

# RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO IT24



## ALLIED EM GRANDES NÚMEROS

### Números Financeiros (1T24LTM)

R\$ 6,8 bilhões

Receita Bruta

R\$ 243 milhões

EBITDA Ajustado<sup>1</sup>

R\$ 134 milhões

Lucro Líquido Ajustado<sup>1</sup>

### Crescimento (1T24 vs 1T23)

R\$ 50,1 milhões de Lucro Líquido

R\$ 1,4 bilhão de Receita Líquida  
+4,2% vs. 1T23

### Operação

6,6 milhões

Produtos vendidos  
(2024 LTM)

8%

Market share  
smartphones  
(1T24)

22%

Market share  
videogames  
(1T24)

9%

Market share  
notebooks  
(1T24)

### Presença de Mercado

421 mil

Entregas realizadas  
para clientes B2C  
(1T24 LTM)

118

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

B2B

Novas Parcerias

SOU DI

Expansão de PDVs, novos  
serviços e parceiros

VAREJO FÍSICO

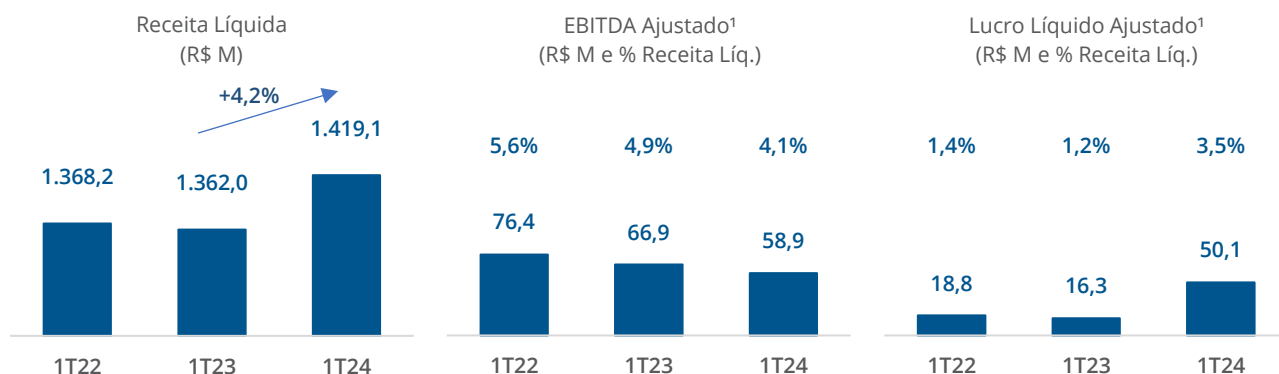
Maior rentabilidade

A Allied Tecnologia S.A. ("Allied" ou "Companhia"), uma das principais empresas no mercado brasileiro de eletrônicos de consumo, anuncia seus resultados referentes ao primeiro 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 1T24:



## OUTROS DESTAQUES:

- **Receita líquida de R\$ 1,4 bilhão no 1T24**, um aumento de 4,2% em relação ao 1T23;
- **Receita líquida internacional de R\$ 415,1 milhões no 1T24**, um aumento de 37,4% em relação ao 1T23;
- **Lucro líquido de R\$ 50,1 milhões no 1T24**, com margem líquida de 3,5%. Resultado 3,1x superior ao registrado no 1T23.
- Lucro líquido impactado pelo JCP e pela tributação das subvenções (lei 14.789/23). Sem esses efeitos, o lucro líquido teria totalizado R\$ 25,9 milhões, o que mostra a **capacidade da Companhia em compensar o efeito negativo da tributação sobre as subvenções**;
- **Crescimento de 14,2% no same store sales** dos pontos de venda Samsung, refletindo a assertividade comercial no lançamento do Galaxy S24;
- **Inauguração de mais uma operação física da Trocafy**, a plataforma de comercialização de produtos recondicionados;
- **Dividend yield de 27,3%** nos últimos 12 meses, refletindo a aprovação de R\$ 190,0 milhões em proventos aos nossos acionistas no período.

Notas: (1) Resultado ajustado desconsidera (a) Em 2022: receitas operacionais referentes ao ressarcimento com perdas relacionadas aos acordos com órgãos públicos; (b) Em 2022: despesas com reestruturação operacional da Companhia; (c) Em 2023: ganhos com DIFAL de janeiro a março/22; e (ii) Em 2023: ganhos com a exclusão do ICMS-ST na base de cálculo do PIS e da COFINS de 2013 a 2022. Maiores detalhes podem 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 5,7 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 380 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);
- Nossa marca Trocafy, uma plataforma de comercialização de smartphones recertificados; e
- Serviços por meio de plataforma de vendas para o varejo e solução de crédito e meio de pagamento.

### VAREJO FÍSICO

PROVEMOS EXPERIÊNCIA DIFERENCIADA, PORTFÓLIO COMPLETO E SERVIÇOS CUSTOMIZADOS

Vendemos anualmente cerca de 490 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

A Allied tem dado passos largos em seu processo de diversificação nos últimos anos. O primeiro trimestre de 2024 solidifica a estratégia de negócio da Companhia como alicerce fundamental para a expansão das operações e fortalecimento do seu posicionamento no setor de eletrônicos de consumo. Iniciamos o ano com marcos importantes no resultado, que refletem a assertividade comercial e a excelência na execução da Companhia, corroborando nosso propósito de prover as melhores soluções aos nossos parceiros e clientes.

Por mais um trimestre, os resultados apresentados evidenciam o sucesso da estratégia de expansão das frentes de negócio, ancoradas na inovação e consolidação de diferentes formas de atuação. A Companhia registrou, no 1T24, receita líquida consolidada de R\$ 1,4 bilhão, o equivalente a um crescimento 4,2% frente ao 1T23, cujo impacto é atribuído ao desempenho do canal de vendas de Distribuição Internacional e Varejo Físico que cresceram, respectivamente, 37,4 % e 11,7% no período. Este efeito, combinado com a disciplina na alocação de capital, contribuiu para a resiliência operacional e, conseqüentemente, para a solidez dos resultados e manutenção da lucratividade. Neste contexto, alcançamos o lucro líquido R\$ 50,1 milhões. Esse número seria de R\$ 25,9 milhões, ou um aumento de 58,9%, caso desconsiderássemos os seguintes efeitos tributários (i) impacto positivo da distribuição de JCP no trimestre; e (ii) o impacto negativo da tributação sobre subvenções (Lei 14.789/23).

Seguimos consistentes na implementação das alavancas de crescimento e alcançamos, nos últimos 12 meses, a receita bruta consolidada de R\$ 6,8 bilhões. Neste trimestre, destacamos, em relação aos drivers estratégicos: (i) a expansão da operação internacional; (ii) a ampliação dos canais de captação da Trocafy, nossa marca de smartphones recondicionados, e a inauguração de um novo ponto de venda físico; e (iii) expansão da ferramenta Soudi para novas lojas. A assertividade na execução destas estratégias, associado ao foco na eficiência dos processos e operações, e o compromisso com a rentabilidade, continuam sendo os fatores que direcionam nosso esforço na aceleração do crescimento de nossos canais.

Em relação aos aspectos da economia doméstica, acreditamos que os indicadores de consumo refletem um cenário de resiliência para a demanda de bens discricionários, especialmente em função de uma dinâmica mais aquecida no mercado de trabalho, da tendência de desaceleração inflacionária e da manutenção do salário-mínimo. Esses fatores, associados às recentes inovações tecnológicas que marcaram o primeiro trimestre do ano, proporcionam contribuição para a tração do consumo no segmento de eletrônicos.

Nesse contexto, estamos atentos aos desafios impostos pelo ano que se inicia e agradecemos aos nossos colaboradores, clientes, parceiros, fornecedores e acionistas por nos apoiarem na jornada de levar o universo digital ao alcance de todos.

