



Apresentação Institucional

Fevereiro, 2024

AGENDA

- 1 ALLIED
- 2 REALIZAÇÕES RECENTES
- 3 RESULTADOS 3T23

AGENDA

- 1 **ALLIED**
 - 2 **REALIZAÇÕES RECENTES**
 - 3 **RESULTADOS 3T23**
-

O ECOSSISTEMA DA ALLIED

Parceiro dos **principais fabricantes** do mercado...



... com **amplitude e profundidade** de **portfolio**

Smartphones
Notebooks
Tablets
Videogames

Smart home
Impressoras
TVs



Posicionamento estratégico como **facilitador** do mercado para **prover flexibilidade** aos players do segmento

VAREJO DIGITAL

VAREJO FÍSICO

DISTRIBUIÇÃO BRASIL

DISTRIBUIÇÃO INTERNACIONAL

Lojas online

MOB
COM



Google

trocafy



126 pontos de venda

trocafy SAMSUNG

+ 3.500 clientes (varejistas, empresas e governo)

amazon

Coca-Cola
FEMSA

mercado
livre

magalu

RCHLO
RIACHUELO

C6BANK

16 países atendidos

8% marketshare¹ de smartphones

8% marketshare¹ de notebooks

7% marketshare¹ de tablets

28% marketshare¹ de videogames

ENTRE OS MAIORES COMPRADORES DAS PRINCIPAIS MARCAS



Acessórios



Tablets



Notebooks



Impressoras



Smart home



Serviços



Smartphones



Televisão



Videogames



ALTO PADRÃO DE GOVERNANÇA E CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO EXPERIENTE

Padrões Elevados de Governança Corporativa

Conselho de Administração

Comitês de Governança		
Comitê de Auditoria	Controle de Auditoria Interna e Externa há mais de 12 anos	✓
Comitê de Compliance	Programa de Compliance Canal de Denúncias Política anticorrupção	✓
Comitê de Recursos Humanos	Políticas Desenvolvimento Avaliação	✓

Gestão totalmente alinhada com um plano de remuneração atraente

Estrutura Acionária

ADVENT

65,4%

ADMINISTRAÇÃO

7,6%

FLOAT (B3)

27,0%

Flávio
Jansen
(Conselheiro)

Marcelo
Radomysler
(Conselheiro)

Rafael Patury
(Presidente)

Carla
Trematore
(Conselheiro independente)

Claudio
Ely
(Conselheiro independente)

NÚMEROS DA PLATAFORMA LÍDER DE DISTRIBUIÇÃO DE TECNOLOGIA

3T23 LTM, exceção indicação diferente


R\$6,8bn

Receita Bruta

R\$267m

EBITDA ajustado



R\$78m

Lucro líquido ajustado

 **126** Pontos de venda
9 milhões de acessos nos PDVs



Sólida estrutura de capital
(1,0x Dívida Líquida/EBITDA)
R\$ 339M em caixa

4 Centros de distribuição
(Brasil e EUA)



Capilaridade nacional e LatAm
+ 3 mil clientes atendidos



Parceria estratégica
com os principais players de eletrônicos



6,7mi

Produtos vendidos



62%

Entregas realizadas em até 48h



MELHORES 9 MESES DE RECEITA BRUTA DA HISTÓRIA DA ALLIED

1. Priorização da rentabilidade:

MARGEM BRUTA (%REC. LÍQ)	9M22	9M23
Distribuição - Brasil	10,4%	9,8%
Distribuição – Internacional	1,5%	2,2%
Varejo	29,2%	30,0%

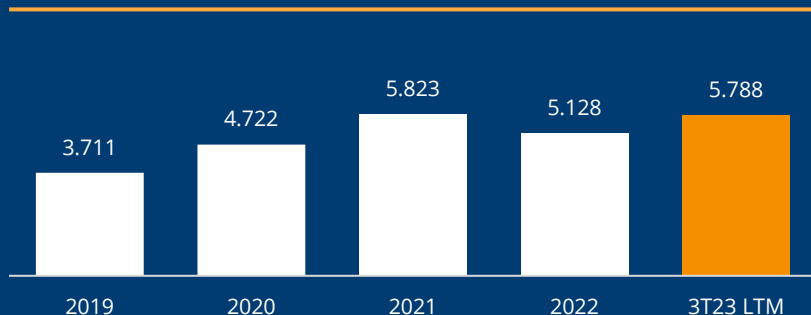
2. Gestão eficiente do caixa:

R\$ 504 MM

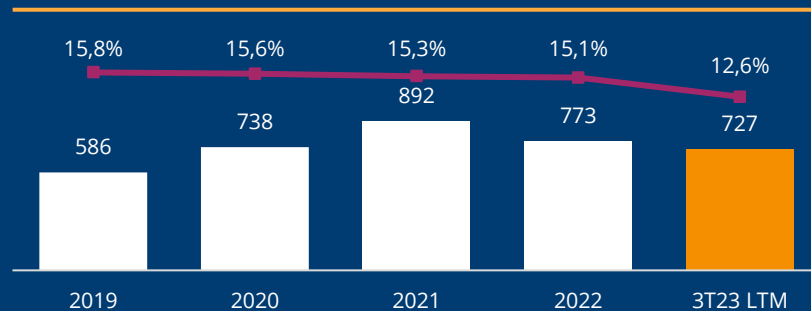
(Geração de caixa operacional em
9M23)

CRESCIMENTO CONSISTENTE E RENTABILIDADE

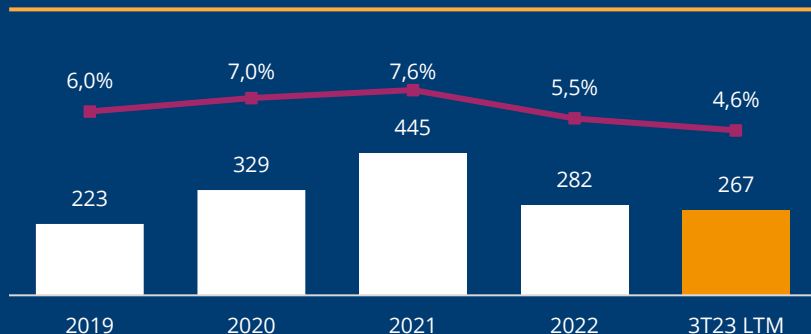
Receita Líquida (R\$ mm)



