

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 3T24

 ALLIED



ALLIED EM GRANDES NÚMEROS

Números Financeiros (3T24LTM)

R\$ 6,4 bilhões

Receita Bruta

R\$ 222 milhões

EBITDA Ajustado¹

R\$ 115 milhões

Lucro Líquido Ajustado¹

Eficiência Operacional

10,8%

Mg Bruta Consolidada (+0,4 pp vs. 3T23)

+22,1%

Crescimento Varejo

Operação

6,2 milhões

Produtos vendidos

(2024 LTM)

8%

Market share

smartphones

(9M24)

17%

Market share

videogames

(9M24)

8%

Market share

notebooks

(9M24)

Presença de Mercado

385 mil

Entregas realizadas

para clientes B2C

(3T24 LTM)

117

Pontos de Venda

Físicos

4

Centros de

Distribuição

1,1 mil

Colaboradores

Alavancas de Valor

INTERNACIONAL

Expansão de portfólio com
novos produtos e fabricantes

TROCAFY

Novas fontes de captação

PARCERIAS ESTRATÉGICAS

Novas Parcerias

VAREJO FÍSICO

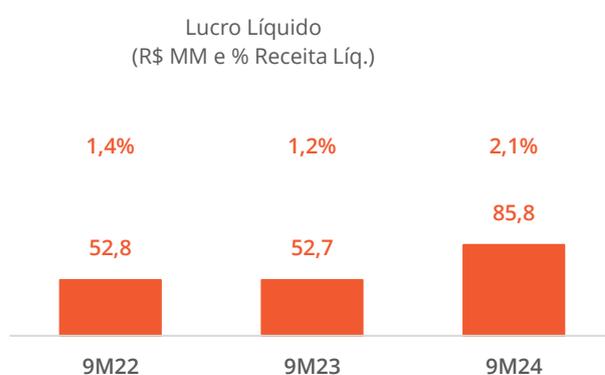
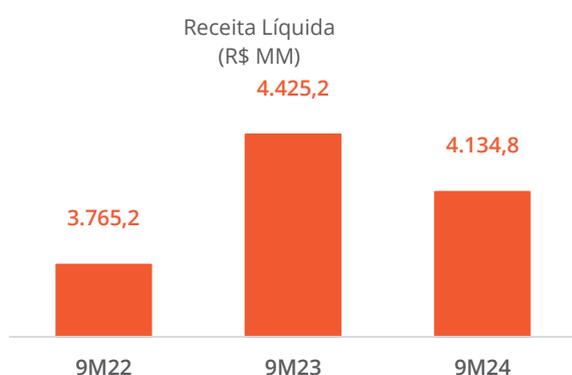
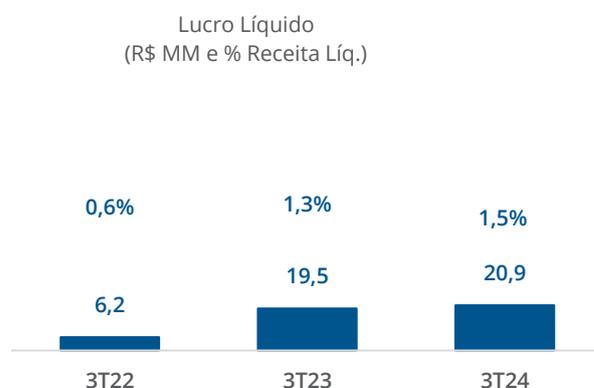
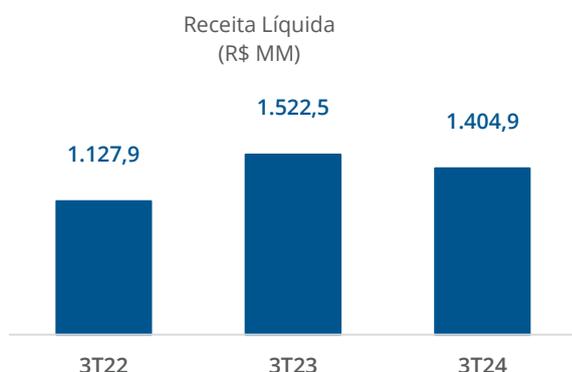
Maior rentabilidade e mix de
produtos mais assertivo

A Allied Tecnologia S.A. ("Allied" ou "Companhia"), uma das principais empresas no mercado brasileiro de eletrônicos de consumo, anuncia seus resultados referentes ao terceiro trimestre de 2024. Os resultados aqui apresentados devem ser lidos acompanhados das Demonstrações Financeiras e Respectivas Notas, publicadas pela Companhia nesta data.

Notas: (1) Idem ao comentário (1) da página seguinte

DESTAQUES DO TRIMESTRE

Resultados do 3T24:



OUTROS DESTAQUES:

- **Crescimento de 22,1% na receita líquida dos canais de varejo** no 3T24: +18,2% no varejo físico e +24,8% no varejo digital;
- **Crescimento de 22,6%** no same store sales dos pontos de venda Samsung (9M24 vs 9M23);
- **Nova parceria estratégica:** Início das vendas de produtos Apple no programa Shopping Nu, do Nubank;
- **Lucro líquido de R\$ 20,9 milhões (+7,3%) e R\$ 85,8 milhões (+62,7%) no 3T24 e 9M24,** respectivamente;
- **Lucro líquido recorrente de R\$ 69,2 milhões no acumulado do ano,** um crescimento de 26,8% em relação ao mesmo período do ano anterior;
- Aprovação de **R\$ 122,0 milhões em Juros sobre Capital Próprio** em 07 de novembro de 2024, gerando um **Dividend yield de 43,3%** nos últimos 12 meses.

Notas: (1) Resultado ajustado desconsidera (a) Em 2023: (i) ganhos com DIFAL de janeiro a março/22; e (ii) ganhos com a exclusão do ICMS-ST na base de cálculo do PIS e da COFINS de 2013 a 2022; (b) Em 2024: (i) contingências e provisões relacionadas a operações descontinuadas; (ii) impacto dos créditos tributários referentes à exclusão do ICMS-ST na base de cálculo do PIS e da COFINS de 2012 a 2023; (iii) impacto com perda estimada de crédito proveniente da deterioração do cenário de solvência de cliente do canal Distribuição Brasil. Maiores detalhes podem ser obtidos na seção "Desempenho Financeiro – Despesas Operacionais".

NOSSA MISSÃO É...

...LEVAR O **UNIVERSO DIGITAL** AO ALCANCE DE TODOS

COMO FAZEMOS?

CONECTAMOS OS **FABRICANTES** DE TECNOLOGIA COM AS **REDES DE VAREJO** E OS **CONSUMIDORES** NO BRASIL E AMÉRICA LATINA

NOSSAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO:

A PARTIR DE ESTRATÉGIAS DE GERAÇÃO DE VALOR, ATUAMOS POR MEIO DE **3 CANAIS VENDA.**

DISTRIBUIÇÃO

SOMOS UM PARCEIRO ESTRATÉGICO PARA QUE OS FABRICANTES ALCANÇEM O POTENCIAL DE SUAS MARCAS

Vendemos anualmente cerca de 5,3 milhões de itens para aproximadamente 3,5 mil clientes em todo o território nacional e em outros países através da nossa operação internacional (com sede em Miami). Contamos com 4 centros de distribuição estrategicamente localizados e investimos constantemente para uma operação eficiente e ágil.

Vendemos itens de 10 categorias, sendo as principais: mobile, computadores, videogames e eletroportáteis.

VAREJO DIGITAL

SOMOS UM PARCEIRO RELEVANTE PARA OS GRANDES FABRICANTES. LEVAMOS AGILIDADE, PORTFÓLIO E ROBUSTEZ COMO 3P PARA AS GRANDES PLATAFORMAS DE E-COMMERCE

- Vendemos mais de 400 mil produtos por ano por este canal e atuamos através de:
- Nossa marca MobCom como *seller* nos principais marketplaces do país;
- Parcerias estratégicas para capilaridade digital de grandes parceiros, como o programa iPhone Pra Sempre (Apple e Banco Itaú) e a venda de produtos da Apple no programa Shopping Nu, do Nubank; e
- Nossa marca Trocafy, uma plataforma de comercialização de smartphones recertificados.

VAREJO FÍSICO

PROVEMOS EXPERIÊNCIA DIFERENCIADA, PORTFÓLIO COMPLETO E SERVIÇOS CUSTOMIZADOS

Vendemos anualmente mais de 500 mil produtos em nossos pontos de venda localizados em 5 estados brasileiros. Atuamos através da operação de lojas e quiosques da marca Samsung, onde provemos portfólio completo e experiência diferenciada para os consumidores da marca. O Varejo físico possui oferta completa em conjunto com os serviços digitais da Allied.