# DESTAQUES DO 1T24

## DESTAQUES DO TRIMESTRE

### Varejo Físico: Lançamento da linha Galaxy e assertividade comercial

No 1T24, houve o lançamento da linha Galaxy que, no Brasil, seguiu o mesmo calendário global da Samsung. Para esse lançamento, **foram adotadas novas estratégias de divulgação e captação de clientes**, sendo elas:

- Reserve Now Pay Later: oferecemos a opção para clientes entusiastas da marca realizarem a compra na pré venda dos aparelhos com um desconto bastante atrativo;
- Trade in: possibilidade dos clientes oferecerem seus aparelhos usados como parte do pagamento, com supervalorização de até R\$ 2 mil reais. **Esta modalidade teve uma adesão 18% superior em comparação com o 1T23;**
- Bundles: descontos de até 70% na compra de wearables para clientes que comprassem o novo Galaxy S24 ou S24+.



Em comparação com o desempenho das vendas da linha Galaxy S23 no 1T23, **registramos um aumento de 20% no ticket médio nas vendas do Galaxy S24**. Este resultado evidencia a assertividade da nossa estratégia comercial e a relevância do nosso canal de Varejo Físico para oferecer um amplo portfólio de produtos premium e serviços adicionais, a fim de proporcionar a experiência mais completa aos clientes.

Considerando os 116 PDVs instalados em território nacional, a Allied tinha as **3 melhores lojas<sup>1</sup> no ranking de vendas** da Samsung no lançamento e **5 das 7 melhores lojas no Top 10**. No 1T24, a Allied foi responsável por mais de 40% das vendas nas lojas Samsung Experience no Brasil.



### Lançamento: Série A 5G

Adicionalmente ao lançamento da linha Galaxy, tivemos também o lançamento de smartphones da série A no 1T24. Este evento é de bastante relevância na amplitude de produtos disponíveis no portfólio dos nossos pontos de venda. Como estratégia de vendas, esse lançamento também contou com as iniciativas destacadas abaixo:

- Reserve Now Pay Later: oferecemos a opção para clientes entusiastas da marca realizarem a compra na pré-venda dos aparelhos com desconto atrativo, porém, inferior ao da linha Galaxy;
- Bundles: venda adicional de *wearables* com valores atrativos.

Notas: (1) Shopping Morumbi (São Paulo, SP), Ribeira Shopping (Ribeirão Preto, SP) e Shopping Eldorado (São Paulo, SP)

## DESTAQUES DO TRIMESTRE

### Inauguração de novo quiosque Trocafy e parceria com Fastshop

Em linha com a estratégia de expansão e fomento dos drivers de crescimento, estreamos um novo ponto de venda físico da Trocafy no Shopping Center Norte, em São Paulo.

Além de atrair novos clientes ainda não familiarizados com a marca, o quiosque conta com um amplo portfólio de aparelhos recondicionados das fabricantes Apple e Samsung, onde os consumidores podem tirar suas dúvidas e atestar a qualidade dos *smartphones*.

Desde março/24, os clientes da Fastshop têm a opção de trade-in de seus aparelhos, em parceria com a Trocafy.



### iPhone pra Sempre

- i. Destaque para as vendas dos modelos iPhone 13 e iPhone 15;
- ii. Fortalecimento do programa de comunicação para clientes do Banco Itaú atraindo novos clientes;
- ii. Disponibilidade de estoque, boa composição de oferta; e
- v. Precificação competitiva durante o mês do Consumidor (março/24)

### Maior patamar de vendas em março desde o início do Programa



### Crescimento da Distribuição Internacional



Após o 1º ano completo de operação Internacional, refinamos nossas estratégias comerciais a fim de incorporar novas marcas ao portfólio de produtos.

Como resultado, **registramos um aumento na receita líquida de 37,4% (vs. 1T23)**, em função, principalmente, da maturação da operação, refletida a partir do aumento da oferta de produtos para nossa carteira de clientes.



DESEMPENHO  
**DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO**  
**1T24**

## DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

### DISTRIBUIÇÃO

No primeiro trimestre de 2024, a receita líquida consolidada do canal de Distribuição alcançou R\$ 1.053,8 bilhão, o equivalente a um crescimento de 5,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. Desse resultado, R\$ 638,7 milhões foram provenientes da Distribuição Brasil e R\$ 415,1 milhões da Distribuição Internacional. A estratégia de expansão geográfica adotada pelo canal, que completou seu primeiro ano em dezembro de 2023, revelou-se um fator crucial para a diversificação dos resultados da Companhia.

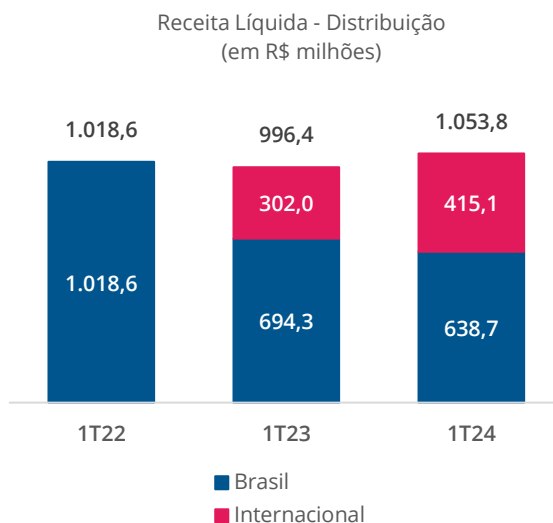
O volume de produtos vendidos do canal se manteve em linha com o 1T23, com o total de 1,3 milhões de produtos que passaram pela nossa operação. Este resultado está relacionado com a expansão da Distribuição Internacional, cujo portfólio passou contar com novas categorias de produtos. No consolidado, foi observado um aumento no volume vendido nas categorias *smartphones*, acessórios *mobile* e acessórios de videogame. Em contrapartida, as categorias de computador, tablets, linha marrom e consoles foram impactadas pela redução da quantidade vendida.

O ticket médio do canal foi de R\$ 916,13 no 1T24, indicando um aumento de 2,6% em comparação com o 1T23, resultado (i) do aumento do ticket médio de algumas categorias relevantes, tais como tablets e consoles de videogames; (ii) mudança no mix de produtos vendidos, com maior participação da categoria *mobile*, cujo ticket médio é superior; e (iii) redução da participação das vendas de acessórios de computador no mix de produtos, sendo essa uma categoria com ticket médio inferior.

Desta forma, os produtos que mais contribuíram positivamente para a receita líquida, na comparação com o 1T24, foram os *smartphones*, acessórios *mobile*, consoles de videogame e acessórios de videogame. Por outro lado, houve redução na receita líquida de outras categorias, tais como televisores e notebooks.

O desempenho positivo das vendas realizadas na operação de Distribuição Internacional, fortemente concentrada na venda de produtos da categoria *mobile*, provocou aumento consecutivo da representatividade da categoria desde o início da operação. Adicionalmente, a parceira com a Playstation tem sido bastante favorável para a manutenção da receita vinda da categoria de videogames.