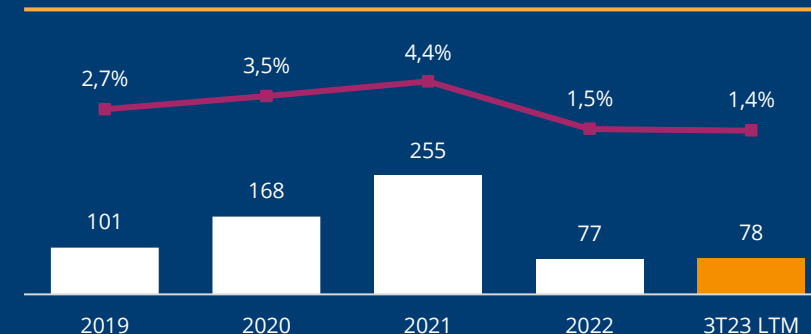
Lucro bruto & Margem bruta (R\$ mm, %)



EBITDA ajustado¹ & Margem EBITDA (R\$ mm, %)



Lucro líquido ajustado¹ & Margem líquida (R\$ mm, %)



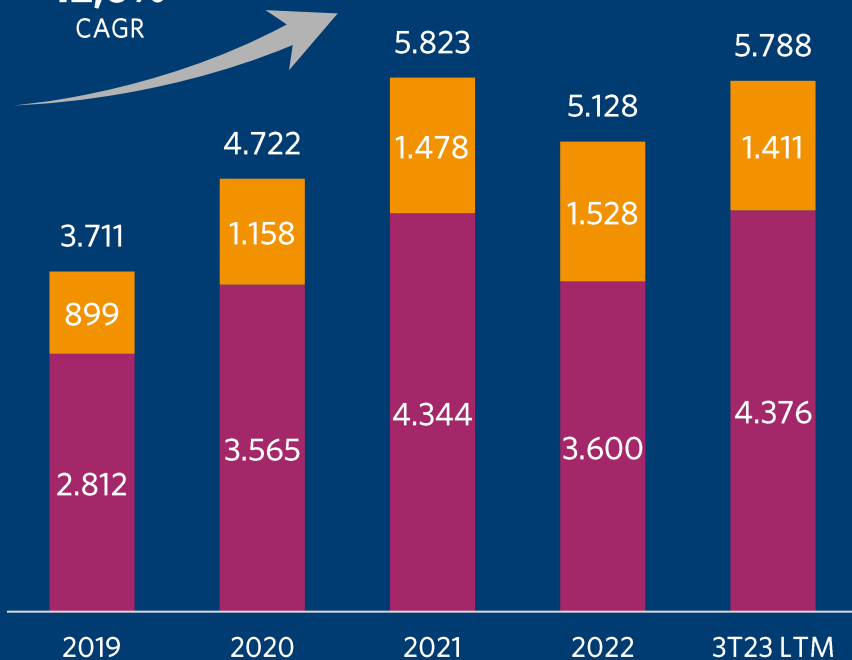
Notas: (1) Resultado ajustado desconsidera (a) impacto positivo decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17; (b) Perda contábil não recorrente associada à modulação do julgamento do ICMS-DIFAL; (c) receitas operacionais referentes ao ressarcimento com perdas relacionadas aos acordos com órgãos públicos; (d) Despesas com reestruturação operacional da Companhia. Maiores detalhes podem obtidos na seção "Desempenho Financeiro - Despesas Operacionais".



CRESCIMENTO DO VAREJO ACOMPANHADO DE UMA DISTRIBUIÇÃO RESILIENTE

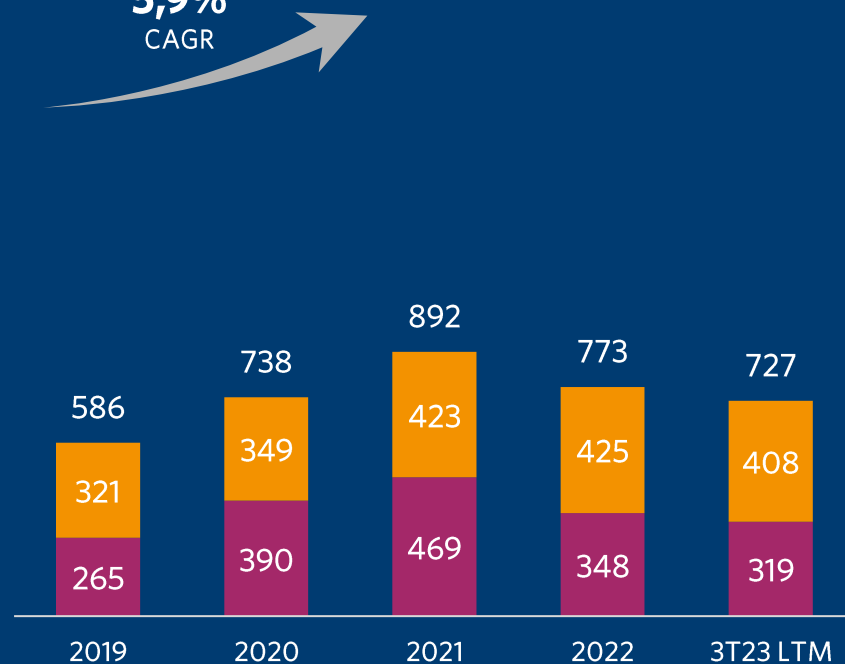
Receita Líquida (R\$ mm)

12,6%
CAGR



Lucro Bruto (R\$ mm)

5,9%
CAGR



Distribuição

Varejo (Físico e Digital)

ALAVANCAS DE CRESCIMENTO

Expansão internacional

- R\$ 1,6bn a R\$ 2,0bn Receita Líquida 2023 Net revenues (guidance)
- Portfólio atual: Apple, Motorola e Google
- Pouco capital empregado

Trocafy

- Primeiro ano completo de operação (2023)
- Aumento das fontes de captação de aparelhos: iPhone pra Sempre e +100 Samsung Experience Stores
- Presença em canais digitais através do IP com a [Trocafy.com.br](https://trocafy.com.br), e 3P no Mercado Livre e Livelo. Além de PDV físico no Shopping Eldorado

B2B

- Allied Empresas: aprimoramento da experiência do cliente
- Novos produtos e serviços alinhados às demandas de clientes corporativos e governo
- Novas Parcerias: loja HP

Soudi

- + de 100 mil cartões emitidos
- Participação em 10% das vendas¹
- Expansão para outros parceiros Samsung e lojas de operadoras: presença em 333 PDVs

Notas: (1) GMV = Volume de vendas realizadas com Soudi, não inclui receita financeira.

