

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2T24



ALLIED EM GRANDES NÚMEROS

Números Financeiros (2T24LTM)

R\$ 6,5 bilhões

Receita Bruta

R\$ 233 milhões

EBITDA Ajustado¹

R\$ 132 milhões

Lucro Líquido Ajustado¹

Eficiência Operacional

12,3%

Margem Bruta (+1,3 pp vs. 2T23)

R\$ 49,8 milhões

Fluxo de Caixa Operacional (2T24)

Operação

6,5 milhões

Produtos vendidos

(2024 LTM)

8%

Market share

smartphones
(2T24)

16%

Market share

videogames
(2T24)

7%

Market share

notebooks
(2T24)

Presença de Mercado

407 mil

Entregas realizadas
para clientes B2C
(2T24 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

2 anos completos de
operação e novas parcerias

B2B

Novas Parcerias

VAREJO FÍSICO

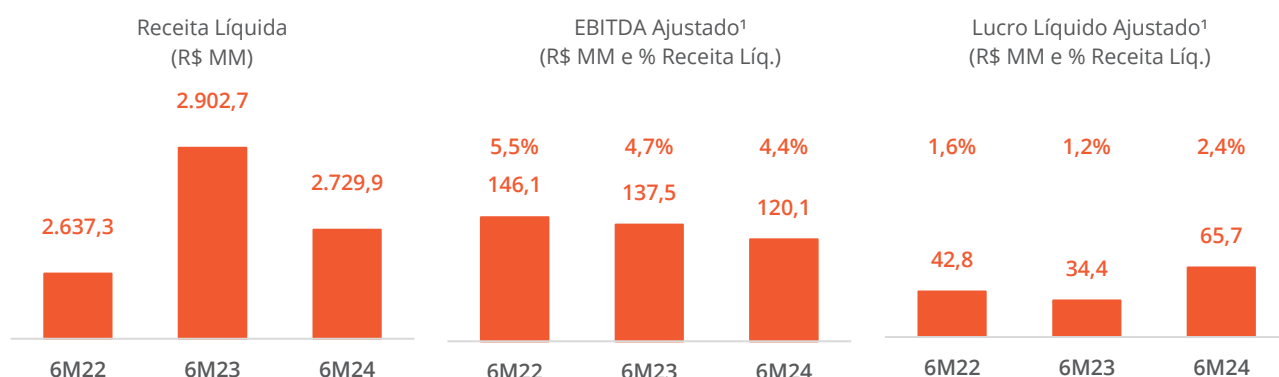
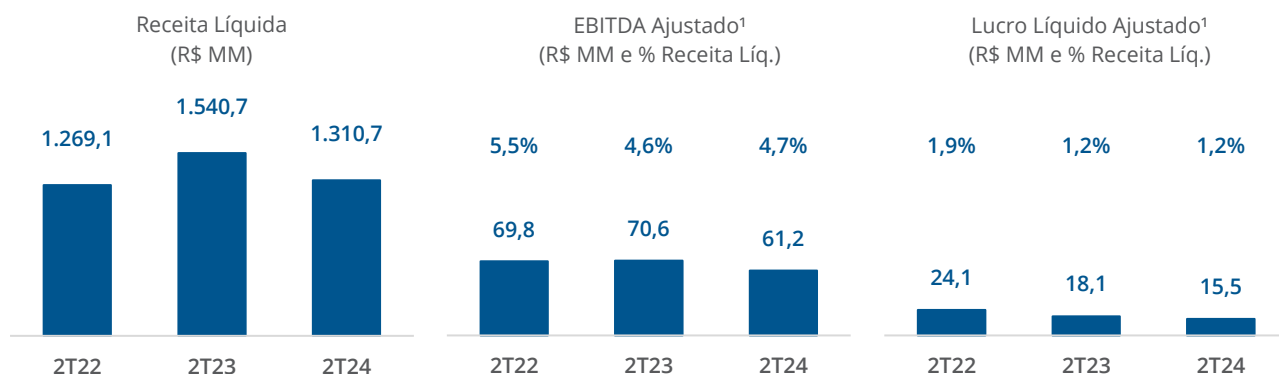
Maior rentabilidade

A Allied Tecnologia S.A. ("Allied" ou "Companhia"), uma das principais empresas no mercado brasileiro de eletrônicos de consumo, anuncia seus resultados referentes ao segundo 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 2T24:



OUTROS DESTAQUES:

- **Crescimento** da receita líquida das operações de varejo no 2T24: +32,0% no varejo físico e +14,9% no varejo digital, com margem expressiva de 29,9%;
- **Crescimento de 37,8%** no same store sales dos pontos de venda Samsung;
- **Nova parceria internacional:** Microsoft;
- **Margem bruta de 12,3%**, refletindo a expressiva margem do varejo do trimestre e o aumento da participação deste canal no mix de receita;
- Aumento de **52,7% no lucro antes do IR e CSLL**, refletindo a maior otimização nas despesas financeiras líquidas;
- **Lucro líquido de R\$ 65,7 milhões** no acumulado do ano; e
- **Dividend yield de 25,4%** nos últimos 12 meses.

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; (d) Em 2024: Contingências relacionadas a operações descontinuadas. 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); e
- Nossa marca Trocafy, uma plataforma de comercialização de smartphones recertificados.

VAREJO FÍSICO

PROVEMOS EXPERIÊNCIA DIFERENCIADA, PORTFÓLIO COMPLETO E SERVIÇOS CUSTOMIZADOS

Vendemos anualmente cerca de 550 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 segundo trimestre de 2024 atestam o nosso compromisso com rentabilidade operacional, demonstrando a assertividade do portfólio e a eficácia da estratégia comercial, ancoradas pela sinergia e diversificação das frentes de negócio. Embora demanda por eletrônicos de consumo ainda sofra com a desaceleração, alcançamos importantes realizações que reforçam nosso posicionamento no setor.