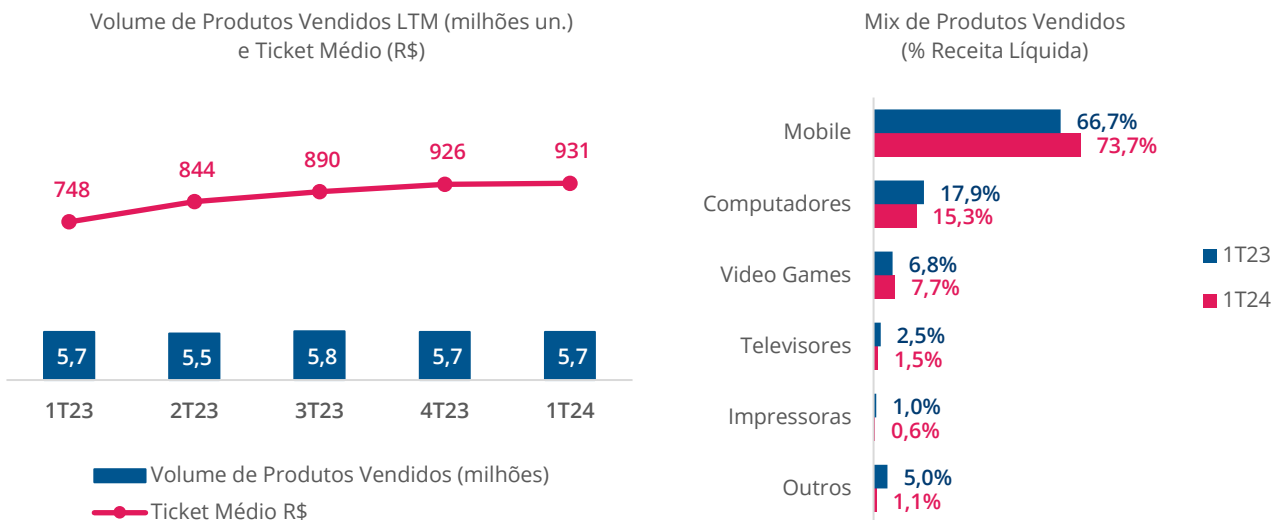
Nos últimos 12 meses, a Allied atendeu aproximadamente 3,5 mil clientes (varejistas e empresas) através do seu canal de Distribuição, sendo que os 20 mais representativos corresponderam a 67% da receita líquida deste canal.



## 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 mostrada nos gráficos abaixo.



Notas: (1) A receita bruta da Allied Miami corresponde a receita antes de impostos incidentes sobre a receita. Nessa operação, no entanto, a receita é isenta de impostos e, portanto, receita bruta coincide com receita líquida.

## DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

### VAREJO DIGITAL

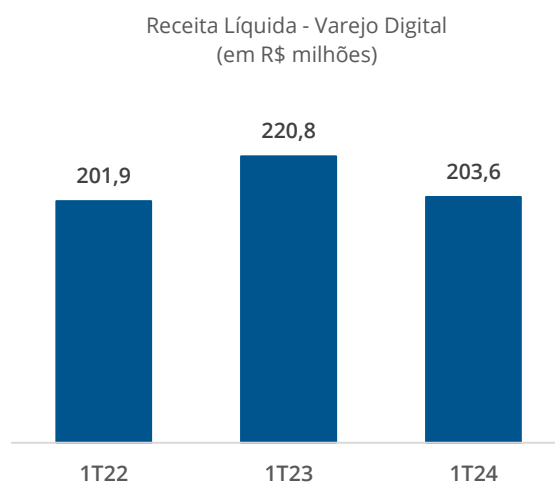
A receita líquida do canal de vendas de Varejo Digital foi de R\$ 203,6 milhões no 1T24, representando uma variação negativa de 7,8% em comparação com o mesmo período no ano anterior. Essa redução está em linha com o desempenho do mercado para o principal produto do canal (smartphones) no período. Destacamos que a Companhia mantém a estratégia de priorização da rentabilidade da operação digital no contexto de aumento da competitividade no mercado.

Neste canal, a receita é composta por: (i) vendas realizadas em lojas em marketplaces, isto é, através da marca MobCom ou, da representação e gerenciamento de lojas oficiais de marcas parceiras; (ii) gestão parcerias estratégicas que visam oferecer soluções inovadoras, como os programas “Iphone pra Sempre” e Xbox All Access; (iii) vendas de eletrônicos recondicionados realizadas pela marca Trocafy através de seu site próprio ou de outras plataformas digitais, (iv) vendas de produtos e serviços em sites das operadoras de telecomunicações; e (iv) receita das vendas realizadas através da plataforma de crédito e financiamento SouDi no varejo físico.

Neste trimestre, o volume de produtos vendidos foi 21,6% menor em comparação com o 1T23, indicando um cenário ainda desafiador para a venda online de eletrônicos. Neste contexto, as categorias que mais contribuíram para esta redução, foram: *smartphones*, *tablets*, televisores e consoles. Este efeito impactou diretamente a composição da receita líquida, mas foi parcialmente neutralizado pelo aumento do volume vendido de notebooks e impressoras no mix de produtos.

No que tange a composição do portfólio, o resultado apresentado foi superior em termos de ticket médio, com o marco de R\$ 2,4 mil reais, um aumento de 27,1% frente ao mesmo período em 2023. Os principais produtos que contribuíram para este resultado, foram: *smartphones*, televisores e consoles, que aumentaram em ticket médio, mas sofreram redução do volume vendido. Em compensação, a categoria de notebook sofreu redução do ticket médio, mas teve ganho expressivo de participação na receita líquida e representou 15,4% das vendas do canal.

Considerando os efeitos mencionados acima, o desempenho do canal foi negativamente impactado pela redução da receita líquida de *smartphones*, *tablets* e consoles de vídeo game. Por fim, o aumento da demanda de notebooks se destacou não foi suficiente para compensar a redução da receita líquida dos demais produtos.



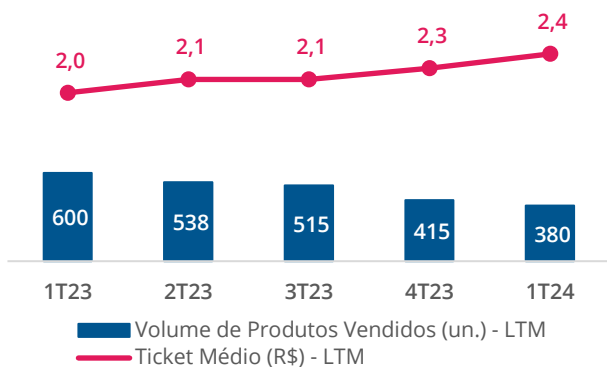
## DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

### VAREJO DIGITAL

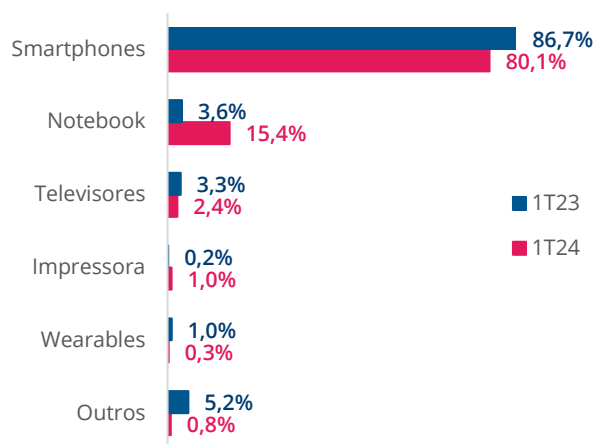
O gráfico abaixo apresenta o comportamento do volume de produtos e o ticket médio do canal de vendas Varejo Digital em 12 meses. À direita, o gráfico apresenta o mix de produtos vendidos pelo canal no 1T24 em comparação com o 1T23.

Ao analisar a concentração da categoria de *smartphones* no mix de receita, destaca-se a participação do programa iPhone Pra Sempre, desenvolvido em parceria com a fabricante Apple e o Banco Itaú, e representa um dos principais canais para a venda de aparelhos premium da Companhia.