Operamos, também, dois quiosques da marca Trocafy, nossa plataforma de comercialização de produtos eletrônicos recertificados.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Os resultados do terceiro trimestre de 2024 refletem nosso compromisso com a eficiência operacional e a diversificação das frentes de negócios, estratégia que tem se mostrado bem-sucedida em um cenário de alta competitividade no mercado de eletrônicos. Nesse período, observamos um recuo no consumo das famílias, evidenciando uma maior cautela na aquisição de bens duráveis. A robustez do nosso portfólio e a sinergia de nossas diversas operações foram fundamentais para a consistência dos resultados nesse trimestre.

A resiliência nos resultados reflete a diversificação de nossas operações em diferentes frentes de negócio, além da contínua busca por ganhos de eficiência e inovação. Neste sentido, destacamos as recentes parcerias estratégicas realizadas no 3T24:

(i) venda de iPhones no Shopping Nu, do Nubank, em que a Allied é responsável pela compra e venda dos produtos para os clientes do banco e pelas demandas operacionais da parceria; e

(ii) Vivo Renova, o programa de trade in da Vivo para aquisição de novos smartphones, no qual a Trocafy é a plataforma responsável pela captação dos smartphones usados em 21 estados brasileiros.

Essas parcerias solidificam a posição da Allied como um importante provedor de soluções no mercado brasileiro de eletrônicos, se posicionando como um parceiro estratégico dos principais fabricantes do setor.

No 3T24, registramos uma Receita Líquida consolidada de R\$ 1,4 bilhão, positivamente impactada pelo desempenho dos canais de Varejo, que apresentaram crescimento duplo dígito em comparação com o mesmo período no ano anterior. Por outro lado, o canal de Distribuição, especialmente na atuação internacional, apresentou redução na receita como resultado da dinâmica de competitividade ainda acirrada no setor.

A nossa atenção constante à otimização operacional em um ambiente desafiador foi importante para atingirmos um lucro líquido de R\$ 20,9 milhões, acumulando R\$ 85,8 milhões nos primeiros nove meses do ano. Em termos recorrentes, o resultado acumulado no ano foi de R\$ 69,2 milhões.

Mantendo o nosso compromisso de gerar valor aos nossos acionistas, aprovamos a distribuição de proventos no valor de R\$ 1,30 por ação, equivalentes ao montante de R\$ 122,0 milhões.

DESTAQUES DO 3T24

DESTAQUES DO TRIMESTRE

Vendas do Varejo Físico Samsung

- Performance robusta na métrica de vendas mesmas lojas;
- Revisão de portfólio e **mix de categorias mais rentável**;
- Conversão de wearables **acima de 50%** no trimestre;
- Lançamento das linhas de dobráveis Z Flip e Z Fold.

+18,6%
SSS
(3T24 vs. 3T23)

Novas Parcerias Estratégicas:

Trocafy e Vivo

A Trocafy é a nova parceria da Vivo para assumir as operações de trade in do programa Vivo Renova em 21 estados brasileiros. Nesta modalidade, os clientes Vivo possuem a alternativa de oferecer um aparelho seminovo como parte do pagamento ao adquirir um novo smartphone.



A Allied se torna a responsável pelas atividades de avaliação, compra, transporte dos produtos. Posteriormente, a Trocafy faz o recondicionamento e venda através dos seus múltiplos canais. Assim, a **Trocafy solidifica sua posição no mercado brasileiro de aparelhos recertificados**, avançando nos conceitos de sustentabilidade e economia circular, que são pilares importantes para a estratégia da Allied.

A receita líquida da Trocafy nos primeiros 9 meses de 2024 **aumentou 121%** em relação ao mesmo período de 2023.

Allied, Apple e Shopping Nu

A Allied iniciou, em setembro de 2024, uma nova parceria entre a fabricante Apple e o Nubank, por meio na qual os clientes do banco podem adquirir produtos Apple por meio das diretrizes comerciais do banco. Essa iniciativa marca mais uma parceria estratégica da Allied e solidifica sua posição como um importante provedor de soluções no mercado brasileiro de eletrônicos.

Juros sobre Capital Próprio

Aprovação de pagamento de JCP R\$ 122,0 milhões, conforme Aviso aos Acionistas divulgado em 07 de novembro de 2024. A data de liberação dos valores será futuramente comunicada.

+43,3%
Dividend Yield¹

Notas: (1) Preço de fechamento, ajustado pelo pagamento de proventos até a data da publicação desse relatório.

DESEMPENHO
DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO
3T24

DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

DISTRIBUIÇÃO

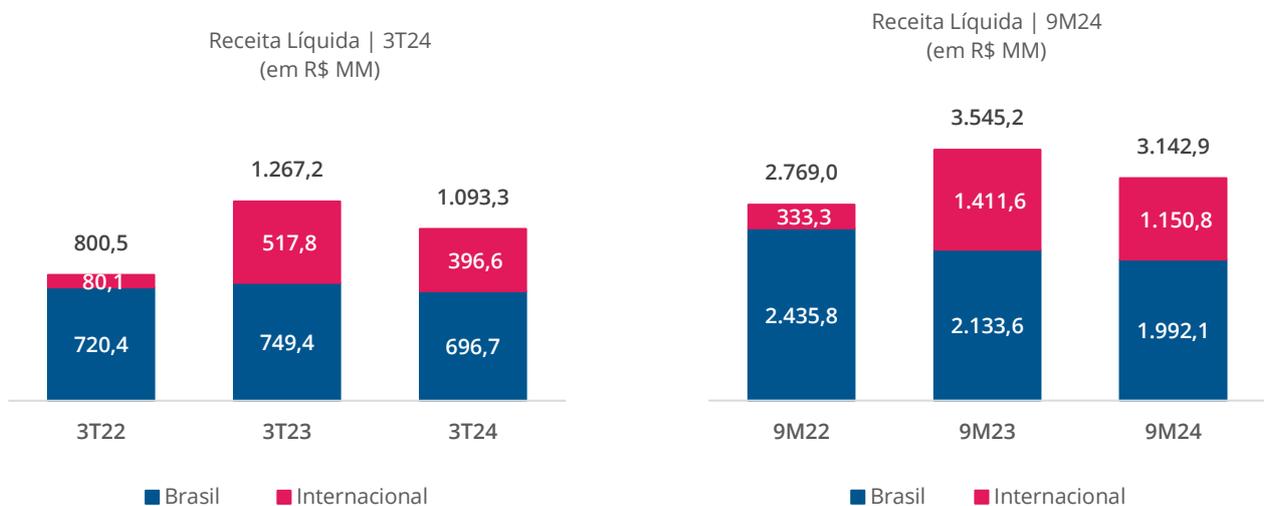
A receita líquida consolidada do canal de Distribuição foi de R\$ 1.093,3 milhões no 3T24, uma redução de 13,7% frente ao mesmo período no ano anterior. Desse resultado, R\$ 696,7 milhões foram provenientes da Distribuição Brasil (-7,0% vs 3T23) e R\$ 396,6 milhões da Distribuição Internacional (-23,4%). Destacamos que na Distribuição internacional os preços dos produtos da Companhia continuam com forte pressão de mercado.

No 3T24, as vendas pelo canal de Distribuição totalizaram 1,3 milhões de produtos, representando uma redução de 19,9% em relação ao ano anterior. Esse resultado está relacionado à diminuição nas vendas de celulares e acessórios. Em contrapartida, houve aumento nas vendas de itens de segurança e acessórios de videogames.

O ticket médio do canal no 3T24 foi de R\$ 976,1 milhões, um aumento de 5,5% na comparação anual. Esse resultado é reflexo (i) de uma composição diferente de mix de produtos, com aumento no volume vendido de itens com ticket médio superior (tais como televisores e smartphones) e redução de itens de ticket médio inferior, como acessórios diversos; e (ii) do aumento do ticket médio dos notebooks e consoles de videogames. Vale ressaltar que o mercado internacional de smartphones tem sido fortemente afetado pelo aumento da competição entre os fabricantes.

Dessa forma, a receita líquida do 3T24 foi negativamente afetada pelas vendas de smartphones, acessórios mobile, wearables e consoles de videogames. Por outro lado, as vendas de televisores, acessórios de videogames e câmeras contribuíram positivamente para a receita do trimestre.

Nos últimos 12 meses, a Allied atendeu aproximadamente 3,5 mil clientes (varejistas e empresas) através do seu canal de Distribuição, sendo que os 20 mais representativos corresponderam a 63% da receita líquida deste canal.