A Companhia registrou receita líquida consolidada de R\$ 1,3 bilhão no 2T24, que representa uma variação negativa de 14,9% na comparação com o mesmo período de 2023. O desempenho trimestral foi influenciado, principalmente, por 3 fatores: (i) a redução de 4,8% no mercado¹ de eletrônicos no Brasil, (ii) o desempenho superior devido a assertividade comercial nos canais de varejo; e (iii) a redução na receita da operação internacional devido a pressão de preços sobre os produtos da Companhia. A distribuição Brasil apresentou uma receita em linha com a evolução do mercado, mas cabe notar o desempenho positivo na categoria de smartphones (+9,9%), em comparação com uma redução de 6,0% no mercado. Com relação às operações de varejo, observamos um crescimento duplo dígito da receita líquida consolidada, com destaque para o Varejo Digital, amplamente beneficiado pelo mix de produtos vendidos, e para a performance de vendas nas mesmas lojas (SSS) do Varejo Físico, com variação de 38,7%.

Em relação aos resultados financeiros do 2T24, registramos a margem bruta consolidada de 12,3%, um aumento de 1,3 pp frente ao ano anterior. A estratégia de priorizar a rentabilidade em detrimento da venda de produtos com margem reduzida, associada aos ganhos de eficiência, contribuiu para a manutenção do patamar estável de lucratividade, e para o menor nível de despesas operacionais ajustadas dos últimos quatro anos. A margem EBITDA ajustada se manteve em linha na comparação anual, com 4,7% no 2T24 e 4,4% nos 6M24. A eficiência na gestão do capital de giro associada ao resultado mencionado acima, fez com que a Companhia apresentasse um aumento no lucro antes do imposto de renda e contribuição social (ajustado) de 52,7% no 2T24 e 74,6% no acumulado dos 6M24. Esse resultado positivo é evidenciado, também, no lucro líquido ajustado, que totalizou R\$ 65,7 milhões nos primeiros 6 meses do ano, um resultado 90,7% superior ao apresentado no mesmo período do ano anterior. Adicionalmente, a Companhia permanece com uma sólida posição de caixa, com geração de caixa operacional de R\$ 49,8 milhões no trimestre, e baixo nível de endividamento.

Mesmo com importantes conquistas, seguimos cautelosos em relação ao desempenho do setor e nas estratégias de enfrentamento dos desafios de curto prazo. Neste período, observamos um acirramento da competitividade do nosso portfólio internacional. Acreditamos, no entanto, que a diversificação do portfólio tem sido decisiva para a resiliência dos resultados da Companhia.

Nossa prioridade para o segundo semestre de 2024 continua sendo ampliação da sinergia de nossas operações e a geração contínua de valor, a fim de reforçarmos o posicionamento como um dos principais players do segmento de eletrônicos, facilitando as estratégias dos fabricantes através das nossas soluções em diferentes canais. Por fim, deixamos nossos sinceros agradecimentos aos colaboradores, clientes, parceiros, fornecedores e acionistas pelo engajamento e confiança em nossa gestão.

Notas (1): Mercado considera as vendas de smartphones, tablets, notebooks, videogames e impressoras.

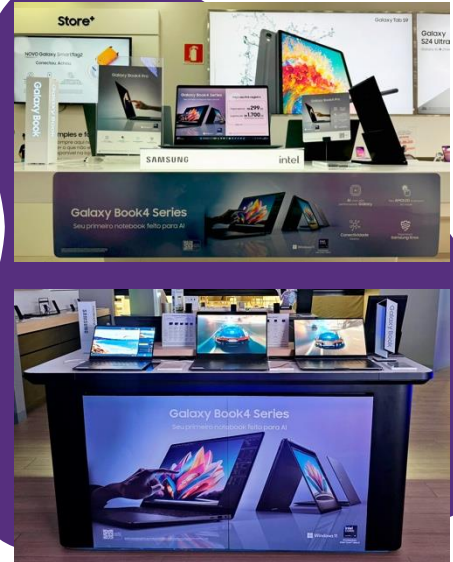
DESTAQUES DO 2T24

DESTAQUES DO TRIMESTRE

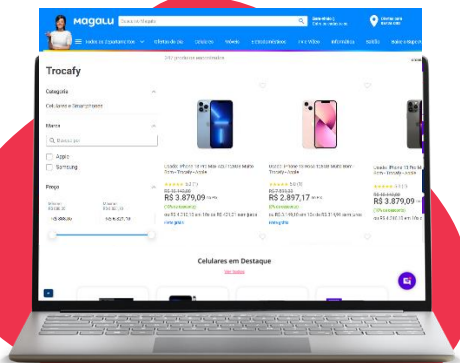
Varejo Físico: Expansão de portfólio, aumento da conversão de vendas agregadas e maior rentabilidade

O desempenho do Varejo Físico no 2T24 foi marcado por importantes lançamentos e realizações que contribuíram para o aumento da receita e para a multifuncionalidade das lojas físicas.

- Consistência na performance de vendas do Galaxy S24;
- Lançamento do modelo de notebook **Galaxy Book 4**;
- **Reforço do portfólio** com maior variedade de modelos de tablets e notebooks, voltados para diversos públicos.
- Avanço na **base de clientes B2B** com dispositivos configurados e prontos para uso;
- Aumento da **receita de vendas de seguros**; e
- Aumento da **conversão de wearables**, como reflexo das estratégias comerciais.



+38,7%
SSS
(2T23 vs. 2T24)



Recondicionados: 2 anos completos de operação Trocafy

Desde o início das operações, a Trocafy tem **solidificado sua presença** no mercado de smartphones recondicionados de forma disruptiva e inovadora.