NOSSO PAPEL NO UNIVERSO DIGITAL



A maioria dos fabricantes têm recursos limitados de logística e S&OP, o que faz da Allied um **parceiro estratégico para atingir o potencial de suas marcas.**



Proporcionar uma experiência diferenciada para o cliente, portfólio completo e serviços agregados que diferencia nosso posicionamento em um mercado de smartphones centrado no varejo.



Parceiro valioso para os mais relevantes players de comércio eletrônico, **proporcionando agilidade, customização e variedade de portfólio.**

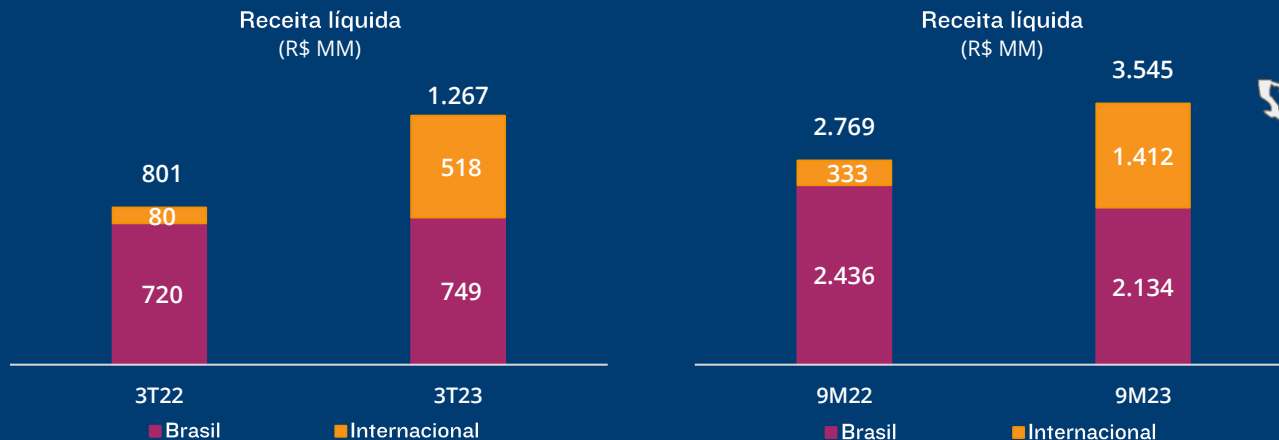


AGENDA

- 1 ALLIED
 - 2 **REALIZAÇÕES RECENTES**
 - 3 RESULTADOS 3T23
-

EXPANSÃO INTERNACIONAL

Operação internacional com **baixas despesas operacionais** e **ciclo de caixa favorável**, o que nos permite trabalhar com margens brutas competitivas e baixo Capex

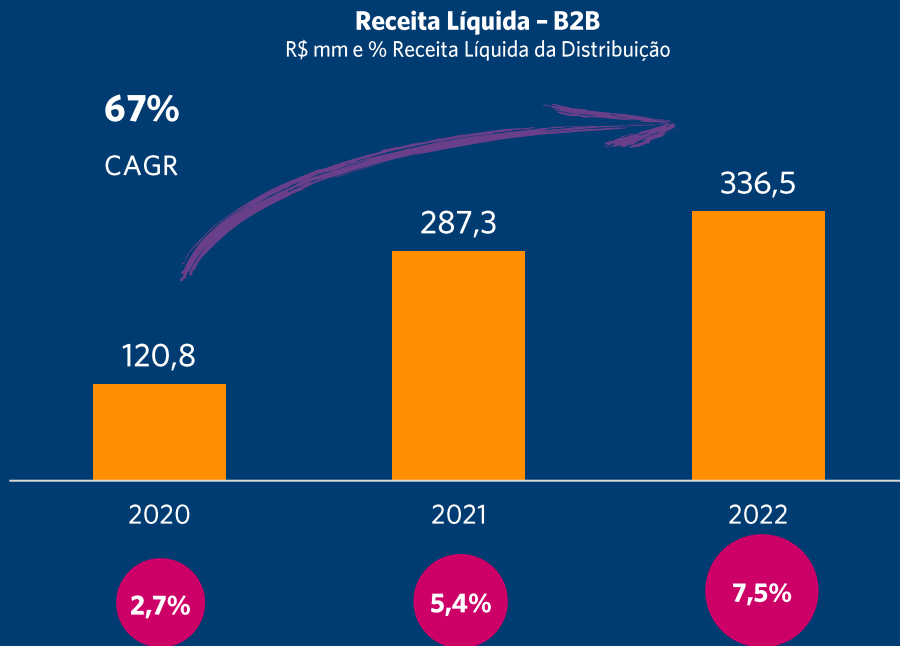


R\$ 1,6 bn -
R\$ 2,0 bn
Receita bruta estimada
para o primeiro ano
revisada pela 2ª vez



Margem Bruta (% Receita Líquida)	3T22	3T23	9M22	9M23
Distribuição - Internacional	1,4%	2,2%	1,5%	2,2%
Distribuição - Brasil	10,4%	9,4%	10,4%	9,8%
Distribuição - Consolidado	9,5%	6,5%	9,3%	6,7%

DISTRIBUIÇÃO B2B: CRESCIMENTO DE APROX. 3X DESDE 2020



R\$ 10 bilhões mercado potencial estimado

Avenidas de
Crescimento:

ALLIED | EMPRESAS

ALLIED
Fideliza

NOVOS
PRODUTOS

TROCAFY: PLATAFORMA DE VENDA DE PRODUTOS RECONDICIONADOS

trocafy

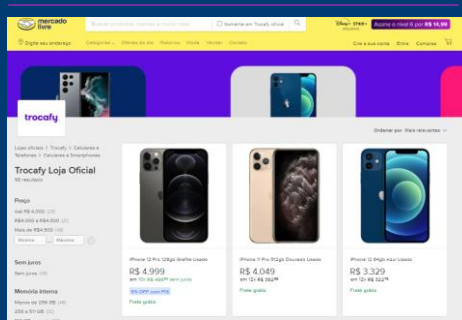
O principal objetivo é alcançar a liderança no mercado de eletrônicos recondicionados