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



Mix de Produtos Vendidos (% Receita Líquida)



## DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

### SOUDI - FERRAMENTA DIGITAL DE FINANCIAMENTO E CRÉDITO

Soudi é a plataforma digital da Allied para crédito e soluções financeiras. Após uma grande expansão para PDVs de outros parceiros da Samsung e de lojas de operadoras de telefonia, a ferramenta se encontra atualmente em 367 PDVs, sendo 188 lojas/quiosques da marca Samsung (Allied e outros parceiros) e 177 lojas de operadoras e, recentemente, estreamos nos 2 novos PDVs da Trocafy

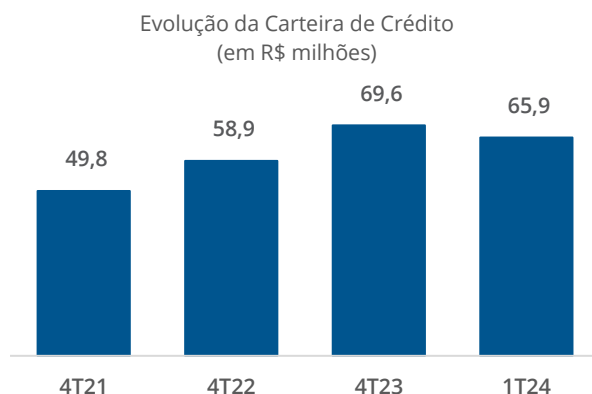
Ao final de 2023, estreamos no mercado a solução Hércules B2B, direcionada para o gerenciamento remoto de gestão de cobrança em aparelhos celulares. Neste cenário, destacamos a parceria com a varejista C&A, incorporou a ferramenta em suas operações de pontos de venda físicos, a fim de aprimorar o contato com os clientes do C&A Pay.

Criada no 4T19 com o objetivo de facilitar o financiamento nas aquisições de celulares Samsung nas operações de varejo físico, a ferramenta Hércules mostrou-se uma forma eficiente de comunicação com os clientes B2C. Nosso plano estratégico para a Soudi prevê o fortalecimento dos serviços adicionados, tais como: seguro e licenciamento da ferramenta para empresas que buscam, através da tecnologia, fortalecer seu relacionamento com cliente e sua efetividade na cobrança de débitos.

Abaixo, o gráfico indica a evolução da carteira de crédito da Soudi. A redução do total de recebíveis apresentada no 1T24 está relacionada com a sazonalidade do período, isto é, a menor demanda por produtos eletrônicos.

Indicador	1T24
Carteira de Crédito (R\$ milhões)	65,9
Cartões Ativos (mil)	121,5
Participação GMV <sup>1</sup> nos PDVs Allied	6,1%
PDV com Soudi	367
NPL 60 <sup>2</sup>	12,3%
EFIC 180 <sup>3</sup>	3,3%

Efetividade como CRM.  
Taxa de Recompra de  
**37%** (1T24)

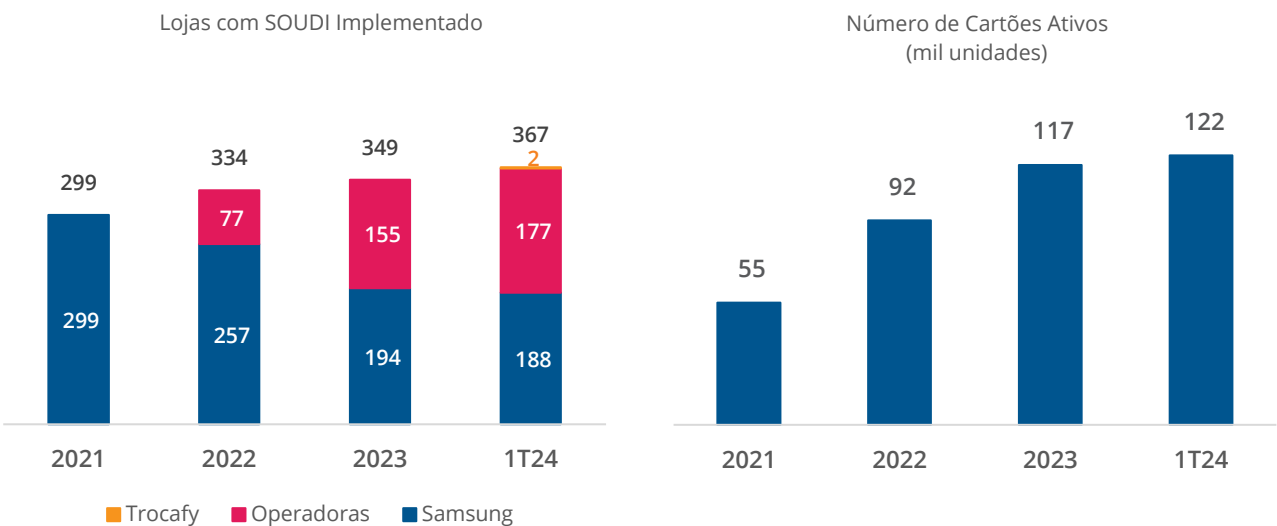
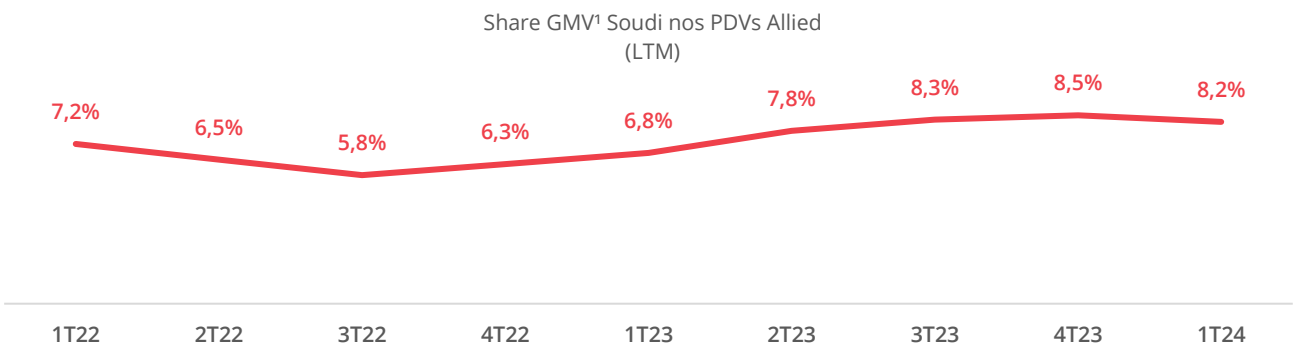


Notas: (1) GMV = Volume de vendas realizadas com Soudi, não inclui receita financeira. Optamos por apresentar a metodologia de cálculo do percentual de vendas com a utilização da plataforma, de forma a considerar o GMV ao invés da receita de vendas. Entendemos que essa mudança reflete a participação da Soudi nas operações físicas da Allied de maneira mais assertiva; (2) NPL - 60 indica o percentual do saldo da carteira que está em atraso acima de 60 dias (entre 60 e 80 dias); (3) EFIC 180 indica o percentual do saldo total de clientes adimplentes 6 meses atrás, que está na faixa de atraso de 151- 180 dias no mês atual; (4) Carteira de recebíveis mensurada antes do desconto da estimativa para perdas com créditos.

## DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

### SOU DI - FERRAMENTA DIGITAL DE FINANCIAMENTO E CRÉDITO

O gráfico abaixo apresenta o histórico da participação da receita da Sou di nas operações da Allied nas quais a solução estava implantada.



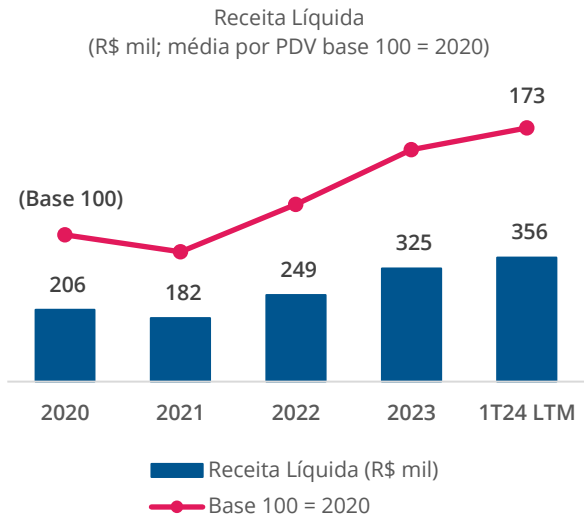
Notas: (1) GMV = Volume de vendas realizadas com Sou di, não inclui receita financeira. Desde a divulgação do 3T22, optamos por mudar a metodologia de cálculo do percentual de vendas com a utilização da plataforma Sou di, de forma a considerar o GMV, ao invés da receita de vendas. Entendemos que, essa mudança reflete a participação da Sou di nas operações físicas da Allied de maneira mais assertiva.

## DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

### VAREJO FÍSICO

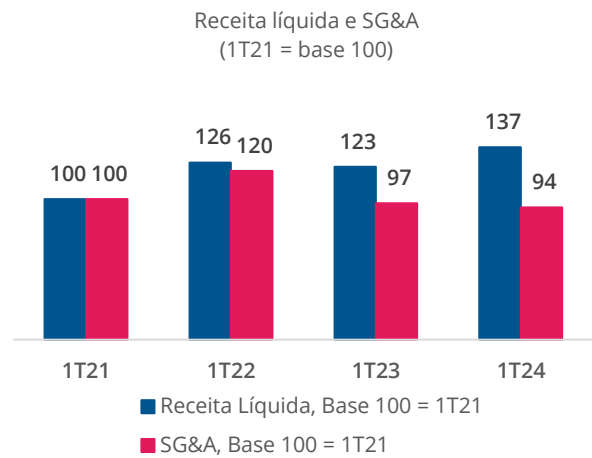
Após alguns semestres consecutivos de foco na depuração do canal a partir do encerramento dos PDVs menos rentáveis, otimização de processos e redução de despesas operacionais, a **receita líquida média por PDV aumentou 9,4% entre 2023 e 1T24 LTM**.

No 1T24, a receita líquida do canal totalizou R\$ 161,7 milhões, indicando um aumento de 11,7% em comparação com o mesmo período no ano anterior. No 1T23, a Allied tinha 14 PDVs adicionais, o que reforça a assertividade da estratégia de depuração do canal, implementada ao longo do último ano. Como resultado, a receita líquida apresentou um crescimento inversamente proporcional ao fechamento de alguns pontos de vendas.



Este efeito foi reforçado pelo aumento de 14,2% da venda em base de mesmas lojas (Same Store Sales, SSS) entre o 1T23 e o 1T24.

O gráfico ao lado ilustra o resultado das iniciativas de redução de despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A). Como consequência, a rentabilidade do canal foi otimizada, assim como o patamar médio de receita por PDV.



**118 PONTOS DE VENDA**  
(Março/2024)

	SAMSUNG	TROCAFY	TOTAL
SP	71	2	73
RJ	18	0	18
PR	13	0	13
MG	13	0	13
MS	1	0	1

A Allied encerrou o 1T24 com 118 PDVs, que somavam área de 8,0 mil m<sup>2</sup>. A dispersão dessas operações, divididas em 116 PDVs Samsung e 2 PDVs da Trocafy.

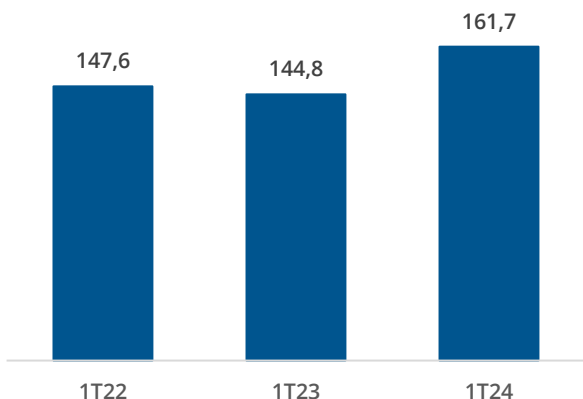
O varejo físico é um canal importante e estratégico para a Companhia, tendo em vista a experiência imersiva para o cliente e o portfólio diferenciado de produtos. No caso dos PDVs Samsung, a operação promove os principais lançamentos da marca de forma prioritária e de acordo com o cronograma internacional.



## DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

### VAREJO FÍSICO

Receita Líquida - Varejo Físico  
(em R\$ milhões)



O volume de produtos e serviços vendidos no 1T24 foi 21,8% maior em comparação com o 1T23, sendo que, os principais produtos que contribuíram para este aumento, foram: *smartphones*, *tablets*, *wearables* e notebooks. Destes, as linhas de wearables foi a que ganhou maior participação no mix de categorias. Este resultado foi fortemente influenciado pelo lançamento da linha Galaxy S24, que foi acompanhado de uma estratégia de conversão de vendas de produtos agregados, como *wearables*, seguros e acessórios.

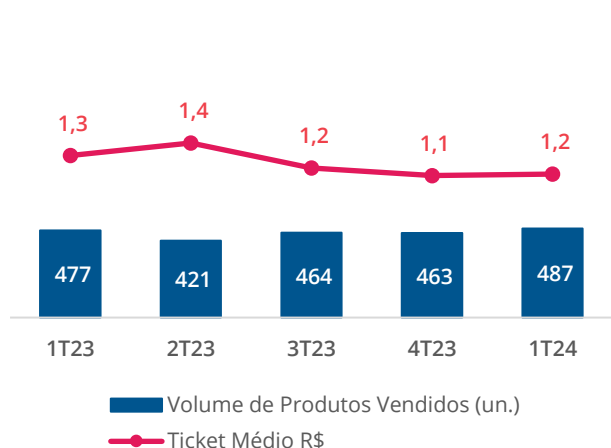
As categorias de *smartphones* e *wearables* apresentaram redução do ticket médio, enquanto tablets e notebooks apresentaram aumento. No consolidado, o ticket médio foi de R\$ 1,3 mil no 1T24, o que representou uma redução de 8,7% em relação ao 1T23.

Como resultado da dinâmica do canal, as categorias que mais contribuíram positivamente para a receita foram *wearables*, *tablets* e notebooks. No entanto, as contribuições negativas para a receita vieram das vendas de *smartphones*, com a redução do ticket médio.

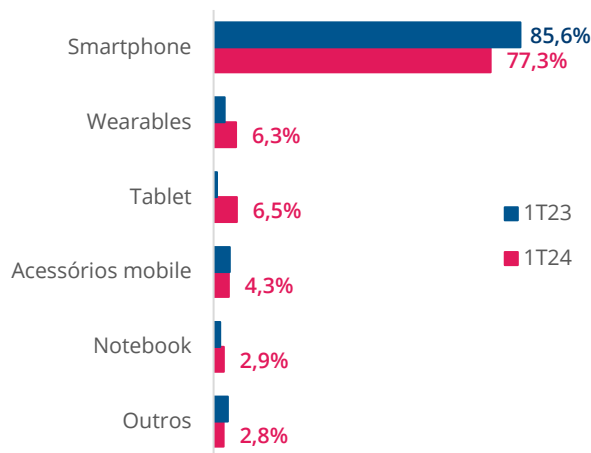
Em linha com a proposta de valor de ser um dos principais canais de venda de produtos premium da marca Samsung, as lojas da marca operadas pela Allied apresentaram um ticket médio de smartphones 151,1% acima do mercado.

O gráfico abaixo apresenta a evolução do volume de produtos vendidos e o ticket médio do canal em 12 meses. Ao lado, o gráfico indica a evolução do mix de produtos do canal Varejo Físico no 1T24 em comparação com o 1T23.

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



Mix de Produtos Vendidos  
(% Receita Líquida)



DESEMPENHO  
**FINANCEIRO**  
**1T24**

## DESEMPENHO FINANCEIRO

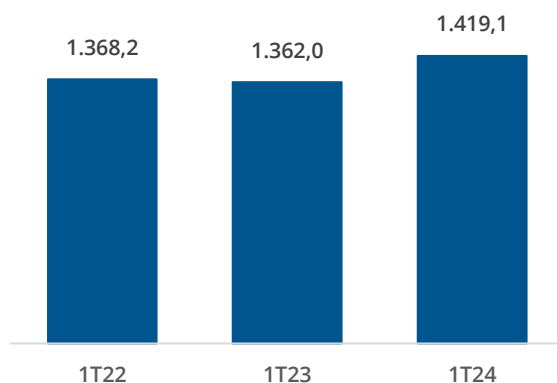
### RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida total no 1T24 foi de R\$ 1.429,7 milhões, representando um crescimento de 4,2% em relação ao 1T23. Como destaque deste resultado, a receita gerada nos canais de Varejo Físico e Distribuição Internacional foram os principais fatores que contribuíram positivamente. Na composição da receita consolidada, os canais de vendas Distribuição, Varejo Digital e Varejo Físico representaram, respectivamente, 74,3%, 14,3% e 11,4% da receita líquida da Companhia.