Atualmente, estamos presentes nos canais Digitais, por meio das vendas no site oficial da marca e em marketplaces, e no Varejo Físico, com dois quiosques instalados no Shopping Center Norte e no Shopping Eldorado, ambos na cidade de São Paulo. Nesse trimestre, lançamos a loja da Trocafy no marketplace do Magalu.

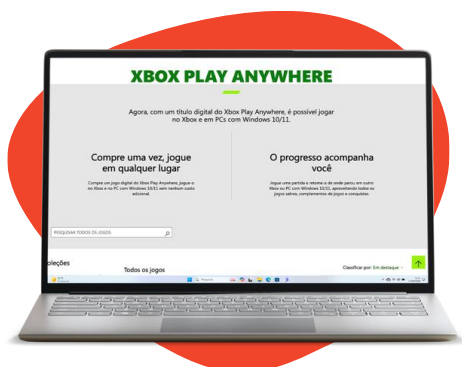
Como fontes de captação, além do programa iPhone Pra Sempre, temos soluções de *trade in*, instalada nas lojas físicas Samsung e na varejista Fastshop.

No 2T24, a receita da Trocafy apresentou um crescimento de 105% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Distribuição Internacional: Novos produtos e fabricantes

Microsoft

Fortalecimento da oferta de Microsoft Xbox no Brasil, através da venda via operação de Miami. Essa nova rota visa atender, de forma mais competitiva, clientes do mercado brasileiro que se beneficiem de impostos reduzidos de importação.



Aumento das vendas de acessórios de videogames em razão da aposta da Microsoft no conceito de “Xbox Play Anywhere”, em que o cliente tem acesso aos jogos através de notebooks.

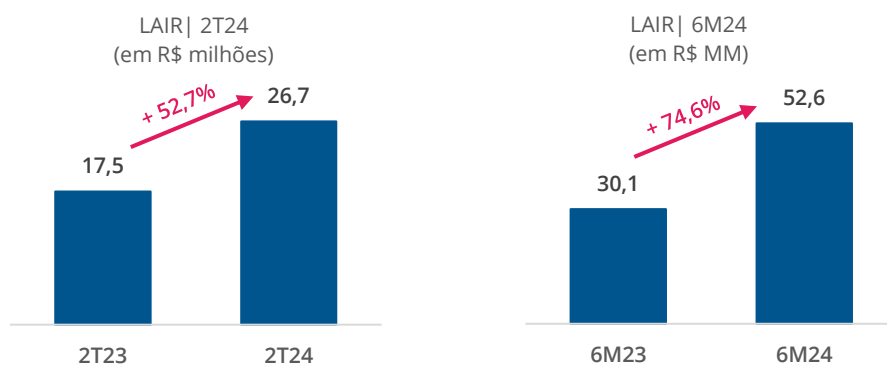
Motorola

Em linha com a estratégia de expansão da oferta de produtos para os clientes internacionais, integramos no portfólio da Distribuição Internacional as linhas de *smartphones* e acessórios *mobile* da Motorola.



Rentabilidade Operacional

Como destaque de rentabilidade e eficiência operacional, registramos um **aumento de 52,7%** no lucro antes do imposto de renda e contribuição social no 2T24, e **74,6% no acumulado dos 6M24**, ambos comparados com o mesmo período do ano anterior. Esse resultado é consequência da **resiliência** gerada pela diversificação dos negócios e pela **otimização da gestão de capital de giro** da Companhia.



DESEMPENHO
DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO
2T24

DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

DISTRIBUIÇÃO

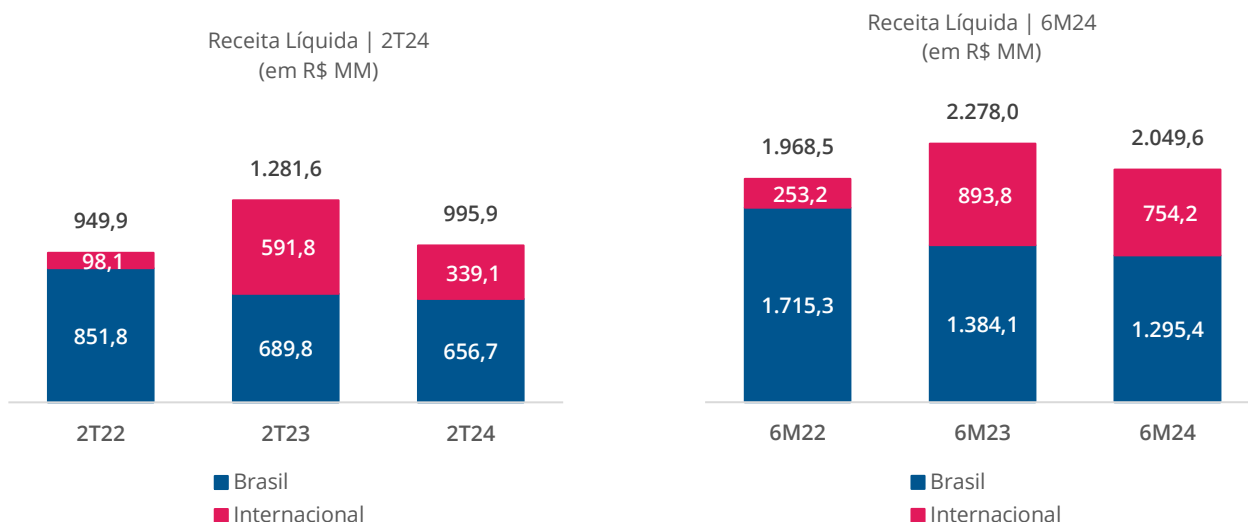
A receita líquida consolidada do canal de Distribuição foi de R\$ 995,9 milhões no 2T24, uma redução de 22,3% frente ao mesmo período no ano anterior. Desse resultado, R\$ 656,7 milhões foram provenientes da Distribuição Brasil (-4,8% vs 2T23) e R\$ 339,1 milhões da Distribuição Internacional (-42,7%). A distribuição Brasil apresentou receita em linha com a evolução do mercado, mas cabe notar o desempenho positivo na categoria de smartphones (+9,9%), em comparação com uma redução de 6,0% no mercado. Já na distribuição internacional, os preços dos produtos da Companhia tiveram forte pressão de mercado.

