões comparado a R$310,3 milhões no 6M2020, um incremento de R$56,6 milhões ou 18,2%. A margem bruta do período ficou 0,4 ponto percentual maior atingindo 35,3% e 34,9% no mesmo período do ano anterior, fruto da mudança da estratégia da Companhia de recompor, de forma criteriosa, as margens dos produtos alavancando na força da marca Kalunga.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Lucro Bruto	172.760	81.627	111,7%	366.893	310.341	18,2%
% da Receita líquida	35,3%	35,3%	0p.p	35,3%	34,9%	0,4p.p

Despesas operacionais

As despesas operacionais no 2T2021 atingiram R$118,2 milhões comparado com R$92,1 milhões no 2T2020, representando 24,1% e 39,8% da receita líquida respectivamente, ou seja, um decréscimo de 15,7 pontos percentuais. No 2T2021, as despesas com vendas tiveram um incremento de 55,3% visto que no 2T2020 as despesas com vendas haviam sofrido reduções decorrentes de abatimentos nos aluguéis e nas despesas de pessoal das lojas físicas, por conta da adesão a Medida Provisória 936/20. As despesas administrativas e gerais aumentaram 38,2% em relação ao mesmo período de 2020, sobretudo por conta das despesas de pessoal administrativo que também aderiram a MP 936/20. As outras receitas líquidas aumentaram em decorrência da

contabilização do crédito de PIS/Cofins, decorrente da exclusão do ICMS da sua base de cálculo no valor de R$23,1 milhões. No período de 6M2021, as despesas operacionais foram de R$268,6 milhões, registrando um aumento de 7,5% em comparação ao mesmo período de 2020 que totalizou R$250,0 milhões.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Com vendas	(124.362)	(80.088)	55,3%	(258.021)	(225.914)	14,2%
Gerais e administrativas	(16.860)	(12.198)	38,2%	(33.186)	(24.672)	34,5%
Outras receitas, líquidas	23.072	183	12.507,7%	22.569	632	3.471,0%
(Despesas) receitas operacionais	(118.150)	(92.103)	28,3%	(268.638)	(249.954)	7,5%
% da Receita líquida	-24,1%	-39,8%	15,7p.p	-25,8%	-28,1%	2,3p.p

Lucro operacional

O lucro operacional teve uma recuperação significativa no 2T2021, revertendo para um lucro operacional de R$54,6 milhões, em relação ao 2T2020, quando atingiu um prejuízo de R$10,5 milhões. A margem operacional, teve um acréscimo de 15,7 pontos percentuais, representando uma margem de 11,2% no 2T 2021 e -4,5% no mesmo período de 2020. Desta forma, o lucro operacional acumulado no 6M2021 totalizou R$98,3 milhões, representando 9,5% da receita líquida ante 6,8% de margem operacional registrado no 6M2020, quando totalizou R$60,4 milhões. Esse incremento no Lucro Operacional decorre, principalmente, do aumento de receitas mensurado no 2T2021, da expansão de margem bruta e redução da representatividade das despesas operacionais no semestre, bem como da contabilização do crédito de PIS/Cofins mencionado anteriormente. Desta forma, o lucro operacional incrementou nominalmente em R$37,9 milhões no acumulado de seis meses, ou 62,7%.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Lucro Operacional	54.610	(10.476)	n.a.	98.255	60.387	62,7%
% da Receita líquida	11,2%	-4,5%	15,7p.p	9,5%	6,8%	2,7p.p

Resultado financeiro líquido

O resultado financeiro líquido do 2T2021 foi uma despesa financeira líquida de R$21,7 milhões comparado a R$23,3 milhões no 2T2020, representando 4,4% e 10,1% na receita líquida respectivamente, ou seja, um decréscimo de 5,6 pontos percentuais. No período de 6M2021 foram registradas despesas financeiras de R$74,5 milhões e receitas financeiras de R$27,8 milhões, apurando uma despesa financeira líquida de R$46,8 milhões. No 6M2020, as despesas financeiras totalizaram R$76,6 milhões enquanto as receitas financeiras foram de R$25,9 milhões, obtendo uma receita financeira líquida de R$50,7 milhões, representando 4,5% e 5,7% na receita líquida respectivamente, ou seja, um decréscimo de 1,2 pontos percentuais.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Despesas financeiras	(38.852)	(34.862)	11,4%	(74.516)	(76.588)	-2,7%
Receitas financeiras	17.132	11.571	48,1%	27.757	25.864	7,3%
Resultado financeiro	(21.720)	(23.291)	-6,7%	(46.759)	(50.724)	-7,8%
% da Receita líquida	-4,4%	-10,1%	5,6p.p	-4,5%	-5,7%	1,2p.p