1P Website

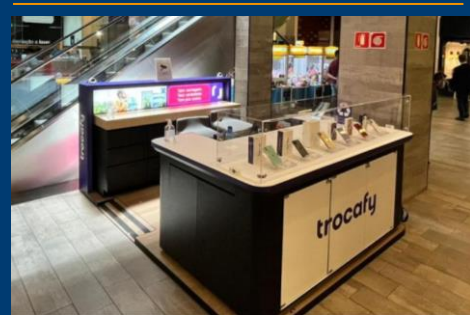


~500k visitas mensais

Mercado Livre



Quiosque



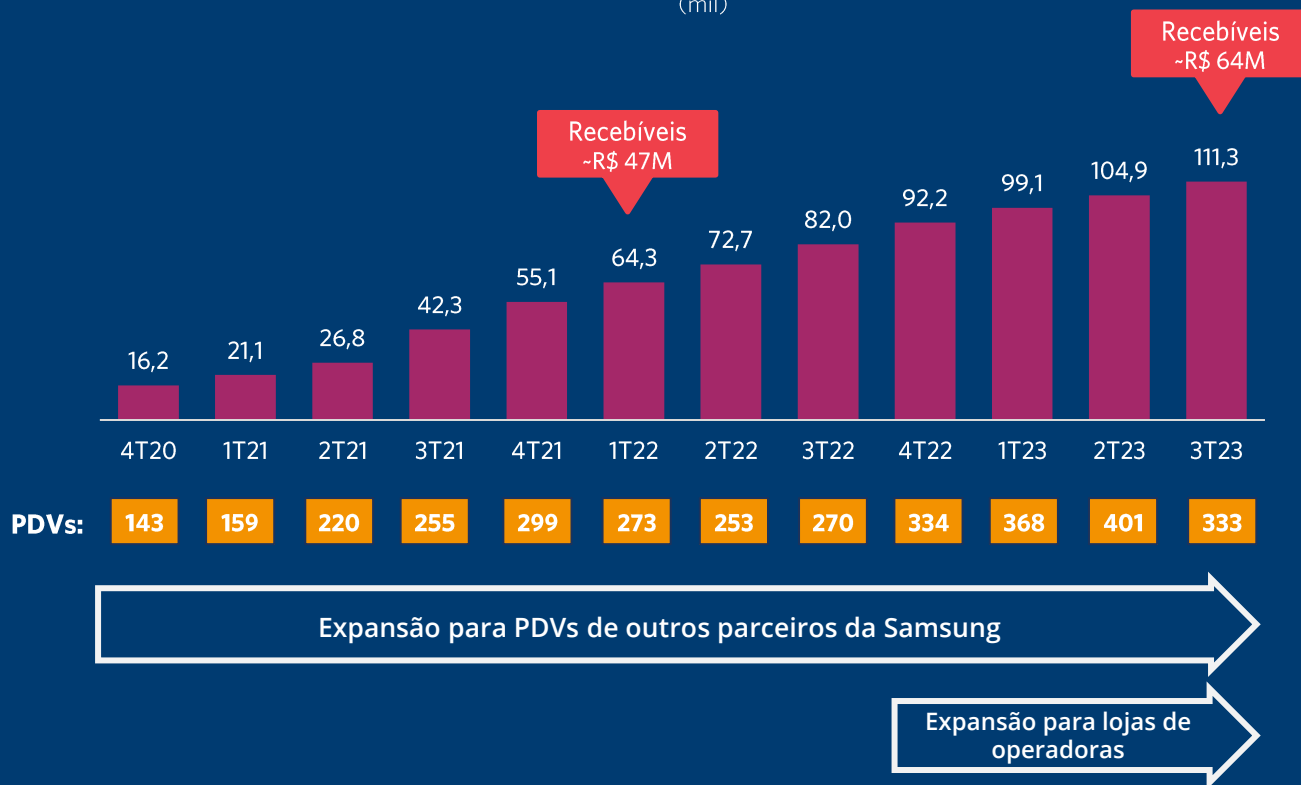
- **Mercado atrativo** com os lançamentos cada vez mais caros e a possibilidade do consumidor usar seu aparelho antigo como parte do pagamento
- Aderente aos fundamentos de **crescimento** e **iniciativas ESG**
- Fortalecimento de **relações comerciais** com parceiros de varejo (Allied como um facilitador de soluções)
- Um mecanismos de **consumo de crédito tributário** (para compensar o perfil acumulador da distribuição)



SOUDI: PLATAFORMA DE FINANCIAMENTO DIGITAL

Fintech criada para expandir as vendas no varejo físico e aumentar a rentabilidade com serviços financeiros

Número de cartões ativos
(mil)



Nosso produto:

- ✓ Solução de Pagamento e Crédito **100% digital**
- ✓ **Redução da inadimplência**
- ✓ **Tecnologia própria** e avançada
- ✓ **Embutido** em todos os novos **Dispositivos Samsung**
- ✓ Interface direta com o cliente - **notifica e bloqueia o telefone**

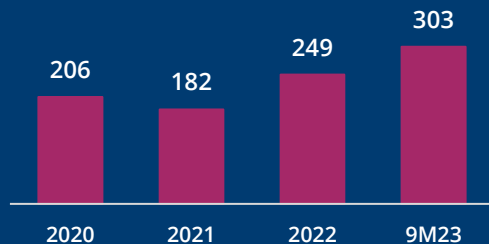
Principais indicadores:

- ✓ **R\$ 66,3 milhões** de recebíveis
- ✓ **111,3 mil** cartões ativos
- ✓ **9,7%** de participação no GMV⁽¹⁾ de PDVs Allied (3T23)
- ✓ **333 PDVs** com Soudi implementada
- ✓ **9,3%** NPL-60⁽²⁾
- ✓ **2,9%** EFIC 151-180⁽³⁾

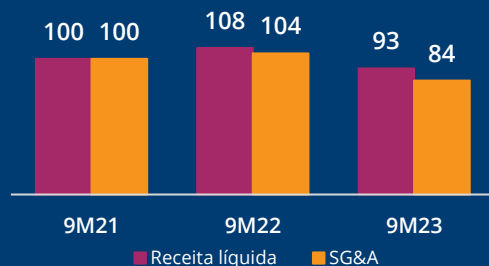
Notas (1) GMV = Volume de vendas realizadas com Soudi, não incluindo receitas financeiras (2) saldo % da carteira que está com 60 a 180 dias de atraso; (3) saldo % de inadimplência há 6 meses, que está na faixa de 151 a 180 dias de atraso no mês corrente.