No 2T24, foram vendidos 1,3 milhões de produtos através do canal Distribuição, uma redução de 6,7% na comparação anual. Este resultado está associado à redução da quantidade vendida nas categorias de (i) computadores, principalmente notebooks e acessórios; e (ii) videogames, como consequência da menor disponibilidade de oferta de Xbox; no entanto, a categoria apresentou aumento da quantidade vendida de acessórios. Ainda no mesmo período, a os produtos da categoria *mobile* apresentaram aumento do volume vendido - com destaque para smartphones, tablets e acessórios, bem como a categoria os produtos da categoria de televisores.

O ticket médio do canal foi de R\$ 877,81 no 2T24, indicando uma redução de 13,8% em comparação com o 2T23, resultado (i) da redução do ticket médio de algumas categorias tais como wearables e *smart home*; e (ii) do aumento da participação de acessórios de videogame e da categoria *mobile* no mix de vendas, sendo esses produtos com ticket médio inferior. Estes fatores foram parcialmente compensados pelo aumento do ticket médio de tablets e televisores.

Desta forma, a receita líquida do 2T24 foi majoritariamente impactada pela venda de smartphones no mercado internacional, acessórios *mobile* e pela categoria de videogame, que sofreram redução do ticket médio, mas apresentaram aumento do volume vendido na comparação com o 2T23. Por outro lado, houve aumento na receita líquida de televisores e tablets. Vale destacar que as vendas de smartphones pela Distribuição Brasil cresceram 9,9% no 2T24 em relação ao 2T23, sendo que o mercado para este produto teve uma redução de 6,0% entre os períodos mencionados. Em quantidade vendida de smartphones, o crescimento da Distribuição Brasil foi de 16,5%, em relação a 2,0% do mercado. Com relação à Distribuição Internacional, destacamos o aumento de 8,4% na venda de notebooks em comparação com o 2T23. Desta forma, essa categoria representou, no 2T23, 16,0% da receita líquida.

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 64% da receita líquida deste canal.



Notas (1): Mercado considera as vendas de smartphones, tablets, notebooks, videogames e impressoras.

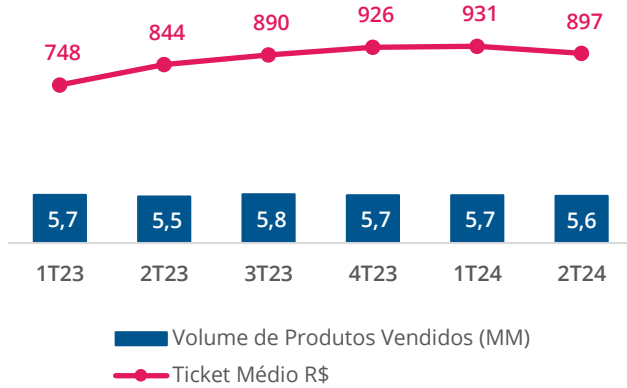
DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

DISTRIBUIÇÃO

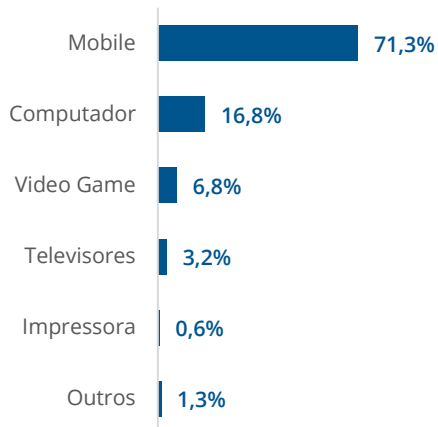
Os fatores mencionados acima em relação a evolução da quantidade, ticket médio e receita por produto do canal Distribuição resultam na visão consolidada, apresentadas nos gráficos a seguir.

A desaceleração da curva de crescimento do ticket médio é reflexo do aumento da competitividade de preços no mercado internacional, conforme mencionado anteriormente, sendo que esse efeito foi parcialmente compensado pelo aumento do ticket médio na operação doméstica em decorrência do mix de produtos vendidos mais focado em itens de maior valor (tais como smartphones). Vale ressaltar que o ticket médio no mercado¹ teve uma redução de 7,0%.

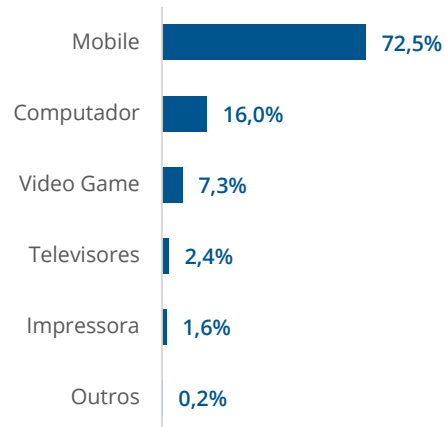
Volume de Produtos Vendidos LTM (MM un.) e Ticket Médio LTM (R\$)



Mix de Produtos Vendidos | 2T24
(% Receita Líquida)



Mix de Produtos Vendidos | 6M24
(% Receita Líquida)



Notas (1): Mercado considera as vendas de smartphones, tablets, notebooks, videogames e impressoras.

DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

VAREJO DIGITAL

A receita líquida do canal de vendas de Varejo Digital foi de R\$ 183,0 milhões no 2T24, indicando um crescimento de 14,9% em comparação com o mesmo período no ano anterior. No período acumulado dos 6M24, o crescimento foi de 1,7%, que reflete assertividade na estratégia comercial da Companhia em suas operações e parcerias estratégicas.

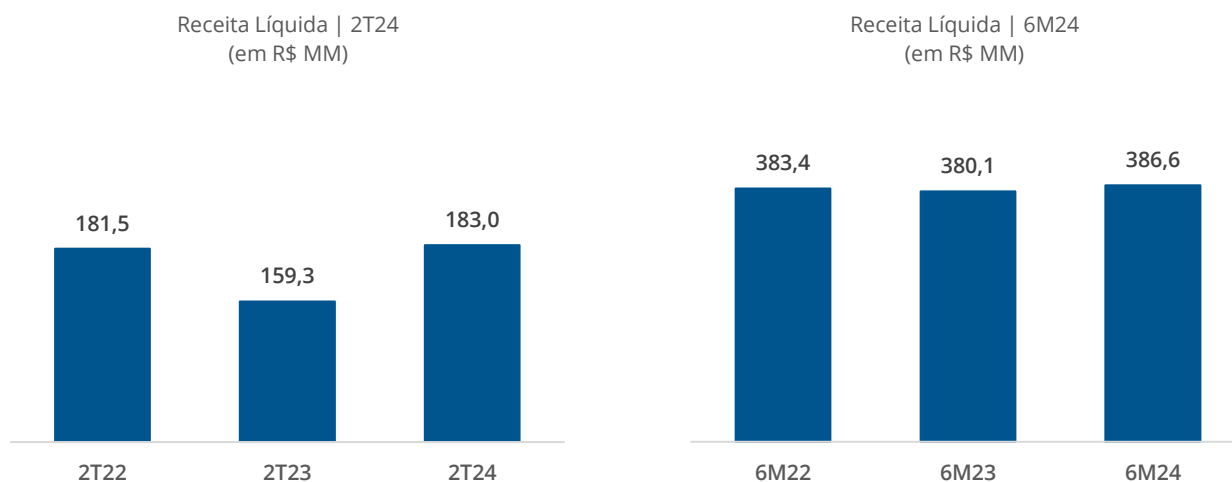
Neste canal, a receita é composta por: (i) vendas realizadas em lojas em marketplaces, isto é, através da marca MobCom ou, da representação e gerenciamento de lojas oficiais de marcas parceiras; (ii) gestão parcerias estratégicas que visam oferecer soluções inovadoras, como os programas “Iphone pra Sempre” e Xbox All Access; (iii) vendas de eletrônicos recondicionados realizadas pela marca Trocafy através de seu site próprio ou de outras plataformas digitais; e (iv) vendas de produtos e serviços em sites das operadoras de telecomunicações.

Neste trimestre, o volume de produtos vendidos foi 9,6% maior em comparação com o 2T23. A categoria de notebooks e acessórios foi a que mais contribuiu para este resultado, e teve participação expressiva na composição da receita líquida do canal. Neste cenário, destacamos a inclusão de novos modelos em nosso portfólio para atender a diferentes necessidades, desde a linha gamer quanto linhas de entrada. Este aumento foi parcialmente neutralizado pela redução do volume vendido de smartphones, televisores e consoles de videogames.

O resultado do ticket médio do 2T24 se manteve em linha com o mesmo período do ano anterior, no patamar de R\$ 2,1 mil reais. As categorias que apresentaram aumento foram smartphones e televisores, no entanto, este resultado foi contrabalanceado pela redução do ticket médio de tablets e *wearables*.

Considerando os efeitos mencionados acima, o desempenho das vendas de smartphones, notebooks, impressoras e acessórios de computador foi o principal fator que contribuiu para o aumento da receita líquida. Com relação às categorias de smartphones, televisores e consoles de videogame, observamos uma retração da demanda e acirramento da competitividade, que impactaram a redução do volume vendido. Este efeito foi generalizado para todo o mercado, contudo, nosso portfólio se mostrou resiliente frente aos desafios apresentados, com variação positiva do ticket médio em todas as categorias. Ressaltamos o aumento de 12,7% da receita de smartphones em comparação com o 2T23, frente uma redução de 6,5% do mercado¹, considerando apenas as vendas online. Nesse cenário, vale destacar o crescimento de 30,9% das vendas do programa iPhone Pra Sempre no período.

Nesse trimestre destacamos, também, a venda de serviços de software, notadamente dos vendedores Microsoft e McAfee.



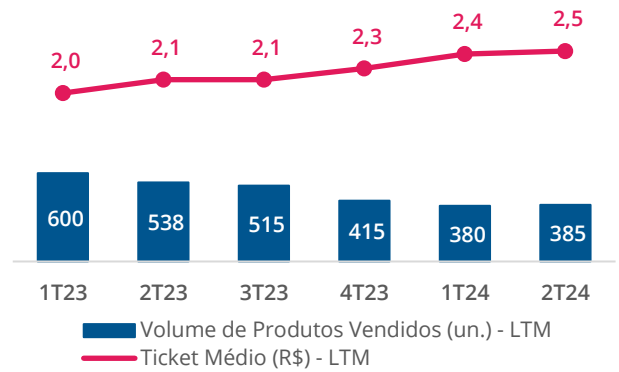
Notas (1): Mercado considera as vendas de smartphones realizadas em canais digitais.

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 possui um ticket médio substancialmente superior à média de mercado.