Lucro (prejuízo) antes do imposto de renda e da contribuição social

O resultado antes do imposto de renda e da contribuição social no 2T2021 foi um lucro de R$32,9 milhões, comparado a um prejuízo de R$33,8 milhões no 2T2020. No 6M2021, o lucro antes do imposto de renda e da contribuição social totalizou R$51,5 milhões, representando 5,0% da receita líquida, comparado a R$9,7 milhões no mesmo período do ano anterior, ou 1,1% da receita líquida.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Lucro (Prejuízo) antes do IR e da CS	32.890	(33.767)	n.a.	51.496	9.663	432,9%
% da Receita líquida	6,7%	-14,6%	21,3p.p	5,0%	1,1%	3,9p.p

Imposto de renda e contribuição social

O imposto de renda e contribuição social (corrente e diferido) no 2T2021 totalizaram uma despesa de R$9,4 milhões e um crédito de R$11,8 milhões no 2T2020, alteração decorrente da melhora do resultado operacional. No 6M2021 o imposto de renda e contribuição social (corrente e diferido) foram despesas de R$15,6 milhões

comparativamente a despesa de R$2,6 milhões de imposto no 6M2020. Esse imposto representou 30,3% do resultado antes do imposto de renda e contribuição social gerado no 6M2021 comparado com 26,4% atingidos no 6M2020 e foi devido à melhora na rentabilidade, bem como pelo reconhecimento do imposto diferido decorrente da contabilização do crédito de Pis/Cofins mencionado anteriormente.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Corrente	(6.508)	11.392	n.a.	(15.245)	(6.815)	123,7%
Diferido	(2.901)	382	n.a.	(368)	4.263	n.a.
IR e CSLL	(9.410)	11.774	n.a.	(15.613)	(2.552)	511,8%
% do Lucro (Prejuízo) antes do IR/CS	-28,6%	-34,9%	6,3p.p	-30,3%	-26,4%	-3,9p.p

Lucro (prejuízo) líquido do período

No 2T2021 a Companhia teve um lucro líquido de R$23,5 milhões contra um prejuízo líquido de R$22,0 milhões no 2T2020. Essa reversão se deve a melhora no desempenho operacional e pelas razões mencionadas anteriormente. No 6M2021, o lucro líquido da Companhia foi de R$35,9 milhões comparado a um lucro líquido de R$7,1 milhões no 6M2020. Desta maneira, o lucro líquido teve um acréscimo de 404,6%, equivalente a um aumento nominal de R$28,7 milhões.

	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
(em R$ mil, exceto %)	2021	2020	A.H.	2021	2020	A.H.
Lucro (Prejuízo) Líquido	23.480	(21.993)	n.a.	35.883	7.111	404,6%
% da Receita líquida	4,8%	-9,5%	14,3p.p	3,5%	0,8%	2,7p.p

Situação patrimonial

Patrimônio líquido

Em 30 de junho de 2021, o patrimônio líquido era de R$47,3 milhões e R$154,4 milhões em 31 de dezembro de 2020. Em relação ao total do passivo e patrimônio líquido, o patrimônio líquido era de 2,1% em 30 de junho de 2021 e 6,3% em 31 de dezembro de 2020. Essa queda de 69,4% do patrimônio líquido no 2T2021 se justifica pela distribuição de dividendos efetuada no 1T2021, que foi utilizado para abater o contas a receber de partes relacionadas.

(em R$ mil, exceto %)	30/06/2021	31/12/2020	A.H.
Patrimônio Líquido	47.300	154.417	-69,4%
Total do Passivo e PL	2.223.257	2.450.385	-9,3%
% Passivo/ PL	2,1%	6,3%	-4,2p.p

Dívida Líquida

A dívida líquida totalizou R$712,7 milhões em 30 de junho de 2021, 5,6% abaixo da dívida líquida contabilizada em 31 de dezembro de 2020, sendo que o endividamento bruto totalizava R$760,5 milhões, uma redução nominal de R$67,5 milhões ou 8,2% contra o saldo em 31 de dezembro de 2020 e as disponibilidades de caixa R$47,8 milhões, uma redução de R$24,8 milhões.

(em R$ mil, exceto %)	30/06/2021	31/12/2020	A.H.
Dívida Bruta	760.491	827.992	-8,2%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(47.826)	(72.670)	-34,2%
Dívida Líquida	712.665	755.322	-5,6%

Relacionamento com auditores independentes

Em atendimento à Instrução CVM nº 381, de 14.01.2003, e ao Ofício-Circular CVM/SNC/SEP nº 002/2006, de 28.12.2006, a Kalunga informa que no trimestre findo em 30 de junho de 2021 não contratou outros serviços, que não sejam relacionados aos de auditoria da Ernst & Young Auditores Independentes S.S.