OTIMIZAÇÃO DO VAREJO FÍSICO

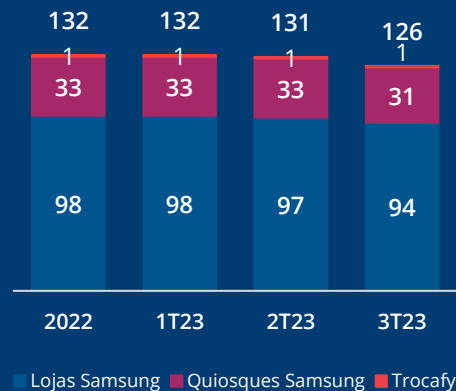
Receita líquida mensal por PDV
(R\$ mil)



Receita líquida e SG&A
(Total varejo físico. 9M21 = Base 100)



Evolução dos PDVs por formato



Iniciativas de otimização do canal de varejo físico realizadas em 2023:

- Fechamento tático de alguns quiosques Samsung
- Otimização de processos
- Redução de despesas operacionais

Resultados:

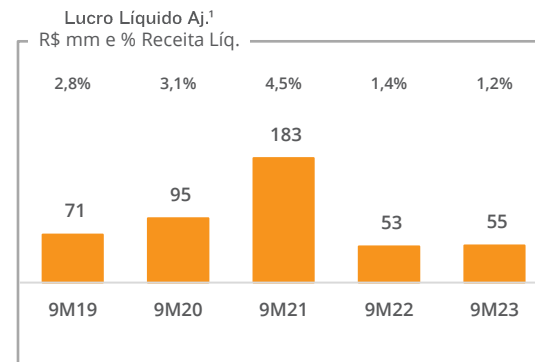
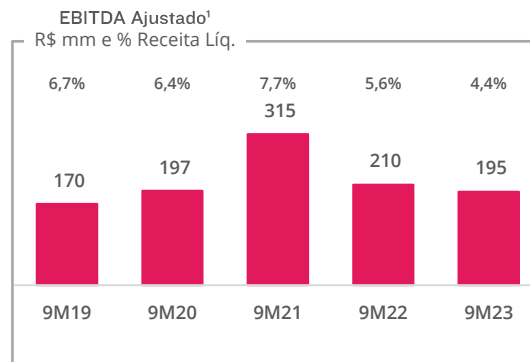
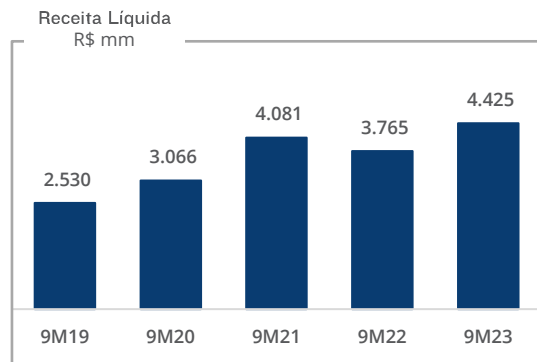
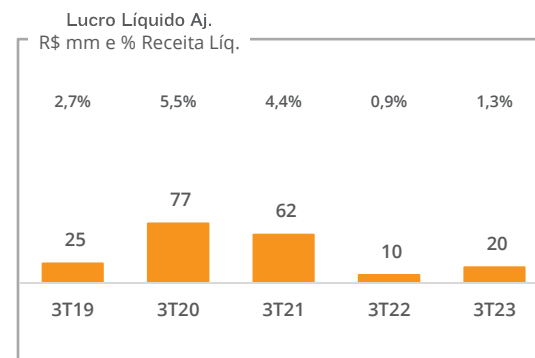
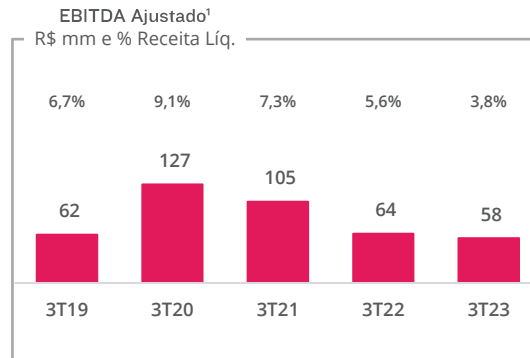
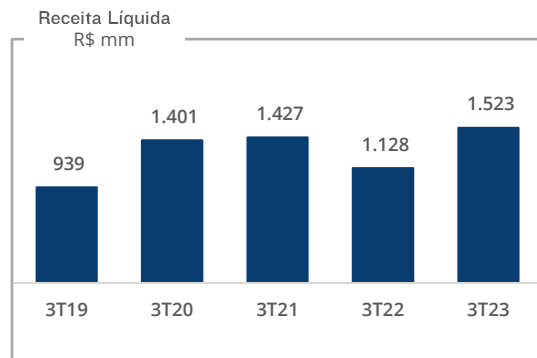
- Aumento da receita média por PDV;
- Redução de 20 pp nas despesas operacionais como percentual da receita líquida do canal