Ao analisar o desempenho dos resultados do 1T24 mencionados acima com o mercado<sup>1</sup>, notamos que a Allied teve aumento de marketshare (em R\$) em duas importantes categorias – smartphones e videogames.

Receita Operacional Líquida, R\$ mm	1T24	1T23	Δ %
Distribuição - Brasil	638,7	694,3	%
Distribuição - Internacional	415,1	302,0	%
<b>Receita Líquida - Distribuição</b>	<b>1.053,8</b>	<b>996,4</b>	<b>%</b>
Varejo Digital	203,6	220,8	%
Varejo Físico	161,7	144,8	%
<b>Receita Líquida - Varejo</b>	<b>365,3</b>	<b>365,6</b>	<b>%</b>
<b>Receita Líquida - Consolidado Allied</b>	<b>1.419,1</b>	<b>1.362,0</b>	<b>%</b>

Receita Líquida Consolidada  
(R\$ milhões)



Notas: (1) Comparação referente ao período de janeiro e fevereiro de 2024 em relação a janeiro e fevereiro de 2023. Os dados de mercado de março ainda não estavam disponíveis na data deste relatório.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

### LUCRO BRUTO

Lucro Bruto por Canal, em R\$ mm	1T24	1T23	Δ %
Lucro Bruto - Distribuição	62,7	66,2	-5,3%
Distribuição Brasil	54,0	59,2	-8,8%
Distribuição Internacional	8,7	7,0	24,8%
Lucro Bruto - Varejo	105,2	109,2	-3,6%
<b>Lucro Bruto - TOTAL</b>	<b>167,9</b>	<b>175,4</b>	<b>-4,2%</b>
Margem Bruta - Distribuição	6,0%	6,6%	-0,6 pp
Distribuição Brasil	8,5%	8,5%	-0,1 pp
Distribuição Internacional	2,1%	2,3%	-0,2 pp
Margem Bruta - Varejo	28,8%	29,9%	-1,1 pp
<b>Margem Bruta - TOTAL</b>	<b>11,8%</b>	<b>12,9%</b>	<b>-1,0 pp</b>

O lucro bruto consolidado do 1T24 foi de R\$ 167,9 milhões, acompanhado de uma margem bruta de 11,8%. Neste trimestre, os principais fatores que impactaram este resultado, foram: (i) redução da receita do canal Distribuição Brasil acompanhada de uma margem bruta estável de 8,5% no 1T24 e 1T23 e (ii) estabilidade do patamar de receita consolidada do Varejo, que oscilou 0,1% quando comparada com o 1T23, e reduziu 1,1 pp na margem bruta, totalizando 28,8% para o Varejo (físico e digital).

A redução do lucro bruto, em valores absolutos, é consequência das dinâmicas de receita e margem apresentadas anteriormente, portanto, a redução da margem consolidada da Companhia é reflexo da participação de cada canal na composição receita líquida.

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 em uma conversão de caixa favorável para a Companhia.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

### DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais, em R\$ milhões	1T24	1T23	Δ %
Vendas	-91,6	-98,3	-6,8%
Gerais e Administrativas	-30,6	-29,2	4,8%
Outras receitas operacionais	-0,5	1,4	-139,3%
<b>TOTAL - Despesas Operacionais</b>	<b>-122,8</b>	<b>-126,1</b>	<b>-2,6%</b>

As despesas operacionais no 1T24 totalizaram R\$ 122,8 milhões, o que representa uma redução de 2,6% em comparação com o valor realizado no 1T23. Como percentual da receita líquida, as despesas operacionais ajustadas diminuiriam 0,6 pp, e passaram a representar 8,6%. Neste contexto, importante ressaltar que foi realizado um esforço de otimização operacional em todas as frentes de negócio ao longo do ano de 2023. Desta forma, mantivemos a capacidade operacional em 2024 associada à menor dependência de alocação de recursos.

#### Despesas com Vendas:

O total de despesas com vendas no 1T24 foi de R\$ 91,6 milhões, uma redução de 6,8%, que equivale a 6,5% da receita líquida e representa uma diluição de 0,8 pp quando comparado com o mesmo período no ano anterior. Dentre os fatores que influenciaram este resultado, destacam-se: (i) a redução das despesas com frete e comissões relacionada a redução da receita do canal Varejo Digital na composição da receita da Companhia; (ii) na redução das despesas com aluguéis e demais custos de ocupação em consequência dos esforços realizados para otimização da operação canal Varejo Físico; e (iii) a redução na despesa de depreciação em razão da redução do número de lojas de varejo físico entre os dois períodos.

#### Despesas Gerais e Administrativas:

As despesas gerais e administrativas apresentaram aumento de R\$ 1,4 milhões, ou 4,8% no 1T24. Como proporção da receita líquida, essas despesas passaram de 2,1% no 1T23 para 2,2% no 1T24, evidenciando o controle na destinação de recursos para expansão e manutenção das operações e, conseqüentemente, a eficiência consistente da Companhia, dado o aumento de receita de 4,2% no período. Dentre os fatores que influenciaram este resultado, destacam-se: (i) a redução de R\$ 1,3 milhões, ou 23,9%, nas despesas com serviços de terceiros; e (ii) o aumento de R\$ 2,8 milhões, ou 70,4%, em outras despesas gerais e administrativas.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

### DO EBITDA AO LUCRO LÍQUIDO

Apresentamos abaixo o EBITDA e o lucro líquido da Companhia no 1T24, em comparação com o 1T23. Nota-se que a eficiência operacional da Companhia fez com que parte da redução de margem bruta (-1 pp) fosse compensada por uma redução das despesas operacionais. Dessa forma, a Companhia encerrou o 1T24 margem EBITDA de 4,1%.

Em relação lucro líquido do 1T24, a Companhia teve dois efeitos relevantes que são detalhados abaixo:

- Redução da base de cálculo do IR e CSLL em decorrência da aprovação de juros sobre o capital próprio no montante de R\$ 100,0 milhões. Esse fato gerou um impacto positivo de R\$ 34,0 milhões; e
- Tributação das subvenções trazidas pela lei 14.789/23. Esse fato gerou um impacto negativo de R\$ 9,8 milhões, incluindo os efeitos sobre as linhas de IR/CSLL e impostos sobre a receita.

Abstraindo os efeitos acima referidos, o lucro líquido do 1T24 teria totalizado R\$ 25,9 milhões, o que representaria um aumento de 58,6% em relação ao resultado apresentado no 1T23.