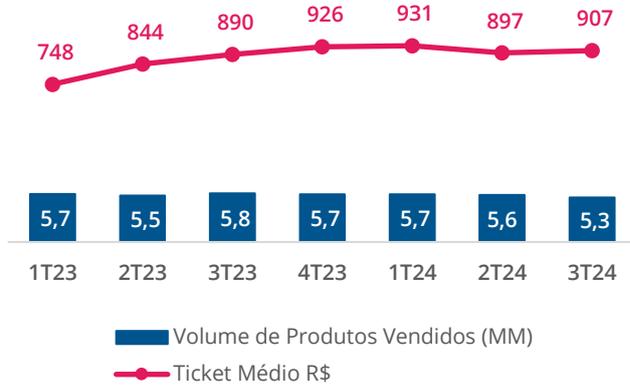
DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

DISTRIBUIÇÃO

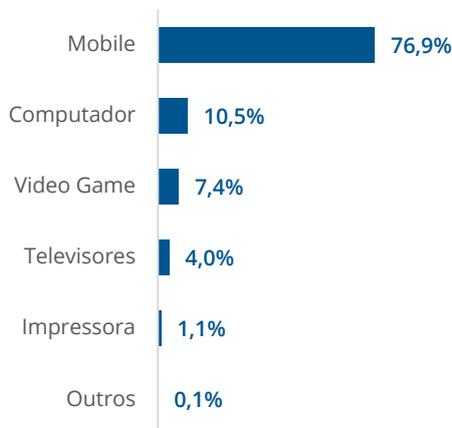
Os fatores mencionados acima em relação a evolução da quantidade, ticket médio e receita por produto do canal Distribuição resultam na visão consolidada, apresentadas nos gráficos a seguir.

O comportamento do ticket médio reflete as vendas de itens com maior valor agregado, ajustados à sazonalidade de cada período. Assim, observou-se um aumento do ticket médio, apesar da redução no volume vendido.

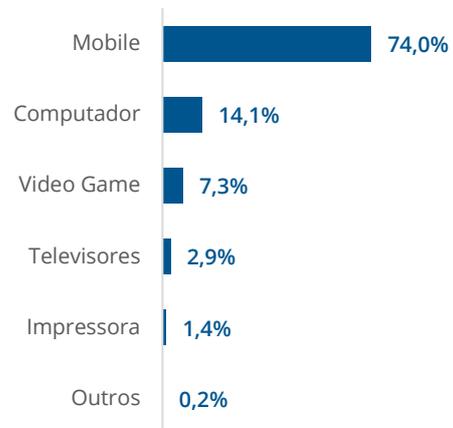
Volume de Produtos Vendidos LTM (MM un.) e Ticket Médio LTM (R\$)



Mix de Produtos Vendidos | 3T24 (% Receita Líquida)



Mix de Produtos Vendidos | 9M24 (% Receita Líquida)



DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

VAREJO DIGITAL

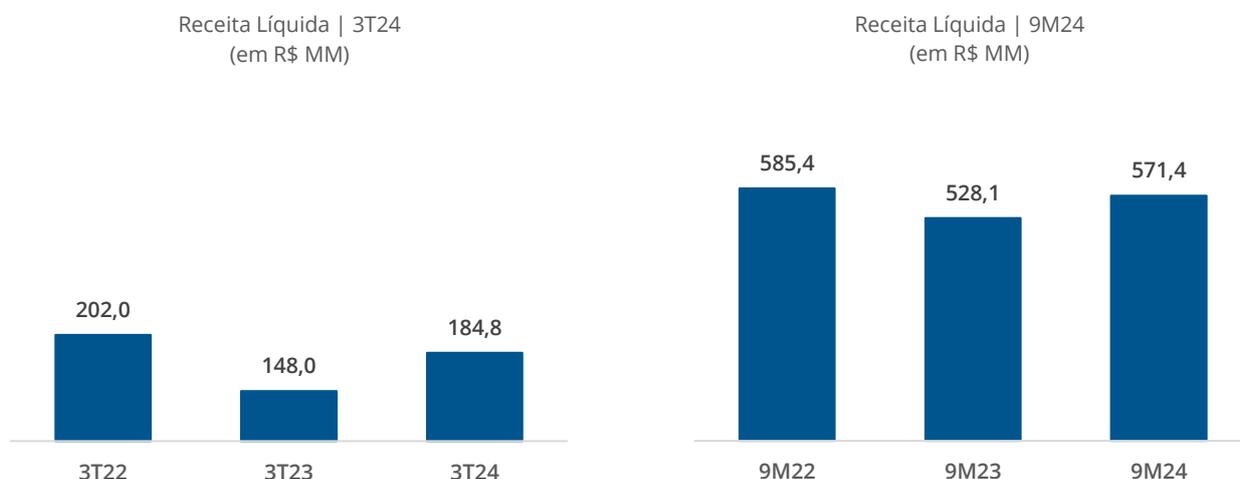
A receita líquida do canal de vendas de Varejo Digital foi de R\$ 184,8 milhões no 3T24, indicando um crescimento expressivo de 24,8% em comparação com o mesmo período no ano anterior. No período acumulado dos 9M24, o crescimento foi de 8,2%, que reflete assertividade na estratégia comercial da Companhia em suas operações e na integração de parcerias estratégicas.

Neste canal, a receita é composta por: (i) vendas realizadas em lojas em marketplaces, isto é, através da marca MobCom; (ii) gestão de parcerias estratégicas que visam oferecer soluções inovadoras, como os programas “Iphone pra Sempre”, e da loja da HP em marketplaces; (iii) vendas de eletrônicos reconicionados realizadas pela marca Trocafy através de seus múltiplos canais; (iv) vendas de produtos e serviços em sites das operadoras de telecomunicações. Destaca-se que no final do 3T24, iniciamos uma parceria com a Apple e Shopping Nu, na qual a Allied é responsável por gerenciar todo o processo logístico e operacional - desde o recebimento dos pedidos até a entrega dos aparelhos aos consumidores. Através desse programa serão oferecidos, exclusivamente aos clientes do Nubank, smartphones da marca Apple a partir da 13ª geração.

Neste trimestre, o volume de produtos vendidos foi 31,0% maior em comparação com o 3T23. As categorias de computadores, com destaque para notebooks e acessórios, e de impressoras foram a que mais contribuíram para este resultado, e ganharam participação na composição da receita líquida do canal. Neste cenário, destacamos a estratégia de sortimento de portfólio, iniciada desde o trimestre anterior, a fim de mapear, de forma tempestiva, as principais tendências de consumo. Por outro lado, houve redução do volume vendido de smartphones, televisores e acessórios de videogames.

O ticket médio do 3T24 se apresentou redução de 4,5%, totalizando R\$ 2,3 mil reais, como efeito da maior participação de novas linhas de produtos de menor valor agregado na composição da receita líquida. Contudo, a categoria de smartphones apresentou aumento de 35,8% no ticket médio no trimestre, reflexo do alto volume de vendas de produtos premium nessa categoria.

Considerando os efeitos mencionados, o desempenho das vendas de smartphones, notebooks, impressoras, tablets e acessórios de computador foi o principal motor do aumento da receita líquida. No entanto, observamos uma retração na receita de televisores e videogames (consoles e acessórios). Neste trimestre, também destacamos a venda de serviços de software, como Microsoft e McAfee. Essa nova linha de produtos tem sido estrategicamente explorada, pois oferece margens superiores em comparação com outras categorias, fomentando a diversificação de nosso portfólio.

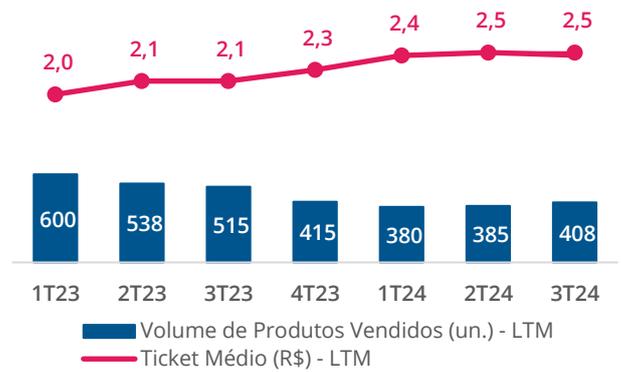


DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

VAREJO DIGITAL

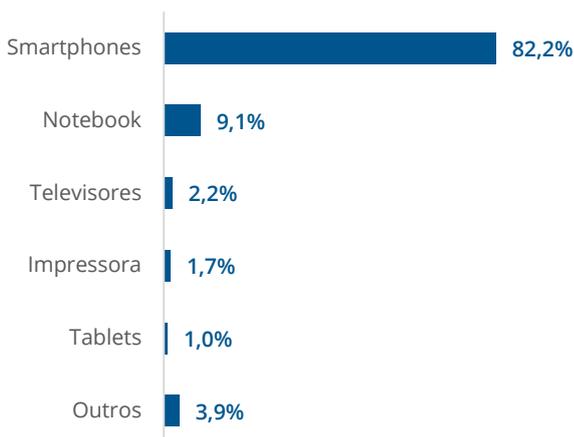
O gráfico ao lado mostra a evolução da quantidade vendida e do ticket médio do canal Digital no período acumulado de 12 meses. Destaca-se o efeito das vendas de smartphones para o aumento do ticket médio, sendo que essa categoria é altamente influenciada pelo programa iPhone pra Sempre, que além de operar com um ticket médio superior à média de mercado, foi beneficiado pelo lançamento das vendas do iPhone 16 no 3T24.