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



Os gráficos abaixo mostram a concentração de categorias no mix de receita. Nota-se o aumento da participação de notebooks em detrimento dos smartphones e televisores. Nesse sentido, a parceria com a fabricante HP apresentou contribuição importante para o aumento das vendas de notebooks e acessórios. . Neste contexto, destaca-se o aumento de 45,3% nas vendas da loja HP no marketplace do Mercado Livre (2T24 vs. 1T24).



DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

SOUDI - FERRAMENTA DIGITAL DE FINANCIAMENTO E CRÉDITO

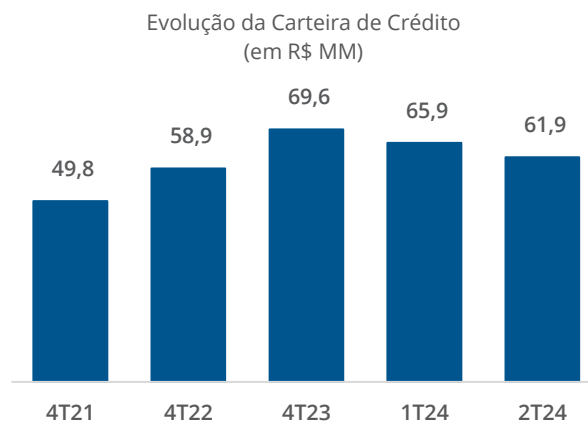
A Soudi foi criada pela Allied em 2019 com o objetivo de facilitar o financiamento nas aquisições de celular Samsung nas operações de varejo físico. Em junho de 2024 a Soudi estava implementada em 366 pontos de venda, incluindo 115 PDVs Samsung da Allied, 72 PDVs Samsung de outros parceiros no Brasil, 177 lojas de operadoras e 2 quiosques da Trocafy.

As vendas com Soudi representavam aproximadamente 8% das vendas nas lojas Samsung operadas pela Allied.

Ao longo dos anos de 2022 e 2023 a Companhia perseguiu uma estratégia de otimização da rentabilidade do seu varejo físico, o que culminou com a redução substancial do número de pontos de venda desse canal.

Diante dessa nova realidade e da deterioração do cenário de crédito, a Soudi deixou de ser uma prioridade para alocação de capital de Companhia. Nesse sentido, a Allied decidiu, a partir de julho de 2024, descontinuar a concessão de crédito através da Soudi e, com isso, reduzir tanto a sua exposição ao risco de crédito quanto a estrutura de pessoal diretamente alocada para essa operação.

A Companhia está avaliando as melhores alternativas para rentabilizar (i) a ferramenta tecnológica que suporta a gestão de cobrança através do acesso ao celular do cliente; e (ii) a carteira atualmente existente.



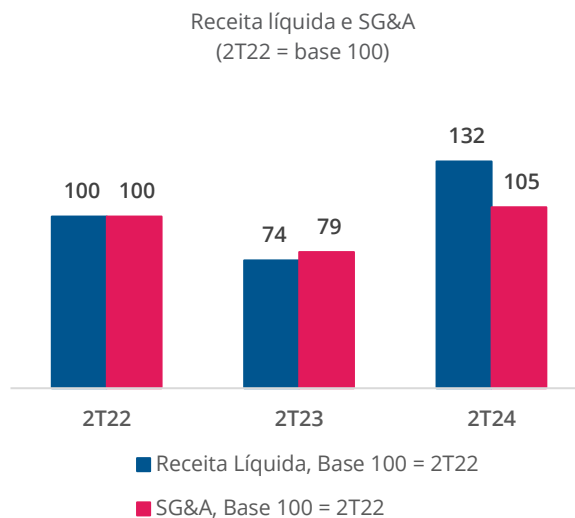
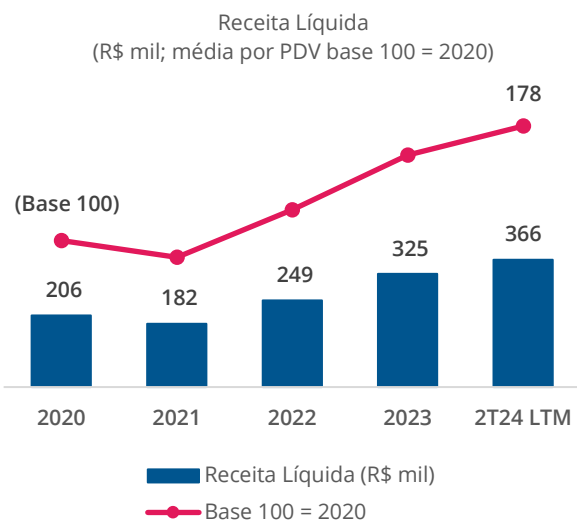
DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

VAREJO FÍSICO

No 2T24, o canal do varejo físico totalizou uma receita líquida de R\$ 131,9 milhões, o equivalente a um crescimento de 32,0% em comparação com o 2T23. No 2T23, a Allied tinha 14 PDVs adicionais, o que reforça a eficácia da depuração do canal realizada ao longo do último ano. Esta iniciativa, associada às estratégias de expansão de portfólio e da conversão de vendas agregadas (acessórios, seguros e *wearables*), contribuiu para o aumento da receita líquida no período – mesmo considerando o menor número de pontos de venda entre os dois períodos. Adicionalmente, houve uma evolução da rentabilidade do canal e do patamar médio de receita por PDV, como consequência das iniciativas de redução de despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A).

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 12,5% entre 2023 e 2T24 LTM**.

Este efeito foi reforçado pelo **aumento de 38,7% da venda em base de mesmas lojas (Same Store Sales, SSS)** entre o 2T23 e o 2T24.