Em R\$ milhões, exceto onde indicado	1T24	1T23	Δ %
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro	45,2	49,3	-8,3%
Depreciação e Amortização	13,7	17,6	-22,1%
<b>EBITDA</b>	<b>58,9</b>	<b>66,9</b>	<b>-12,0%</b>
<i>Margem EBITDA (% R.L)</i>	<i>4,1%</i>	<i>4,9%</i>	<i>0,8 p.p.</i>
Resultado Financeiro	-19,3	-36,7	-47,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	24,2	3,7	559,9%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>50,1</b>	<b>16,3</b>	<b>207,1%</b>
<i>Margem Líquida (% R.L)</i>	<i>3,5%</i>	<i>1,2%</i>	<i>2,3 p.p.</i>

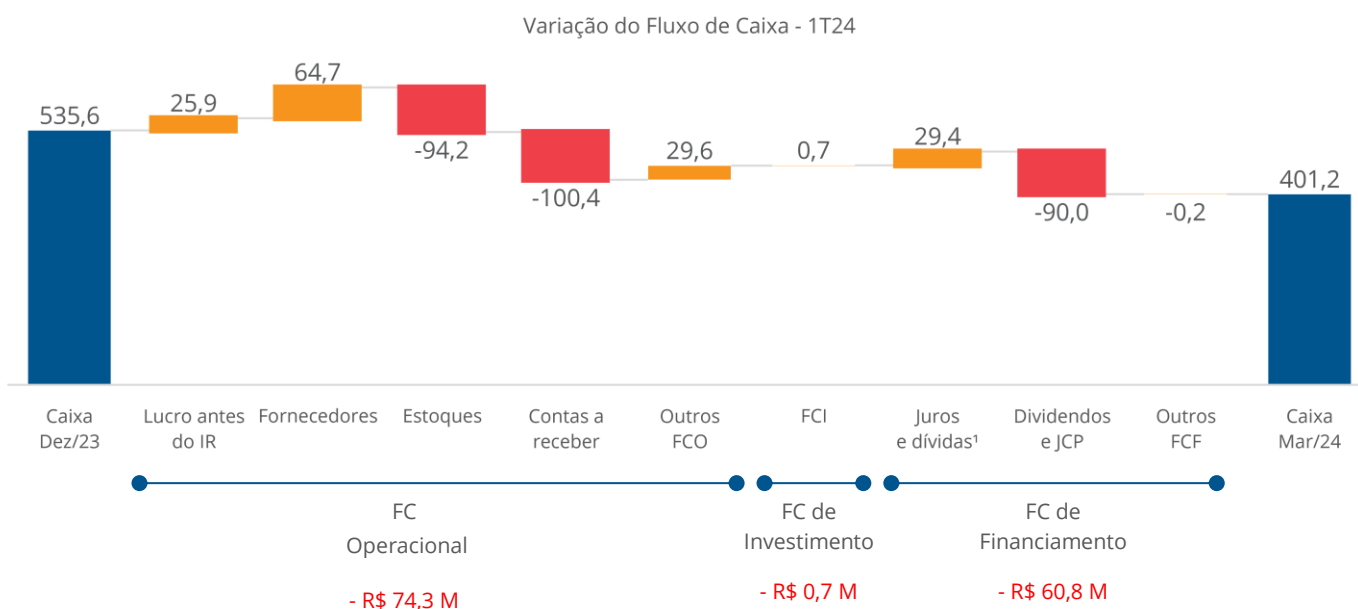
## DESEMPENHO FINANCEIRO

### FLUXO DE CAIXA

A Companhia terminou o ano de 2023 com o saldo expressivo de R\$ 535,6 milhões em caixa. Parte desse saldo foi utilizada para a quitação das operações de capital de giro e para o pagamento de JCP aos nossos acionistas. Dessa forma, a variação do caixa no 1T24 foi negativa em R\$ 134,4 milhões. Nesta seção, detalhamos os fatores que mais impactaram esse resultado.

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 tem custo financeiro para a Companhia, entendemos que uma análise gerencial do fluxo de caixa deve ser realizada fazendo a reclassificação dessas operações para o fluxo de caixa operacional.



Destaques:

- Fluxo de Caixa Operacional negativo de R\$ 74,3 milhões: principalmente impactado pelo aumento do contas a receber de clientes e do estoque, como reflexo do aumento da receita entre os dois períodos. Vale destacar que a operação de distribuição Internacional tem impacto positivo na geração de caixa operacional da Companhia.
- Fluxo de Caixa de Financiamento negativo de R\$ 60,8 milhões: principalmente impactado (i) pelo pagamento de R\$ 90 milhões de Juros sobre Capital Próprio para os acionistas da Companhia; (ii) pelo pagamento de juros das dívidas bancárias no montante de R\$ 11,9 milhões; (iii) pela entrada de recursos referente a dívida de capital de giro para a operação internacional.

No período de 12 meses encerrado em 31 de março de 2024, a Allied declarou R\$ 190,0 milhões em proventos aos seus acionistas. Considerando o fechamento<sup>2</sup> da ação no dia 28/03/2024, o *dividend yield* foi de 27,3%.

Notas: (1) Operações de Risco Sacado com custo financeiro incorrido pela Allied; (2) Preço de fechamento, ajustado pelo pagamento de proventos até a data da publicação desse relatório.

## ESTRUTURA DE CAPITAL

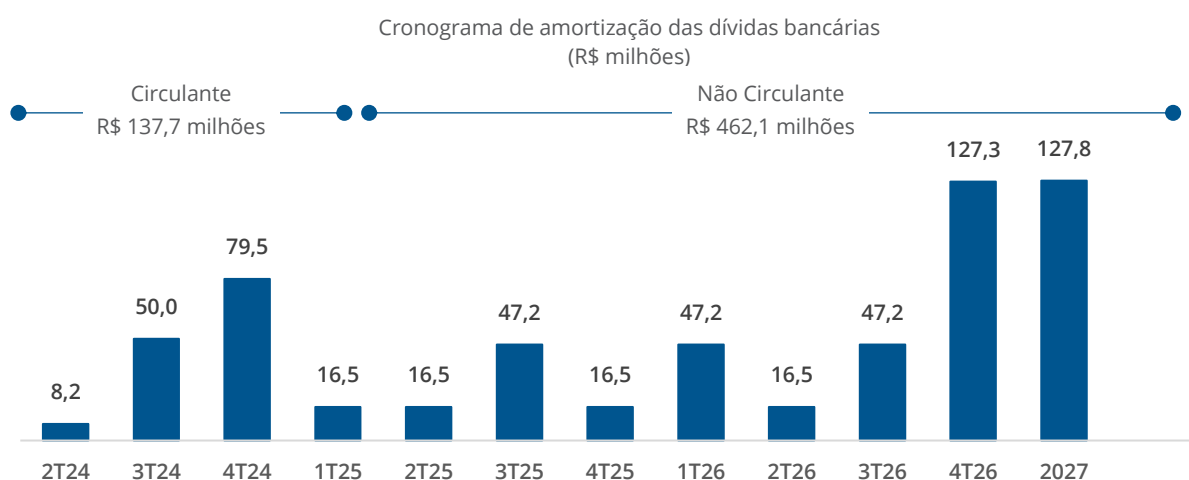
### ENDIVIDAMENTO

A Allied encerrou o 1T24 com dívida líquida de R\$ 203,4 milhões, como resultado da dívida bruta de R\$ 604,6 milhões e posição de caixa de R\$ 401,2 milhões. A dívida líquida é equivalente a 0,8x o EBITDA Ajustado nos últimos 12 meses; este fator reflete a gestão eficiente da alocação de capital. A tabela abaixo apresenta o endividamento calculado conforme covenants financeiros requeridos por instrumentos de dívida emitidos pela Companhia:

Em R\$ mm	1T24	4T23	Δ%
Dívida bruta bancária	600,3	543,7	10,4%
Dívida por aquisição de empresa	0,0	0,0	-
Dívida fiscais - PERT	4,4	4,6	-4,0%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>604,6</b>	<b>548,3</b>	<b>10,3%</b>
(-) Caixa/equivalentes e aplicações financeiras	-401,2	-535,6	-25,1%
<b>Dívida Líquida</b>	<b>203,4</b>	<b>12,6</b>	<b>1508,4%</b>
EBITDA LTM	242,5	250,5	-3,2%
Dívida Líquida / EBITDA	0,8x	0,1x	0,8x

Em 30 de junho 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.

No final 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 1T24, o custo médio dessas dívidas totalizava 12,5% a.a.