Volume de Produtos Vendidos LTM (mil un.) e Ticket Médio LTM (R\$ mil)

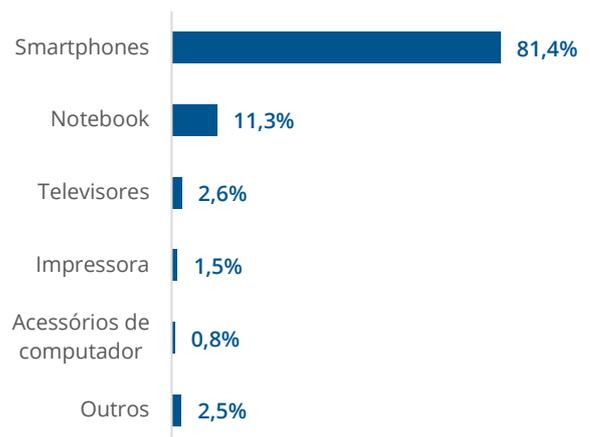


Os gráficos abaixo ilustram a concentração de categorias no mix de receita. Neste trimestre, as categorias de notebooks e impressoras ganharam destaque, especialmente após o início da parceria estratégica com a fabricante HP.

Mix de Produtos Vendidos | 3T24
(% Receita Líquida)



Mix de Produtos Vendidos | 9M24
(% Receita Líquida)



DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

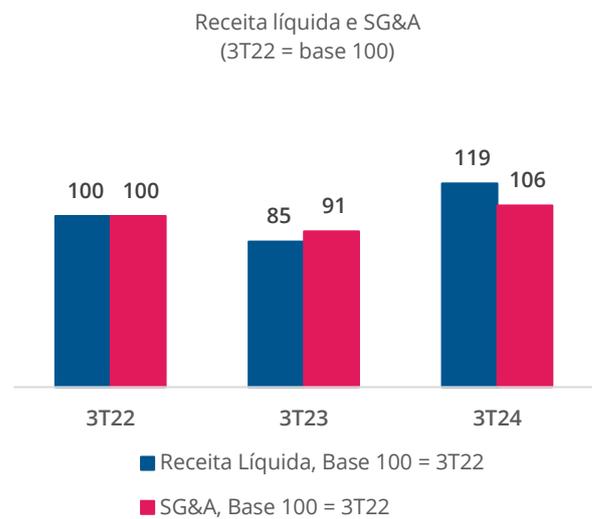
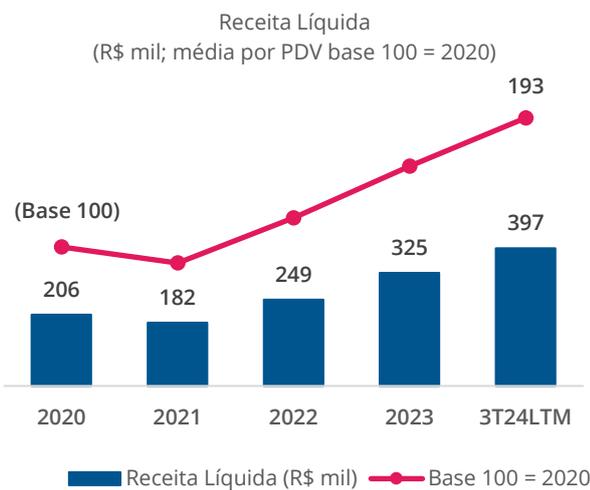
VAREJO FÍSICO

No 3T24, o canal do varejo físico totalizou uma receita líquida de R\$ 126,8 milhões, o equivalente a um crescimento de 18,2% em comparação com o 3T23.

Entre as iniciativas que impulsionaram as vendas, destacamos a revisão e o reposicionamento estratégico do portfólio nas lojas, além da forte conversão de vendas agregadas, incluindo acessórios, seguros e wearables. Essas ações foram fundamentais para o aumento da receita líquida, mesmo diante de uma redução no número total de PDVs entre os dois períodos. Adicionalmente, observou-se uma evolução na rentabilidade do canal, refletida em um aumento do patamar médio de receita por PDV.

Após alguns semestres consecutivos de foco na depuração do canal a partir do encerramento dos PDVs menos rentáveis, otimização de processos e redução de despesas operacionais, a **receita líquida média por PDV aumentou 22,0% entre 2023 e 3T24 LTM**.

Este efeito foi reforçado pelo **aumento de 18,6% da venda em base de mesmas lojas (Same Store Sales, SSS)** entre o 3T24 e o 3T23.



117 PONTOS DE VENDA

	SAMSUNG	TROCAFY	TOTAL
SP	70	2	72
RJ	18		18
PR	13		13
MG	13		13
MS	1		1

Ao final do do 3T24, a Allied tinha 117 PDVs, que somavam área de 8,0 mil m². Essas operações consistiam em 115 lojas ou quiosques Samsung e 2 quiosques da Trocafy.

O varejo físico é um canal estratégico e sinérgico entre as operações da Companhia, de forma que, a experiência oferecida aos consumidores e a amplitude de portfólio reforçam a nossa posição no mercado de eletrônicos nacional.

DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

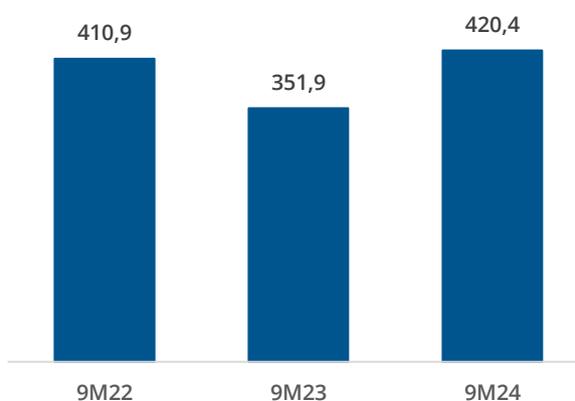
VAREJO FÍSICO

Nos últimos 12 meses, foram implementadas iniciativas para aprimorar a abordagem comercial e a experiência do cliente, cujos efeitos são observados a partir do aumento da conversão de vendas de (i) *wearables*, com destaque para a conversão acima de 50,0% no 3T24; (ii) seguros de celular. Além disso, tivemos um aumento significativo da venda de tablets e notebooks em nossas operações físicas, com participação na receita líquida de 6,7% e 5,2%, respectivamente.

Receita Líquida | 3T24
(em R\$ MM)



Receita Líquida | 9M24
(em R\$ MM)



O ticket médio de produtos e serviços vendidos aumentou 36,4% no 3T24, em comparação com o 3T23. Esse efeito é resultado (i) do aumento do volume de vendas de produtos com ticket médio superior, tais como *smartphones*, *wearables*, *tablets* e *notebooks*; e (ii) do aumento do ticket médio dos smartphones e acessórios vendidos. O primeiro efeito mencionado acima é resultado do aumento da profundidade do nosso portfólio, com maior variedade de modelos de tablets e notebooks nos pontos de venda.

Por outro lado, observamos redução de 15,4% no volume de produtos vendidos, sendo que esse efeito ocorreu principalmente nos acessórios mobile.

Como resultado da dinâmica do canal, as categorias que mais contribuíram para o aumento da receita foram (i) tablets, wearables e notebooks. Esse resultado evidencia o sucesso da estratégia de aumento da rentabilidade dos pontos de venda, com maior venda agregada, sendo esse um posicionamento estratégico deste canal.

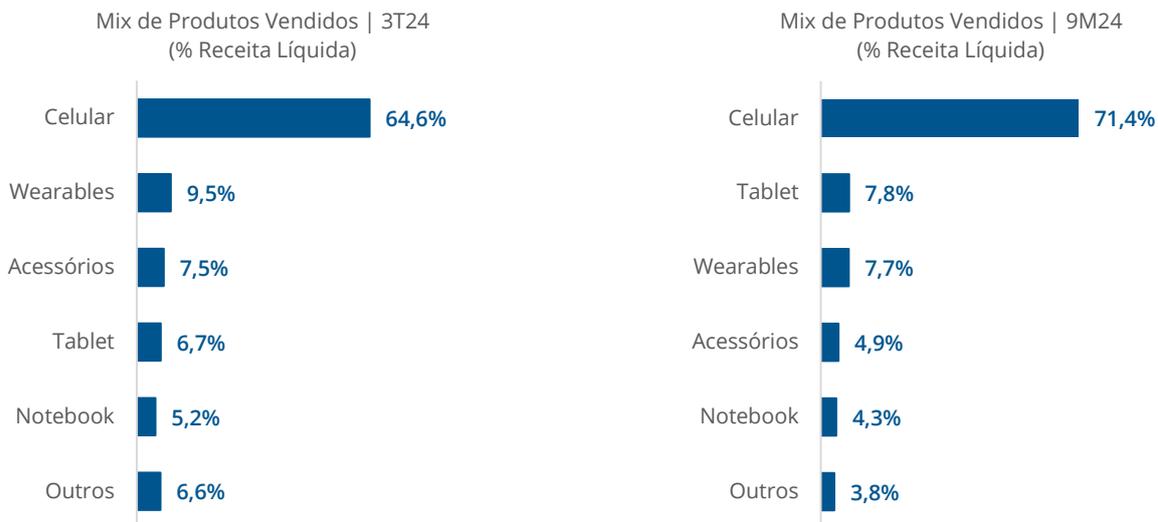
Volume de Produtos Vendidos LTM (mil un.)
e Ticket Médio LTM (R\$ mil)



DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

VAREJO FÍSICO

Neste trimestre, houve lançamento das linhas de dobráveis Z Flip e Z Fold, que contribuíram para o expressivo aumento do ticket médio na comparação anual. Em linha com a proposta de valor de ser um dos principais canais de venda de produtos premium da marca Samsung, as lojas da marca operadas pela Allied apresentaram um ticket médio de smartphones 95% acima do mercado, no 3T24.