117 PONTOS DE VENDA (Junho/2024)

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

Ao final do do 2T24, 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.

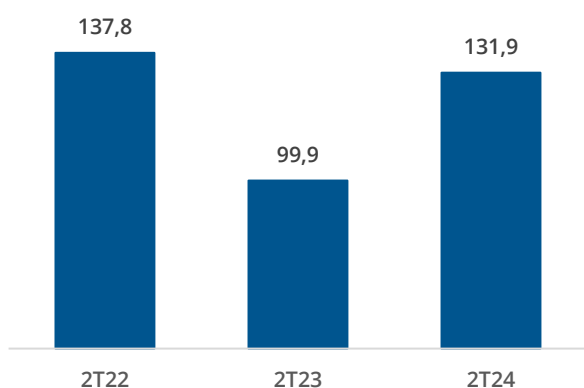
O varejo físico é um canal estratégico e sinérgico entre as operações da Companhia, de forma que, a experiência oferecida aos consumidores e a amplitude de portfólio reforçam a nossa posição no mercado de eletrônicos nacional.

DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

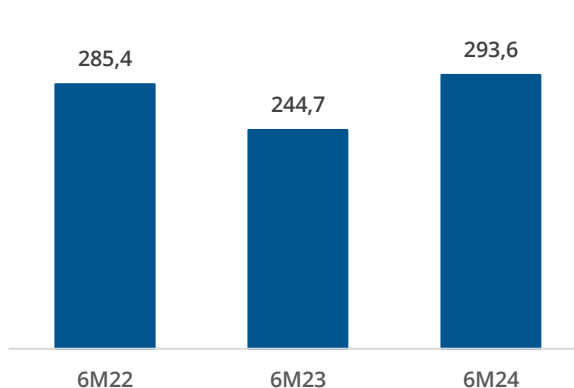
VAREJO FÍSICO

No último ano, 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 *wearables* e seguros para smartphones, com destaque para a conversão acima de 50,0% dessas categorias no 2T24. Além disso, tivemos um aumento significativo da venda de tablets e notebooks em nossas operações físicas, com participação na receita líquida de 10,6% e 5,3%, respectivamente.

Receita Líquida | 2T24
(em R\$ MM)



Receita Líquida | 6M24
(em R\$ MM)



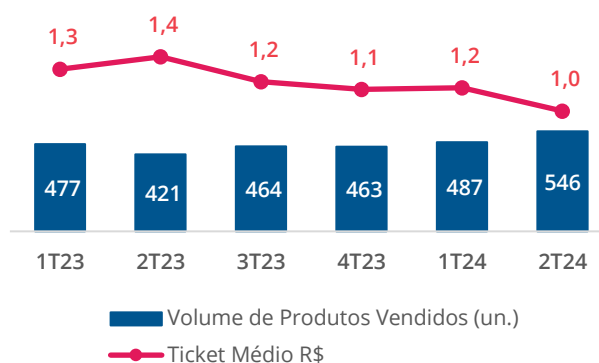
O volume de produtos e serviços vendidos no 2T24 foi 74,7% maior em comparação com o 2T23, sendo que os principais produtos que contribuíram para este aumento foram acessórios, notebooks, *tablets* e *wearables*.

A categoria de *wearables* teve aumento na participação no mix de produtos vendidos, como reflexo da estratégia comercial de promover as vendas agregadas. Também reforçamos a profundidade do nosso portfólio com maior variedade de modelos de tablets e notebooks, a fim de atender às mais diversas necessidades dos clientes.

O aumento da conversão itens complementares, como *wearables* e acessórios, justifica o resultado do aumento do volume vendido associado à redução do ticket médio. No entanto, o canal foi altamente beneficiado pela assertividade comercial e amplitude do portfólio oferecido, que contribuíram para vendas de maior valor agregado.

Como resultado da dinâmica do canal, as categorias que mais contribuíram para o aumento da receita foram (i) tablets e notebooks, com aumento do volume vendido e do ticket médio, fruto da maior profundidade de portfólio; e (ii) *wearables*, com aumento da quantidade vendida. Estes resultados evidenciam a capacidade de geração de valor agregado e rentabilidade com experiência do cliente superior nos nossos pontos de venda, sendo esse um posicionamento estratégico deste canal.