## ESTRUTURA DE CAPITAL

### CAPITAL PRÓPRIO

Em 31 de março de 2024, o capital social da Allied era composto por 93.220.582 ações ordinárias, distribuídas conforme a tabela abaixo:

<b>Estrutura acionária - 30/06/2024</b>	<b># ações</b>	<b>% ações</b>
Brasil Investimentos 2015 I FIP Multiestratégia	44.173.806	47,4%
Brasil Investimentos 2015 II FIP Multiestratégia	16.773.038	18,0%
Administração	6.603.881	7,1%
Free Float (B3)	25.669.857	27,5%
<b>TOTAL</b>	<b>93.220.582</b>	<b>100,0%</b>

No dia 02/04/2024, o Conselho de Administração da Companhia aprovou um aumento de capital que representou a emissão de 258.060 novas ações. Desta forma, na data do presente relatório, o Capital Social da Companhia é composto por 93.478.642 de ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal.

ALAVANCAS DE  
**CRESCIMENTO**

## ALAVANCAS DE CRESCIMENTO 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

#### SOU DI

- Expansão da carteira: o crescimento da carteira da Soudi passa por (i) manutenção/ampliação das taxas de penetração das vendas com este meio de pagamento dentro dos pontos de venda já disponíveis, (ii) expansão da operação em outros pontos de venda em franqueados de redes de operadoras de telefonia.
- Aumento da rentabilidade: através (i) de novos produtos (como seguros, por exemplo); e (ii) de licenciamento da plataforma Hercules B2B, para comunicação eficiente e gestão de cobrança ativa com mensagem direta no aparelho do cliente, independente de linha telefônica.

#### RECERTIFICADOS

- 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 3 grandes marcas do segmento (Apple, Motorola e Google).
- Expansão da operação atual: em paralelo com a operação atual, mapeamos continuamente oportunidades de distribuição para outras marcas e categorias.

## ALAVANCAS DE CRESCIMENTO 2024

### Negócios Tradicionais

#### B2B

- Allied Empresas: As vendas corporativas que fazemos dentro do nosso negócio de distribuição são, em muitos dos casos, resultados de prospecções trazidas por VARs (value added resellers). Estes parceiros de negócio são especializados em determinados nichos de negócio ou portfólio. O Allied Empresas é uma plataforma digital, na qual a companhia ganhará escala no relacionamento com estas centenas de parceiros. Todas as etapas do processo de venda e atendimento podem ser realizadas digitalmente: precificação, disponibilidade de produtos, emissão de boletos, segunda via de cobranças e controle de comissionamento, por exemplo.
- 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.

#### PARCERIAS ESTRATÉGICAS – B2C

- Atualmente a Allied opera duas parcerias estratégicas com foco no consumidor final (B2C): os programas iPhone Pra Sempre e Xbox All Access, com o Banco Itaú. 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.

**ANEXOS**

**1T24**

## BALANÇO PATRIMONIAL - CONSOLIDADO

Exercícios findos em 31 de março de 2024 e 31 de dezembro de 2023.

<b>Ativo (R\$ mil)</b>	<b>31/03/2024</b>	<b>31/12/2023</b>
Caixa e equivalentes de caixa	401.233	535.620
Contas a receber	1.055.726	959.618
Estoques	676.401	583.452
Tributos a recuperar	132.352	122.471
Partes relacionadas	-	7.738
Outros ativos	74.728	80.848
<b>Ativo Circulante</b>	<b>2.340.440</b>	<b>2.289.747</b>
Títulos e valores mobiliários	3.660	3.454
Contas a receber	13.740	8.342
Estoque	13.860	11.127
Tributos a recuperar	181.626	179.844
IR e CSLL diferidos	7.073	-
Depósito judicial	104.303	102.121
Direito de uso	87.111	93.785
Imobilizado	14.040	15.167
Intangível	679.755	684.877
Outros ativos	23.836	7.287
<b>Ativo não circulante</b>	<b>1.129.004</b>	<b>1.106.004</b>
<b>Total do ativo</b>	<b>3.469.444</b>	<b>3.395.751</b>
<b>Passivo (R\$ mil)</b>	<b>31/03/2024</b>	<b>31/03/2023</b>
Fornecedores	708.070	587.414
Fornecedores (convênios)	245.959	297.778
Empréstimos, financiamentos e debêntures	137.705	81.660
Obrigações contratuais com clientes	16.475	24.937
Arrendamento mercantil	24.315	24.375
Obrigações trabalhistas	22.341	30.071
Obrigações tributárias	24.754	21.214
Adiantamento de clientes	33.728	21.114
Dividendos a pagar	36	22.524
Outros passivos	27.719	23.971
<b>Passivo Circulante</b>	<b>1.241.102</b>	<b>1.135.058</b>
Empréstimos, financiamentos e debêntures	462.565	462.053
Obrigações contratuais com clientes	24.938	20.085
Arrendamento mercantil	77.086	83.157
Provisão para demandas judiciais	76.491	74.525
Obrigações tributárias	3.790	3.941
IR e CSLL diferidos	-	17.152
Outros passivos	527	614
<b>Passivo não circulante</b>	<b>645.397</b>	<b>661.527</b>
Capital social	1.021.575	1.021.575
Gastos com emissão de ações	(30.054)	(30.054)
Reserva de capital	5.978	5.870
Reservas de lucros	536.014	603.514
Ajuste de avaliação patrimonial	(711)	(1.739)
Lucro do período	50.143	-
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>1.582.945</b>	<b>1.599.166</b>
<b>Total do passivo e patrimônio líquido</b>	<b>3.469.444</b>	<b>3.395.751</b>

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO – CONSOLIDADO

Período de 3 meses findos em 31 de março de 2024 e 31 de março de 2023.

R\$ MIL	1T24	1T23
Receita Líquida de vendas	1.419.117	1.361.975
Custo dos produtos vendidos	-1.251.169	-1.186.583
<b>Lucro Bruto</b>	<b>167.948</b>	<b>175.392</b>
Receitas/(despesas) operacionais		
Com vendas	-91.633	-98.275
Gerais e administrativas	-30.574	-29.187
Outras receitas operacionais	-543	1.382
<b>Lucro operacional antes do resultado financeiro</b>	<b>45.198</b>	<b>49.312</b>
Resultado financeiro		
Despesas financeiras	-32.011	-47.985
Receitas financeiras	12.731	11.328
<b>Lucro antes IR e CSLL</b>	<b>25.918</b>	<b>12.655</b>
IR e CSLL (Corrente e Diferido)	24.225	3.671
<b>Lucro líquido do período</b>	<b>50.143</b>	<b>16.326</b>

## DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA - CONSOLIDADO

Período de 3 meses findos em 31 de março de 2024 e 31 de março 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	1T24	1T23
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	25.918	12.655
Depreciação e amortização	13.676	17.567
Outros ajustes ao lucro	20.177	35.320
Contas a receber	(100.375)	159.665
Estoques	(94.170)	1.788
Fornecedores	116.506	110.334
Fornecedores convênio sem custo financeiro	(51.818)	(116.938)
Tributos a recuperar	(10.840)	(7.487)
Outros ajustes ao capital de giro	6.589	8.172
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>	<b>(74.337)</b>	<b>221.076</b>
Capex	(1.539)	(1.824)
Outras atividades de investimento	2.263	(4.113)
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimento</b>	<b>724</b>	<b>(5.937)</b>
Pagamento de juros	(11.906)	(21.266)
Entradas e saídas de empréstimos e financiamentos	41.301	9.178
Entradas e saídas de fornecedores convênio com custo	-	(27.797)
Dividendos e juros sobre capital próprio	(89.988)	(1.652)
Outras atividades de financiamento	(181)	(122)
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamento</b>	<b>(60.774)</b>	<b>(41.659)</b>
<b>Variação do caixa</b>	<b>(134.387)</b>	<b>173.480</b>





---

MOB  
COM **soudi trocafy**

Relações com Investidores:

FABIANA LAWANT

MARIA LUÍSA GUITARRARI

E-mail: [ri@alliedbrasil.com.br](mailto:ri@alliedbrasil.com.br)

Website: [ri.alliedbrasil.com.br](http://ri.alliedbrasil.com.br)