DESEMPENHO
FINANCEIRO
3T24

DESEMPENHO FINANCEIRO

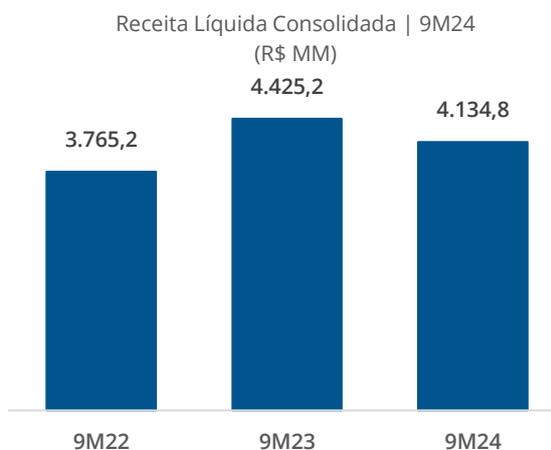
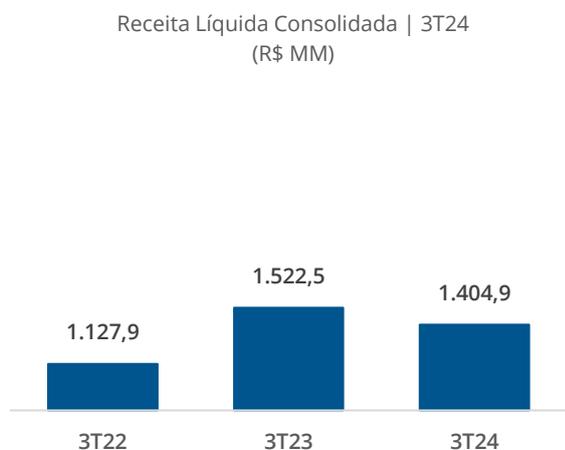
RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida total no 3T24 alcançou R\$ 1.404,9 milhões, apresentando uma queda de 7,7% em relação ao 3T23. Esse resultado é impulsionado pelo sólido desempenho do Varejo Físico e do Varejo Digital, que se beneficiaram de estratégias comerciais assertivas e uma gestão eficaz do portfólio de produtos. Contudo, a diminuição das vendas do canal de Distribuição, especialmente no mercado Internacional, refletindo a intensa competitividade no setor e a pressão negativa dos preços durante o período, afetou negativamente a receita líquida consolidada no período.

Na composição da receita consolidada, os canais de vendas Distribuição Brasil, Distribuição Internacional, Varejo Digital e Varejo Físico representaram, respectivamente, 49,6%, 28,2%, 13,2% e 9,0% da receita líquida da Companhia. Esta diversificação é crucial para mitigar riscos e tornar o resultado da Companhia mais resiliente.

No acumulado dos 9M24, a receita líquida total foi de R\$ 4,1 bilhões, uma redução de 6,6% em comparação com os 9M23. Esse resultado é derivado de um impressionante aumento de 12,7% na receita líquida do Varejo, que foi, no entanto, atenuado pela queda de 11,3% na receita líquida da Distribuição. Nesse sentido, o desempenho do ano anterior do canal Distribuição Internacional apresenta uma forte base de comparação.

Receita Operacional Líquida, R\$ mm	3T24	3T23	Δ %	9M24	9M23	Δ %
Distribuição - Brasil	696,7	749,4	-7,0%	1.992,1	2.133,6	-6,6%
Distribuição - Internacional	396,6	517,8	-23,4%	1.150,8	1.411,6	-18,5%
Receita Líquida - Distribuição	1.093,3	1.267,2	-13,7%	3.142,9	3.545,2	-11,3%
Varejo Digital	184,8	148,0	24,8%	571,4	528,1	8,2%
Varejo Físico	126,8	107,3	18,2%	420,4	351,9	19,5%
Receita Líquida - Varejo	311,6	255,3	22,1%	991,8	880,1	12,7%
Receita Líquida - Consolidado Allied	1.404,9	1.522,5	-7,7%	4.134,8	4.425,2	-6,6%



DESEMPENHO FINANCEIRO

LUCRO BRUTO

Lucro Bruto por Canal, em R\$ mm	3T24	3T23	Δ %	9M24	9M23	Δ %
Lucro Bruto - Distribuição	65,3	82,0	-20,4%	194,3	239,3	-18,8%
Distribuição Brasil	57,7	70,4	-18,0%	170,6	208,1	-18,0%
Distribuição Internacional	7,5	11,6	-34,9%	23,7	31,2	-23,9%
Lucro Bruto - Varejo	86,4	76,2	13,3%	285,9	263,7	8,4%
Lucro Bruto - TOTAL	151,6	158,2	-4,1%	480,2	503,0	-4,5%
Margem Bruta - Distribuição	6,0%	6,5%	-0,5 pp	6,2%	6,7%	-0,6 pp
Distribuição Brasil	8,3%	9,4%	-1,1 pp	8,6%	9,8%	-1,2 pp
Distribuição Internacional	1,9%	2,2%	-0,3 pp	2,1%	2,2%	-0,1 pp
Margem Bruta - Varejo	27,7%	29,8%	-2,1 pp	28,8%	30,0%	-1,1 pp
Margem Bruta - TOTAL	10,8%	10,4%	0,4 pp	11,6%	11,4%	0,2 pp

O lucro bruto consolidado do 3T24 foi de R\$ 151,6 milhões, acompanhado de uma margem bruta de 10,8%, um aumento de 0,4 pp na comparação anual. Esse desempenho reflete a estratégia da Companhia de priorizar a lucratividade em detrimento da venda de produtos de margem reduzida, uma abordagem adotada pela Companhia em um ambiente impactado pela retração da demanda por eletrônicos.

Neste trimestre, os principais fatores que impactaram este resultado, foram: (i) cenário desafiador para o mercado de Distribuição Brasil, com retração de 1,1 p.p na margem bruta; e (ii) aumento de 5,4 p.p na participação dos canais de Varejo na composição da receita líquida, os quais possuem margem superior, e contribuíram com a mitigação do impacto negativo dos canais de Distribuição.

Importante ressaltar que a Distribuição Internacional, diferente da Distribuição Brasil, apresenta um modelo de operação que deve ser analisado separadamente. Isto é, embora a operação internacional opere com margem bruta inferior quando comparada com as operações domésticas, sua estrutura operacional foi desenvolvida de forma que as despesas operacionais não acarretam impactos relevantes no resultado após a apuração do lucro bruto. Além disso, este canal é beneficiado por um capital empregado menor, o que se traduz na conversão de caixa favorável para a Companhia.

No acumulado dos 9M24, o lucro bruto consolidado apresentou uma redução de 4,5%, enquanto a margem bruta foi de 11,6%, se manteve praticamente estável em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado reflete as dinâmicas previamente mencionadas e reforça o monitoramento contínuo da Companhia frente as estratégias operacionais e comerciais executadas, sempre prezando pela diversificação das fontes de receita, especialmente em um ambiente de alta volatilidade nos preços dos produtos.

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais, em R\$ milhões	3T24	3T23	Δ %	9M24	9M23	Δ %
Vendas	-86,2	-83,9	2,8%	-263,8	-271,0	-2,7%
Gerais e Administrativas Ajustadas	-31,1	-32,0	-2,9%	-93,1	-91,1	2,1%
Outras receitas operacionais	-1,0	-0,1	745,2%	3,3	4,7	-29,4%
TOTAL - Despesas Operacionais Ajustadas	-118,2	-116,0	1,9%	-353,5	-357,4	-1,1%
Ajuste Não Recorrente	22,1	-1,0	-2393,9%	20,9	-2,8	-847,1%
TOTAL - Despesas Operacionais	-96,2	-117,0	-17,8%	-332,6	-360,2	-7,7%

As Despesas Operacionais Ajustadas totalizaram R\$ 118,2 milhões no 3T24, representando um aumento de 1,9% em relação ao 3T23. Em relação à receita líquida, as despesas corresponderam a 8,4%, um aumento de 0,8p.p, impulsionado pelo aumento da receita dos canais de varejo. Nos 9M24, as despesas operacionais somaram R\$ 353,5 milhões, uma redução de 1,1% em comparação com o mesmo período do ano anterior.