AGENDA

- 1 ALLIED
 - 2 REALIZAÇÕES RECENTES
 - 3 **RESULTADOS 3T23**
-

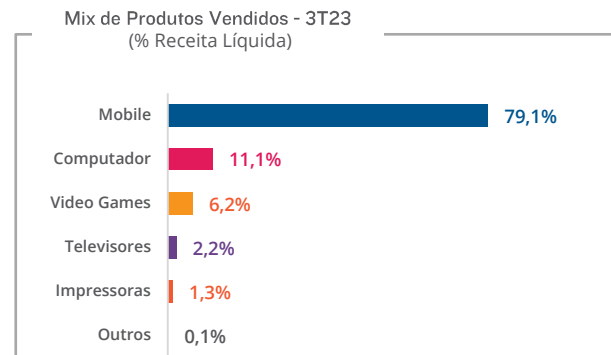
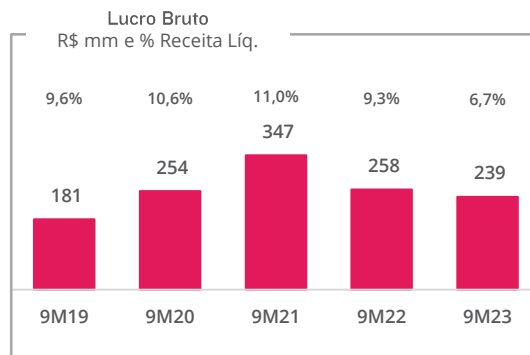
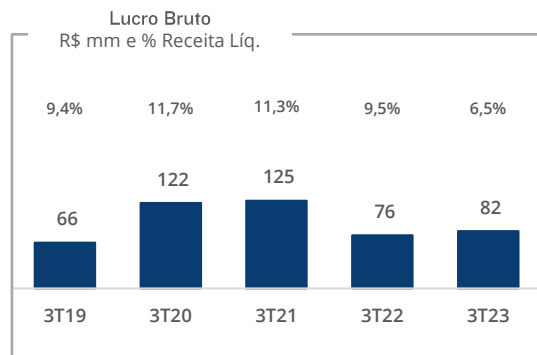
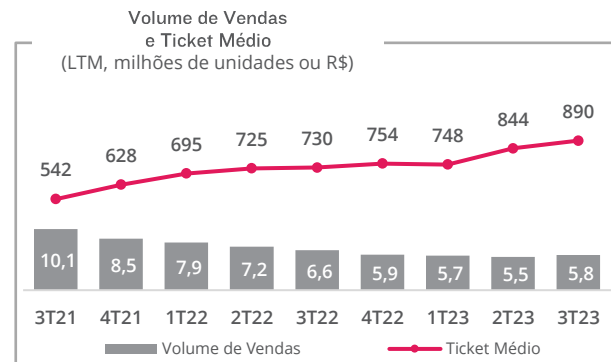
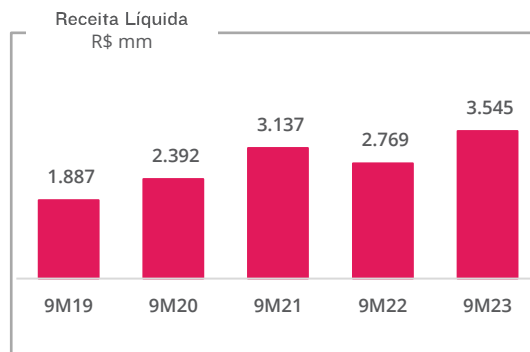
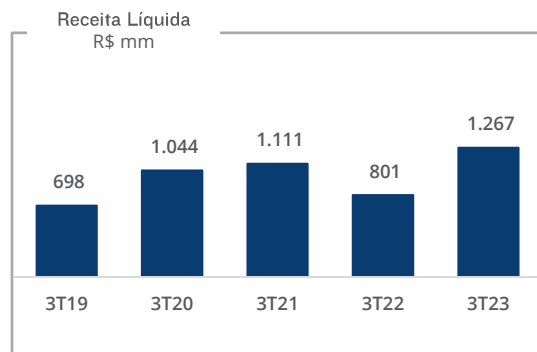


EVOLUÇÃO DOS INDICADORES FINANCEIROS | CONSOLIDADO



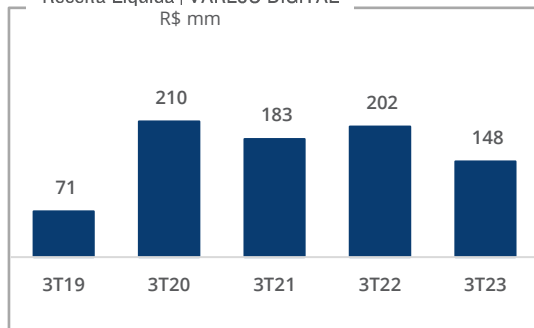
Notas: (1) Resultado ajustado desconsidera (a) impacto positivo decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17; (b) Perda contábil não recorrente associada à modulação do julgamento do ICMS-DIFAL; (c) receitas operacionais referentes ao ressarcimento com perdas relacionadas aos acordos com órgãos públicos; (d) Despesas com reestruturação operacional da Companhia. Maiores detalhes podem obtidos na seção "Desempenho Financeiro - Despesas Operacionais".

INDICADORES FINANCEIROS E OPERACIONAIS | DISTRIBUIÇÃO

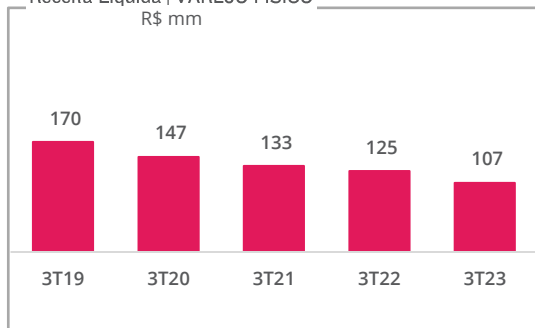


INDICADORES FINANCEIROS E OPERACIONAIS | VAREJO

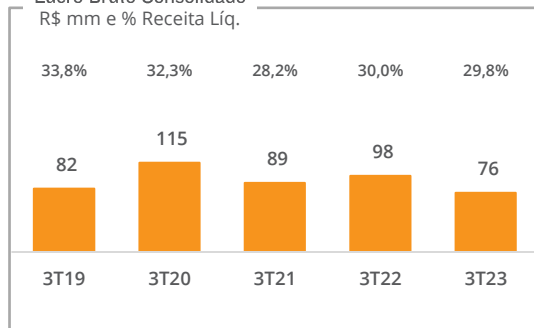
Receita Líquida | VAREJO DIGITAL
R\$ mm



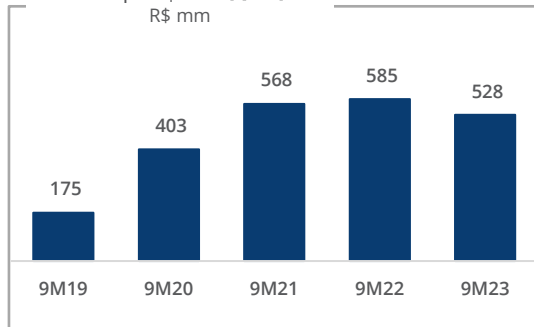
Receita Líquida | VAREJO FÍSICO
R\$ mm



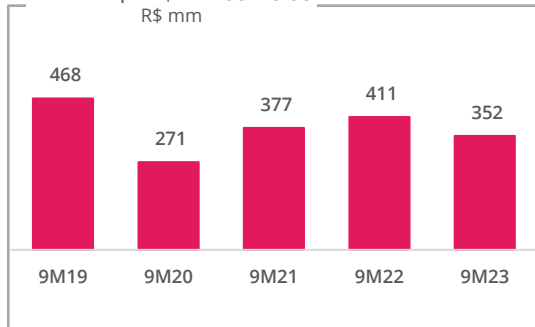
Lucro Bruto Consolidado
R\$ mm e % Receita Líq.