Despesas com Vendas:

O total de despesas com vendas no 3T24 foi de R\$ 86,2 milhões, o que representou um aumento de 2,8% em relação ao 3T23 e está alinhado ao aumento da representatividade das receitas dos canais de varejo no resultado consolidado da Companhia. Os principais fatores que influenciaram este resultado estão relacionados ao: (i) aumento de despesas diretamente relacionadas aos canais de varejo, tais como fretes (+25,1%) e taxa administrativa de cartão de crédito (+17,8%); e (ii) aumento das despesas com pessoal de vendas. Este resultado foi parcialmente neutralizado pela redução da depreciação e amortização, em função do menor número de lojas físicas entre os períodos.

Despesas Gerais e Administrativas:

As despesas gerais e administrativas ajustadas apresentaram uma redução de 2,9% no 3T24. Este aumento é resultado da reversão de contingências e despesas processuais. Esse impacto foi parcialmente compensado pelo aumento nas despesas com pessoal.

Ajustes não recorrentes ao resultado em 2024:

2T24:

R\$ 1,1 milhão em despesas gerais e administrativas, relacionado à descontinuidade das operações Store in Store do Varejo Físico, encerradas em 2021.

3T24:

- (i) Exclusão do ICMS-ST na base de cálculo de PIS e COFINS
Em 12 de julho de 2024, com o trânsito em julgado da ação judicial para exclusão do ICMS e ICMS ST na base de cálculo do PIS e da COFINS, a Companhia iniciou o processo de habilitação dos créditos para seu consumo. O impacto dos créditos no resultado do 3T24 foi de R\$ 48,9 milhões em EBITDA e R\$ 39,8 milhões em lucro líquido.

DESEMPENHO FINANCEIRO

DO EBITDA AO LUCRO LÍQUIDO

- (ii) Encerramento da operação de crédito (Soudi)
No 3T24, foram contabilizadas despesas relacionadas ao encerramento da operação de concessão de crédito aos consumidores através da plataforma Soudi. O impacto, principalmente relacionado à provisão para perda com créditos da carteira foi de R\$ 14,3 milhões em EBITDA e R\$ 14,2 milhões em lucro líquido.
- (iii) Deterioração do cenário de crédito de cliente da Distribuição Brasil
No 3T24 foi contabilizada uma provisão para perda estimada de crédito proveniente da deterioração do cenário de solvência de um cliente do canal Distribuição Brasil. O impacto foi de R\$ 12,5 milhões em EBITDA e R\$ 8,2 milhões em lucro líquido.

Apresentamos abaixo o EBITDA e o lucro líquido da Companhia no 3T24 e no período acumulado de 9M24 comparados com os mesmos períodos do ano anterior, que desconsideram os efeitos mencionados anteriormente.

Em R\$ milhões, exceto onde indicado	3T24	3T23	Δ %	9M24	9M23	Δ %
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro	33,4	42,2	-20,9%	126,7	145,7	-13,0%
Depreciação e Amortização	13,3	15,7	-15,5%	40,0	49,8	-19,6%
EBITDA Ajustado	46,7	57,9	-19,5%	166,7	195,4	-14,7%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% R.L)</i>	<i>3,3%</i>	<i>3,8%</i>	<i>-0,5 pp</i>	<i>4,0%</i>	<i>4,4%</i>	<i>-0,4 pp</i>
Resultado Financeiro	-25,9	-20,7	24,8%	-66,6	-94,0	-29,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	-4,0	-1,4	193,8%	9,1	2,9	208,0%
Lucro Líquido Ajustado	3,5	20,1	-82,5%	69,2	54,6	26,8%
<i>Margem Líquida (% R.L)</i>	<i>0,3%</i>	<i>1,3%</i>	<i>-1,1 pp</i>	<i>1,7%</i>	<i>1,2%</i>	<i>0,4 pp</i>
Despesas operacionais não recorrentes	22,1	-1,0	-2393,9%	20,9	-2,8	-847,1%
Receitas financeiras não recorrentes	7,5	0,0	-	7,5	0,0	-
IR e CSLL não recorrentes	-12,2	0,3	-3833,0%	-11,8	1,0	-1319,5%
Lucro Líquido Contábil	20,9	19,5	7,3%	85,8	52,8	62,7%

DESEMPENHO FINANCEIRO

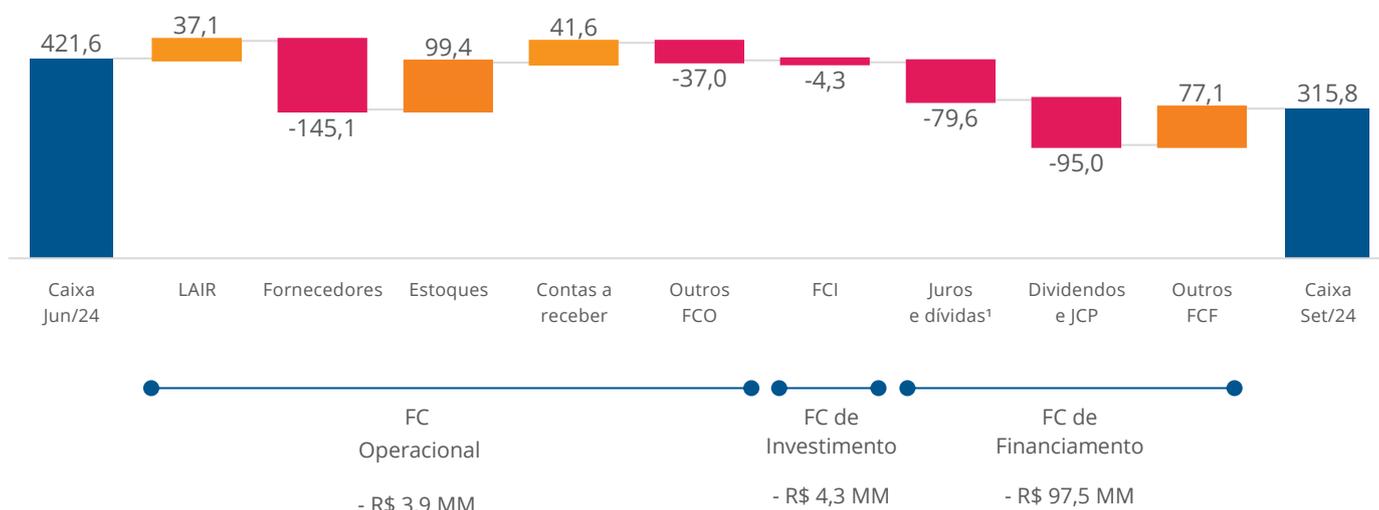
FLUXO DE CAIXA

A variação do caixa foi negativa em R\$ 219,8 milhões entre o 2T24 e 3T24, e negativa em R\$ 114,0 milhões no período acumulado dos 9M24.

Fluxo de caixa – ajuste gerencial:

Nas Demonstrações Financeiras da Companhia, as operações relativas a convênios firmados com bancos parceiros para estruturar com seus principais clientes e fornecedores operações de capital de giro (também chamadas de operações de risco sacado) são classificadas como atividade de financiamento. Como parte dessas operações não possuem custo financeiro para a Companhia, entendemos que deve ser realizada uma análise gerencial do fluxo de caixa, considerando a reclassificação dessas operações para o fluxo de caixa operacional.

Variação do Fluxo de Caixa | 3T24

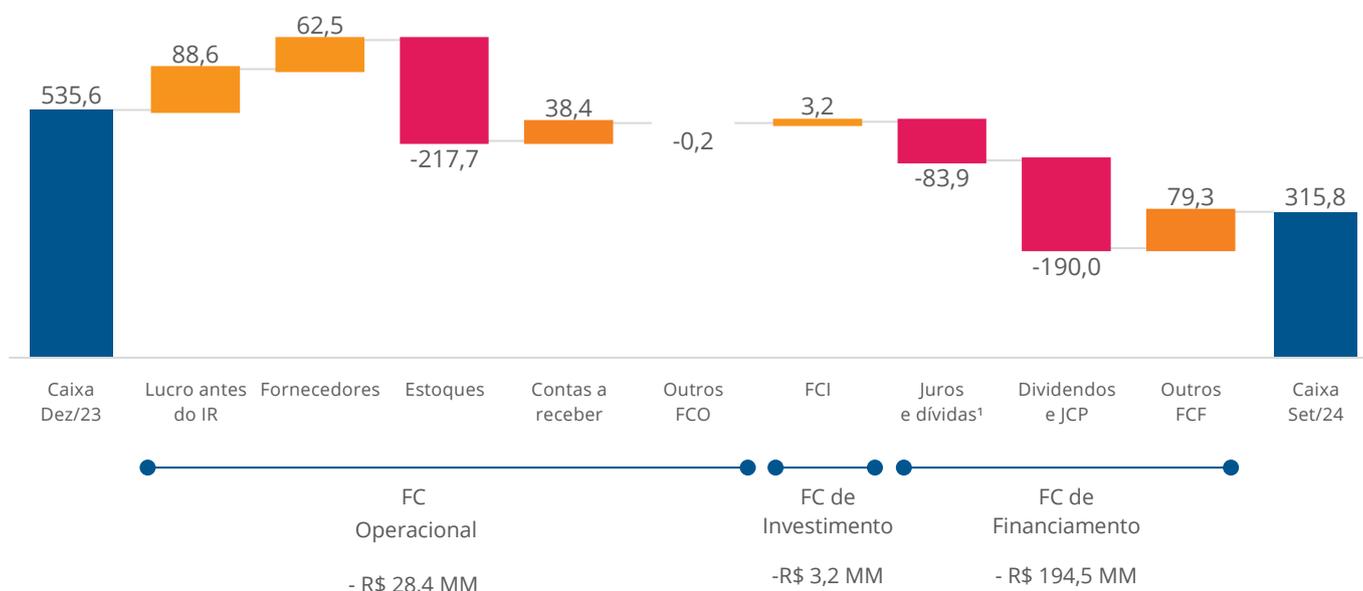


- Fluxo de Caixa Operacional negativo de R\$ 3,9 milhões: as contas de capital de giro tiveram impacto neutro no FCO, sendo que o impacto positivo da redução dos estoques e contas a receber foi neutralizado pelo impacto negativo da redução das contas de fornecedores. Vale ressaltar que a redução das vendas da operação de distribuição internacional, que possui um ciclo de caixa favorável, apresentou impacto negativo no capital de giro do período em decorrência da redução da receita deste canal.
- Fluxo de Caixa de Financiamento negativo de R\$ 4,3 milhões: principalmente impactado (i) pelos juros e amortizações de dívidas bancárias; e (ii) pelo pagamento de JCP declarado em 21 de março de 2024.

DESEMPENHO FINANCEIRO

FLUXO DE CAIXA

Variação do Fluxo de Caixa | 9M24



- Fluxo de Caixa Operacional negativo de R\$ 28,4 milhões: refletindo o aumento do prazo médio de estoques da Companhia, especialmente no primeiro semestre. Esse impacto negativo foi parcialmente mitigado pela gestão eficiente dos prazos de pagamento a fornecedores e pela redução do prazo de recebimento de clientes, que contribuiu positivamente para o caixa operacional.
- Fluxo de Caixa de Financiamento negativo de R\$ 194,5 milhões: principalmente pelo pagamento de R\$ 190,0 milhões em proventos aos acionistas da Companhia.

No período de 12 meses encerrados em 30 de setembro de 2024, a Allied declarou R\$ 312,0 milhões em proventos aos seus acionistas. Considerando o fechamento² da ação no dia 06/11/2024, o dividend yield foi de 43,3%.

Notas: (1) Inclui fluxos de pagamento de juros, amortizações e novos compromissos de empréstimos e financiamento; (2) Preço de fechamento, ajustado pelo pagamento de proventos até a data da publicação desse relatório.

ESTRUTURA DE CAPITAL

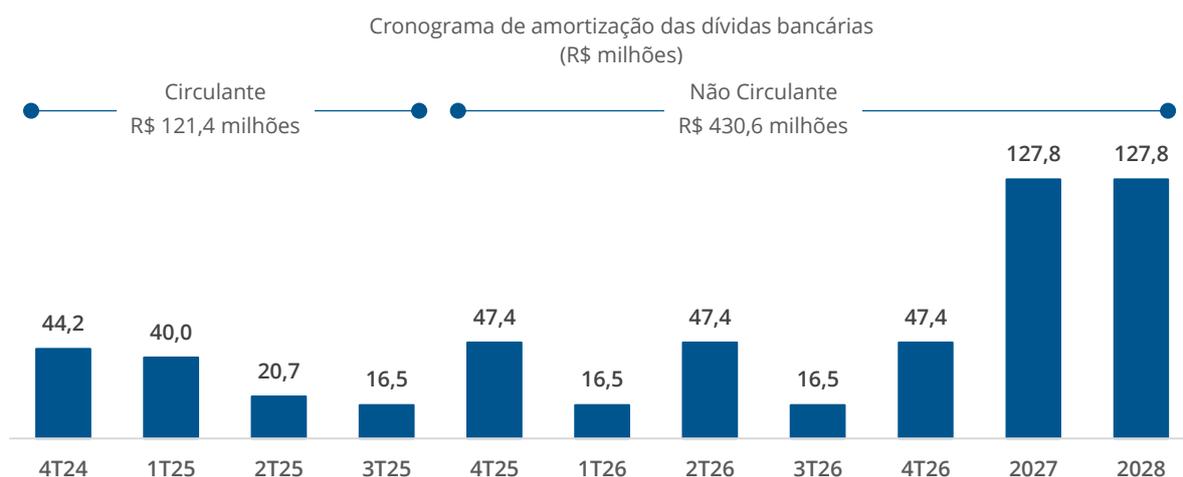
ENDIVIDAMENTO

A Allied encerrou o 3T24 com dívida líquida de R\$ 240,3 milhões, como resultado da dívida bruta de R\$ 556,1 milhões e posição de caixa de R\$ 315,8 milhões. A dívida líquida é equivalente a 1,1x o EBITDA Ajustado nos últimos 12 meses. A tabela abaixo apresenta o endividamento calculado conforme covenants financeiros estabelecidos nos instrumentos de dívida emitidos pela Companhia:

Em R\$ mm	3T24	4T23	Δ%
Dívida bruta bancária	552,0	543,7	1,5%
Dívida fiscais - PERT	4,0	4,6	-11,1%
Dívida Bruta	556,1	548,3	1,4%
(-) Caixa/equivalentes e aplicações financeiras	-315,8	-535,6	-41,0%
Dívida Líquida	240,3	12,6	1799,9%
EBITDA LTM	221,8	250,5	-11,5%
Dívida Líquida / EBITDA	1,1x	0,1x	1,0x

Em 30 de setembro de 2024, a Companhia tinha em aberto a favor de debenturistas a 5ª e a 6ª emissão de debêntures simples não conversíveis em ações, ambas em série única. Conforme estabelecido em escritura, o índice de dívida líquida / EBITDA deve ser mantido inferior ou igual a 2,5x.

Em dezembro de 2023, a Companhia realizou a gestão dos passivos financeiros de forma a alongar o cronograma de pagamento de suas dívidas bancárias, conforme apresentado no gráfico abaixo. Ao final do 3T24, o custo médio dessas dívidas totalizava 13,2% a.a.



ESTRUTURA DE CAPITAL

CAPITAL PRÓPRIO

Em 30 de setembro de 2024, o capital social da Allied era composto por 93.833.680 ações ordinárias, distribuídas conforme a tabela abaixo:

Estrutura acionária - 30/09/2024	# ações	% ações
Brasil Investimentos 2015 I FIP Multiestratégia	44.173.806	47,1%
Brasil Investimentos 2015 II FIP Multiestratégia	16.773.038	17,9%
Administração	5.028.711	5,4%
Free Float (B3)	27.858.125	29,7%
TOTAL	93.833.680	100,0%

No 3T24, o Conselho de Administração da Companhia deliberou um aumento de capital a partir da emissão de 185.038 novas ações atribuídas ao Plano de Opção de Compra de Ações. Com isso, na data do presente relatório, o Capital Social da Companhia é composto por 93.833.680 de ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal.

ALAVANCAS DE
CRESCIMENTO

ALAVANCAS DE CRESCIMENTO PARA 2024

Em linha com o nosso **planejamento estratégico**, as iniciativas abaixo serão priorizadas ao longo de 2024. O objetivo é que essas ações contribuam para o **crescimento e rentabilidade da companhia no médio e longo prazo**, suportando a **diversificação** dos negócios.

Novos Negócios e Diversificação

RECONDICIONADOS

- Otimização da operação atual com produtos Trocafy: Os canais de venda que a Allied comercializa produtos recertificados englobam tanto o varejo digital (nos formatos 1P e 3P), quanto no varejo físico (2 PDV localizados no Shopping Eldorado e Shopping Center Norte, ambos na cidade de São Paulo). Adicionalmente, também atendemos clientes do canal da distribuição. Nossas estratégias de expansão da marca têm se mostrado positivas, e estamos trabalhando para aumentar a captação de produtos de alto valor no mercado de telefones usados, assim como para tornar nossos mecanismos de atração e conversão de tráfego mais eficientes.

EXPANSÃO INTERNACIONAL

- Maturação da operação atual: temos 160 potenciais clientes mapeados na América Latina com os quais estamos construindo relacionamento comercial. Há um caminho de maturação que acreditamos que vamos trilhar ao longo dos próximos anos. Na frente de fornecedores, já estamos trabalhando com grandes marcas do segmento (Apple, Motorola e Microsoft).
- Expansão da operação atual: em paralelo com a operação atual, mapeamos continuamente oportunidades de distribuição para outras marcas e categorias.