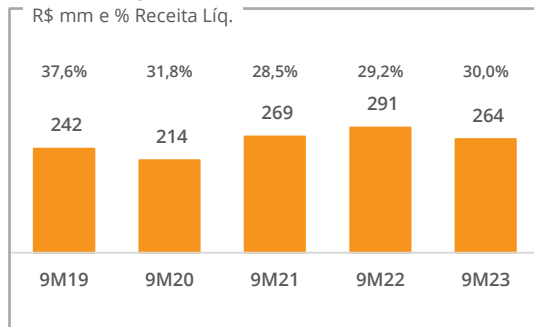
Receita Líquida | VAREJO DIGITAL
R\$ mm



Receita Líquida | VAREJO FÍSICO
R\$ mm



Lucro Bruto Consolidado
R\$ mm e % Receita Líq.



RENTABILIDADE OPERACIONAL

R\$ MILHÕES	3T23	3T22	Δ%	9M23	9M22	Δ%
Lucro Bruto	158,2	173,9	-9,0%	503,0	549,0	-8,4%
<i>Margem Bruta</i>	<i>15,4%</i>	<i>10,4%</i>	<i>-5,0 pp</i>	<i>11,4%</i>	<i>14,6%</i>	<i>-3,2 pp</i>
(-) Vendas	-83,9	-97,0	-13,6%	-271,0	-286,2	-5,3%
(-) Gerais e Administrativas	-32,0	-31,4	2,1%	-91,1	-108,7	-16,2%
(-) Outras receitas op. ajustadas¹, líq.	-0,1	-0,3	-63,7%	4,7	0,4	1055,9%
(+) Depreciação e Amortização	15,7	18,5	-15,3%	49,8	55,4	-10,2%
EBITDA Ajustado¹	57,9	63,7	-9,1%	195,4	209,9	-6,9%
<i>Margem EBITDA Ajustado¹</i>	<i>3,8%</i>	<i>5,6%</i>	<i>-1,8 pp</i>	<i>4,4%</i>	<i>5,6%</i>	<i>-1,2%</i>
Resultado Financeiro Ajustado¹	-20,7	-39,4	-47,4%	-94,0	-101,8	-7,7%
IR e CSLL Ajustado¹	-1,4	4,6	-129,9%	2,9	0,6	405,0%
Lucro Líquido Ajustado¹	20,1	10,4	94,6%	54,6	53,2	2,6%
<i>Margem Líquida Ajustada¹</i>	<i>1,3%</i>	<i>0,9%</i>	<i>0,4 pp</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,4%</i>	<i>-0,2 p.p</i>
Efeitos não recorrentes no Lucro Líquido¹	-0,6	-4,2	-84,7%	-1,8	-0,4	335%
Lucro Líquido Contábil	19,5	6,2	214,4%	52,7	52,8	-0,1%

Principais impactos:

I. Despesas com vendas:

3T23 vs 3T22

- Maior representatividade do canal Distribuição, principalmente internacional, que tem pouca despesa de vendas de forma geral;
- Redução de despesas com fretes e comissões, em função da redução da receita do Varejo Digital.

9M23 vs 9M22

- Otimização de despesas com pessoal;
- Redução de despesas com comissões, fretes e taxas administrativas.
- Aumento nas despesas com cobrança;

II. Despesas G&A:

3T23 vs 3T22

- Aumento de despesas com serviços de terceiros.

9M23 vs 9M22

- Redução de outras despesas gerais e administrativas, impactado pela redução de colaboradores.

Notas: (1) Resultado ajustado desconsidera (a) impacto positivo decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17; (b) Perda contábil não recorrente associada à modulação do julgamento do ICMS-DIFAL; (c) receitas operacionais referentes ao ressarcimento com perdas relacionadas aos acordos com órgãos públicos; (d) Despesas com reestruturação operacional da Companhia. Maiores detalhes podem obtidos na seção "Desempenho Financeiro - Despesas Operacionais".

ENDIVIDAMENTO – SETEMBRO/23

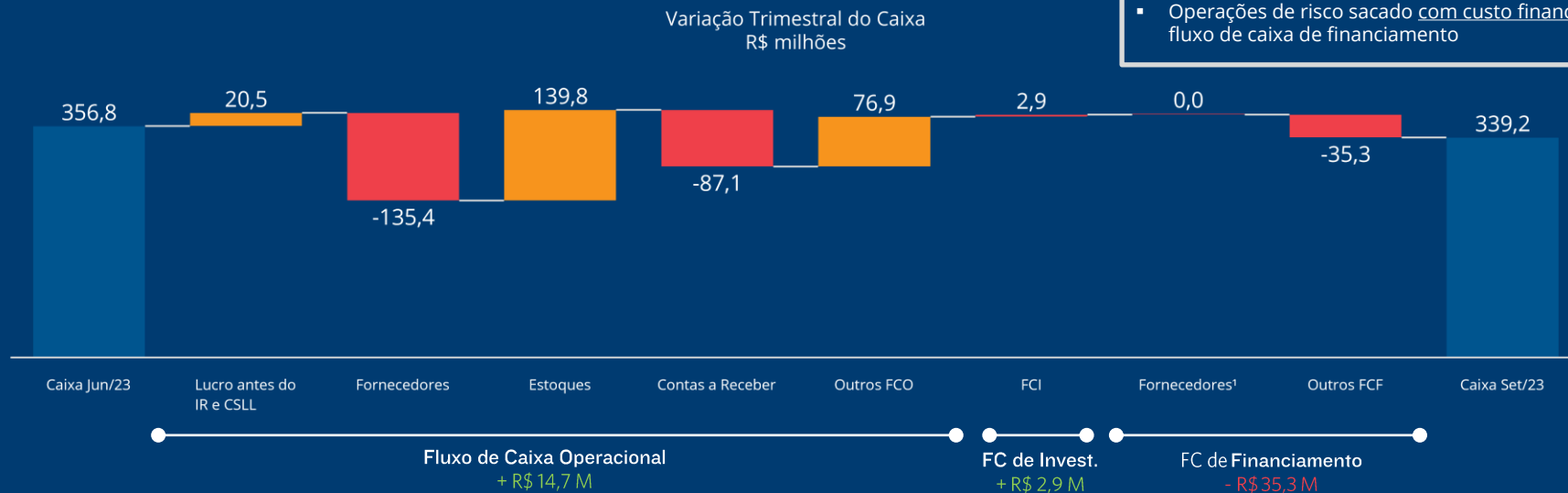
R\$ MILHÕES	3T23	4T22	Δ%
Dívida bruta bancária	590,9	629,6	-6,1%
Dívida por aquisição de empresas	0,0	7,2	-100,0%
Parcelamentos fiscais	4,7	1,8	166,2%
Dívida Bruta	595,6	638,5	-6,7%
(-) Caixa & equivalentes	-339,2	-141,9	139,0%
Dívida Líquida	256,4	496,6	-48,4%
EBITDA Ajustado ¹ LTM	267,2	281,6	-5,1%
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado ¹	1,0x	1,8x	-0,8x