PARCERIAS ESTRATÉGICAS – B2C

- Atualmente a Allied opera duas parcerias estratégicas com foco no consumidor final (B2C): os programas iPhone Pra Sempre, com o Banco Itaú e a venda de produtos da Apple no Shopping Nu, do Nubank. O posicionamento da Allied no setor e a expertise em resolver ineficiências do mercado faz com que sejamos um player estratégico para mapear e operacionalizar esse tipo de parceria. Seguiremos buscando esses caminhos para trazer mais crescimento e rentabilidade.

B2B

- Novos produtos e serviços, alinhados às demandas dos clientes corporativos e governo: Desde 2022 temos trazido gradualmente ao portfólio desta unidade de negócio alguns produtos e serviços especializados para o uso corporativo. Como exemplo, podemos citar tablets e computadores com capacidade de processamento mais robusto, bundles de aparelhos com acessórios de proteção resistentes, bem como pequenas customizações em produtos. Seguiremos buscando assertividade no atendimento da demanda corporativa e governamental. Em 2023, iniciamos uma parceria com a Acer para fazer a locação de equipamentos eletrônicos para os clientes corporativos.

ANEXOS

3T24

BALANÇO PATRIMONIAL - CONSOLIDADO

Exercícios findos em 30 de setembro de 2024 e 31 de dezembro de 2023.

Ativo (R\$ mil)	30/09/2024	31/12/2023
Caixa e equivalentes de caixa	315.822	535.620
Contas a receber	872.990	959.618
Estoques	813.889	583.452
Tributos a recuperar	163.090	122.471
Partes relacionadas	0	7.738
Outros ativos	79.973	80.848
Ativo Circulante	2.245.764	2.289.747
Títulos e valores mobiliários	-	3.454
Contas a receber	19.478	8.342
Estoque	10.304	11.127
Tributos a recuperar	246.752	179.844
Depósito judicial	110.899	102.121
Direito de uso	74.581	93.785
Imobilizado	12.399	15.167
Intangível	688.368	684.877
Outros ativos	20.791	7.287
Ativo não circulante	1.183.572	1.106.004
Total do ativo	3.429.336	3.395.751
Passivo (R\$ mil)	30/09/2024	31/12/2023
Fornecedores	823.451	587.414
Fornecedores (convênios)	213.333	297.778
Empréstimos, financiamentos e debêntures	121.412	81.660
Obrigações contratuais com clientes	20.924	24.937
Arrendamento mercantil	24.938	24.375
Obrigações trabalhistas	31.459	30.071
Obrigações tributárias	26.654	21.214
Adiantamento de clientes	8.290	21.114
Dividendos a pagar	37	22.524
Outros passivos	8.903	23.971
Passivo Circulante	1.279.401	1.135.058
Empréstimos, financiamentos e debêntures	430.629	462.053
Obrigações contratuais com clientes	18.128	20.085
Arrendamento mercantil	64.651	83.157
Provisão para demandas judiciais	78.973	74.525
Obrigações tributárias	3.661	3.941
IR e CSLL diferidos	26.925	17.152
Outros passivos	351	614
Passivo não circulante	623.318	661.527
Capital social	1.025.175	1.021.575
Gastos com emissão de ações	(30.054)	(30.054)
Reserva de capital	6.689	5.870
Reservas de lucros	436.042	603.514
Ajuste de avaliação patrimonial	2.919	(1.739)
Lucro do exercício	85.846	-
Total do patrimônio líquido	1.526.617	1.599.166
Total do passivo e patrimônio líquido	3.429.336	3.395.751

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO – CONSOLIDADO

Período de 3 e 9 meses findos em 30 de setembro de 2024 e 30 de setembro de 2023.

R\$ MIL	3T24 Ajustado	Ajuste	3T24	3T23 Ajustado	Ajuste	3T23
Receita Líquida de vendas	1.404.897	-	1.404.897	1.522.512	-	1.522.512
Custo dos produtos vendidos	-1.253.276	-	-1.253.276	-1.364.291	-52	-1.364.343
Lucro Bruto	151.621	-	151.621	158.221	-52	158.169
Receitas/(despesas) operacionais						
Com vendas	-86.183	-26.295	-112.478	-83.860	-280	-84.140
Gerais e administrativas	-31.083	-6.941	-38.024	-32.023	-631	-32.654
Outras receitas operacionais	-976	55.303	54.327	-113	0	-113
Lucro operacional antes do resultado financeiro	33.380	22.067	55.447	42.225	-963	41.262
Resultado financeiro						
Despesas financeiras	-34.573	-	-34.573	-32.991	-	-32.991
Receitas financeiras	8.716	7.543	16.259	12.274	-	12.274
Lucro antes IR e CSLL	7.523	29.610	37.133	21.508	-963	20.545
IR e CSLL						
Corrente	7.026	-	7.026	-2.389	-	-2.389
Diferido	-11.020	-12.207	-23.227	1.030	327	1.357
Lucro líquido do período	3.529	17.403	20.932	20.149	-636	19.513

R\$ MIL	9M24 Ajustado	Ajuste	9M24	9M23 Ajustado	Ajuste	9M23
Receita Líquida de vendas	4.134.752	-	4.134.752	4.425.234	0	4.425.234
Custo dos produtos vendidos	-3.654.522	-	-3.654.522	-3.922.166	-52	-3.922.218
Lucro Bruto	480.230	-	480.230	503.068	-52	503.016
Receitas/(despesas) operacionais						
Com vendas	-263.803	-26.295	-290.098	-271.014	-1.597	-272.611
Gerais e administrativas	-93.067	-8.089	-101.156	-91.137	-1.203	-92.340
Outras receitas operacionais	3.348	55.303	58.651	4.741	0	4.741
Lucro operacional antes do resultado financeiro	126.708	20.919	147.627	145.658	-2.852	142.806
Resultado financeiro						
Despesas financeiras	-99.922	-	-99.922	-127.175	0	-127.175
Receitas financeiras	33.345	7.543	40.888	33.154	0	33.154
Lucro antes IR e CSLL	60.131	28.462	88.593	51.637	-2.852	48.785
IR e CSLL						
Corrente	7.025	-	7.025	-5.635	0	-5.635
Diferido	2.045	-11.817	-9.772	2.045	969	-9.7729.549
Lucro líquido do período	69.201	16.645	85.846	54.582	-1.883	52.699

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA - CONSOLIDADO

Período de 3 e 9 meses findos em 30 de setembro de 2024 e 30 de setembro de 2023.

A Demonstração de Fluxo de Caixa indicada abaixo é ajustada e difere da Demonstração de Fluxo de Caixa de acordo com as normas contábeis, que pode ser consultada nas Demonstrações Financeiras apresentadas nessa mesma data pela Companhia. Como parte das operações de risco sacado não tem custo financeiro, a Companhia entende que uma análise gerencial do fluxo de caixa deve ser realizada fazendo a reclassificação dessas operações para o fluxo de caixa operacional. Destaca-se que as operações de risco sacado que envolvem custo financeiro são tratadas no fluxo de caixa de financiamento.

R\$ MIL	3T24	3T23	9M24	9M23
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	37.134	20.545	88.593	48.785
Imposto de renda e contribuição social pagos	-	(3.273)	-	(4.387)
Depreciação e amortização	13.282	15.713	40.014	49.765
Outros ajustes ao lucro	(24.538)	4.894	18.788	59.886
Contas a receber	41.665	(87.109)	38.426	335.927
Estoques	99.346	139.884	(217.722)	31.424
Fornecedores	16.685	(82.008)	222.314	159.730
Fornecedores convênio sem custo financeiro	(161.800)	(53.351)	(159.858)	(209.461)
Tributos a recuperar	(5.871)	11.039	(32.634)	(431)
Outros ajustes ao capital de giro	(19.831)	48.386	(26.348)	33.534
Fluxo de caixa das atividades operacionais	(3.928)	14.717	(28.427)	504.772
Capex	(2.796)	(1.402)	(6.334)	(5.293)
Outras atividades de investimento	(1.554)	4.300	9.490	(5.388)
Fluxo de caixa das atividades de investimento	(4.350)	2.898	3.156	(10.681)
Pagamento de juros	(15.091)	(21.624)	(52.265)	(65.839)
Entradas e saídas de empréstimos e financiamentos	(64.546)	(9.004)	(31.623)	(67.377)
Entradas e saídas de fornecedores convênio com custo	76.227	-	76.227	(125.742)
Aumento de capital	1.021	-	3.600	-
Dividendos e juros sobre capital próprio	(94.989)	18	(189.960)	(32.995)
Outras atividades de financiamento	(140)	(4.683)	(504)	(4.903)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento	(97.518)	(35.294)	(194.525)	(296.858)
Varição do caixa	(105.795)	(17.679)	(219.796)	197.233



MOB
COM **trocafy**

Relações com Investidores:

FABIANA LAWANT

E-mail: ri@alliedbrasil.com.br

Website: ri.alliedbrasil.com.br