Notas: (1) Resultado ajustado desconsidera (a) impacto positivo decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17; (b) Perda contábil não recorrente associada à modulação do julgamento do ICMS-DIFAL; (c) receitas operacionais referentes ao ressarcimento com perdas relacionadas aos acordos com órgãos públicos; (d) Despesas com reestruturação operacional da Companhia. Maiores detalhes podem obtidos na seção “Desempenho Financeiro – Despesas Operacionais”.

FLUXO DE CAIXA TRIMESTRAL: -R\$ 17,7M

FLUXO DE CAIXA – VISÃO GERENCIAL

- Operações de risco sacado sem custo financeiro: fluxo de caixa operacional.
- Operações de risco sacado com custo financeiro: fluxo de caixa de financiamento



PRINCIPAIS IMPACTOS:

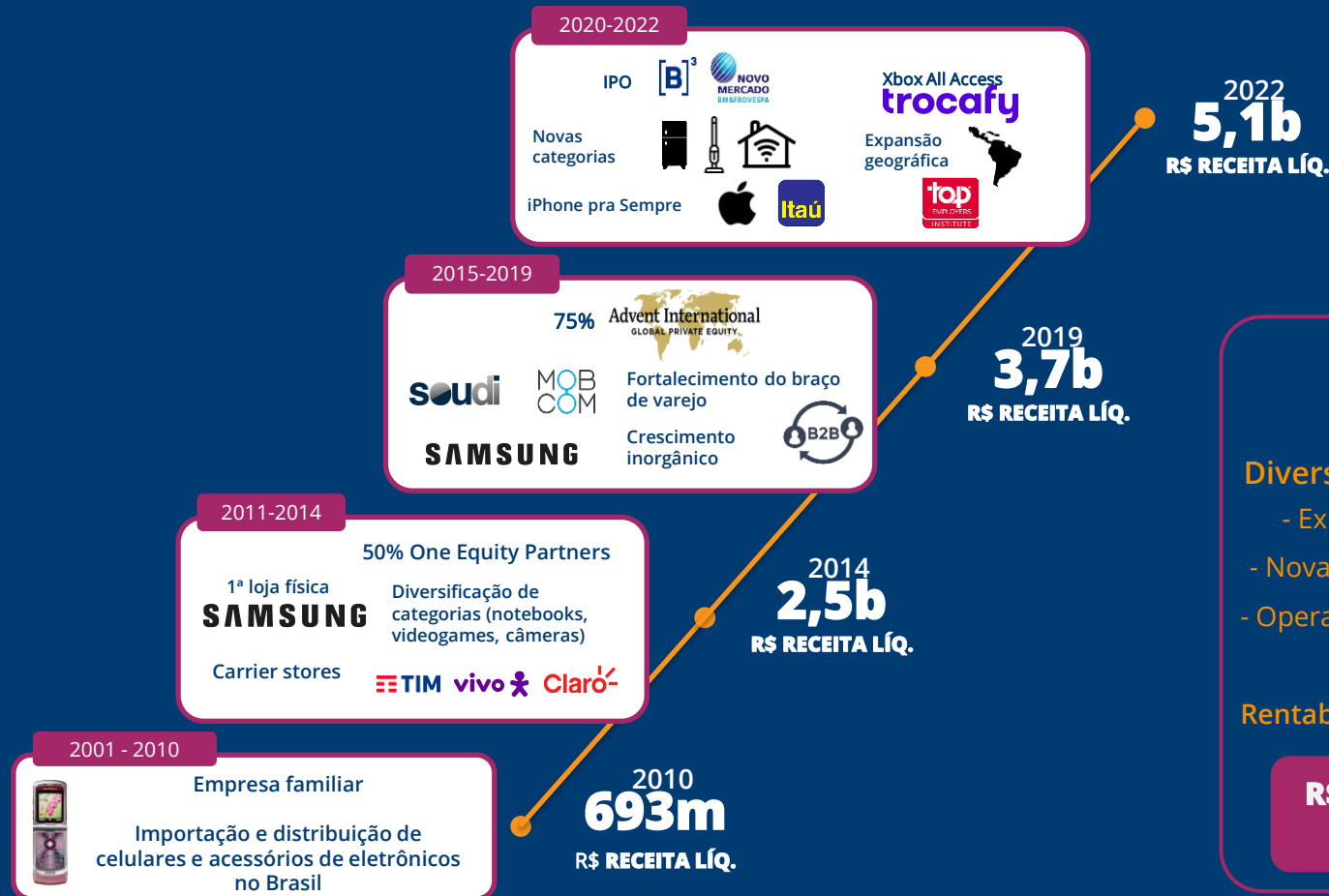
- Maior eficiência no giro de estoques;
- Contas a receber negativamente impactado pela sazonalidade da Black Friday;
- Pagamento de negociações junto a fornecedores que haviam sido feitas no trimestre anterior;
- Ciclo de conversão caixa favorável decorrente da operação internacional;
- Pagamento de principal e juros das obrigações financeiras.

Notas: (1) Pagamento de operações de risco sacado com custo financeiro



Backup

LINHA DO TEMPO



9M23

Diversificação do negócio:

- Expansão internacional
- Novas parcerias estratégicas
- Operação de recondicionados

Rentabilização do varejo físico

R\$ 78 M de Lucro líquido (LTM)

Obrigada!

ri@alliedbrasil.com.br