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

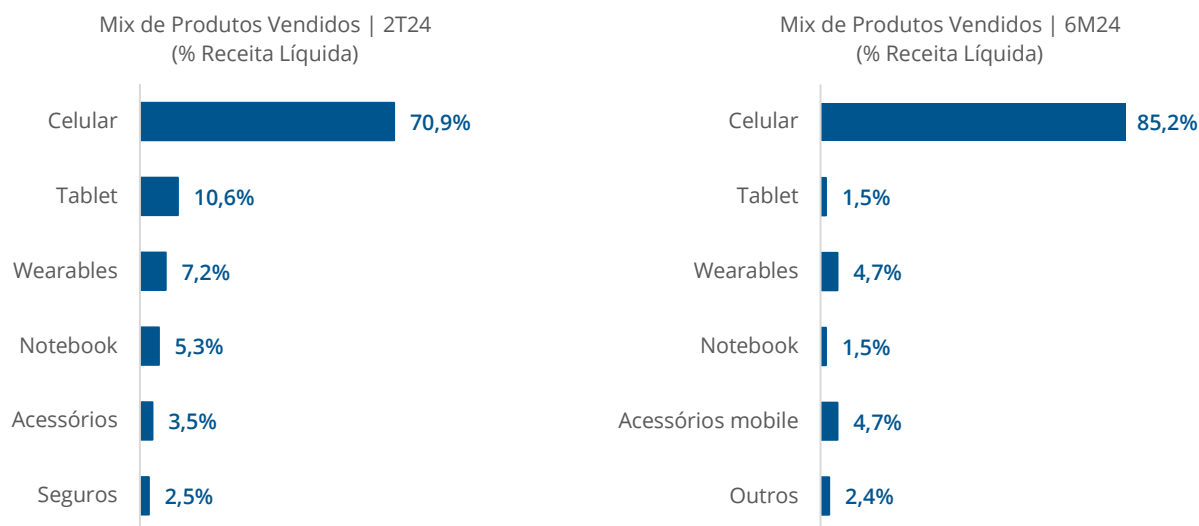


DESEMPENHO DAS OPERAÇÕES DE NEGÓCIO

VAREJO FÍSICO

Neste trimestre, houve um destaque para a venda de notebooks, cujo portfólio foi ampliado com novas linhas de produtos, em especial, o lançamento do modelo Galaxy Book 4. Adicionalmente, começamos a explorar o mercado B2B através das lojas físicas, com objetivo de oferecer aos clientes corporativos a mesma superioridade no nível de serviço, com customização para o cliente final, características já solidificadas nas operações físicas da Companhia. Neste trimestre, as vendas para B2B representaram 5,0% da receita do canal.

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 103,9% acima do mercado, no período dos 6M24.



DESEMPENHO
FINANCEIRO
2T24

DESEMPENHO FINANCEIRO

RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida total no 2T24 foi de R\$ 1.310,7 milhões, 14,9% inferior ao 2T23. Este resultado é reflexo do desempenho positivo do Varejo Físico e Varejo Digital, beneficiados pela assertividade comercial e pela gestão eficaz do portfólio de produtos, bem como da redução das vendas realizadas pelo canal de Distribuição, principalmente o Internacional, fruto de fatores mercadológicos que impactaram negativamente a dinâmica de preços no período.

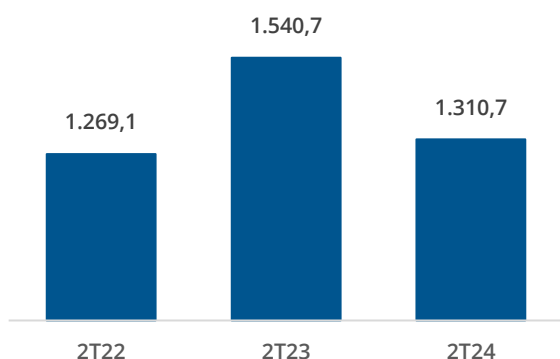
Na composição da receita consolidada, os canais de vendas Distribuição Brasil, Distribuição Internacional, Varejo Digital e Varejo Físico representaram, respectivamente, 50,1%, 25,9%, 14,0% e 10,1% da receita líquida da Companhia.

Ao analisar a performance dos canais no 2T24 em comparação com os dados do mercado nacional, notamos que a Allied teve aumento de marketshare (em R\$) em duas importantes categorias – smartphones e tablets. Este resultado evidencia o resultado positivo da Companhia em meio a um ambiente desafiador para o mercado de eletrônicos.

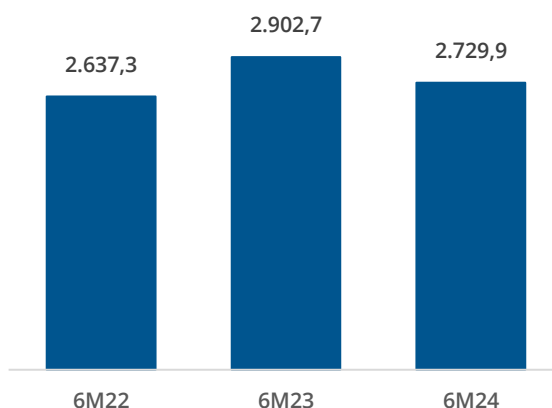
No período acumulado dos 6M24, a receita líquida total foi de R\$ 2,7 bilhões, uma redução de 6,0% em comparação com os 6M23. Este resultado é decorrente da do aumento de 8,9% da receita líquida do Varejo, diluído pela redução de 10,0% na receita líquida Distribuição. Nesse sentido, é importante destacar a forte base de comparação do ano anterior do canal Internacional.

Receita Operacional Líquida, R\$ mm	2T24	2T23	Δ %	6M24	6M23	Δ %
Distribuição - Brasil	656,7	689,8	-4,8%	1.295,4	1.384,1	-6,4%
Distribuição - Internacional	339,1	591,8	-42,7%	754,2	893,8	-15,6%
Receita Líquida - Distribuição	995,9	1.281,6	-22,3%	2.049,6	2.278,0	-10,0%
Varejo Digital	183,0	159,3	14,9%	386,6	380,1	1,7%
Varejo Físico	131,9	99,9	32,0%	293,6	244,7	20,0%
Receita Líquida - Varejo	314,9	259,2	21,5%	680,2	624,8	8,9%
Receita Líquida - Consolidado Allied	1.310,7	1.540,7	14,9%	2.729,9	2.902,7	-6,0%

Receita Líquida Consolidada | 2T24
(R\$ MM)



Receita Líquida Consolidada | 6M24
(R\$ MM)



DESEMPENHO FINANCEIRO

LUCRO BRUTO

Lucro Bruto por Canal, em R\$ mm	2T24	2T23	Δ %	6M24	6M23	Δ %
Lucro Bruto - Distribuição	66,4	91,1	-27,1%	129,1	157,3	-17,9%
Distribuição Brasil	58,9	78,4	-24,9%	112,9	137,7	-18,0%
Distribuição Internacional	7,5	12,7	-40,8%	16,2	19,6	-17,4%
Lucro Bruto - Varejo	94,3	78,4	20,3%	199,5	187,5	6,4%
Lucro Bruto - TOTAL	160,7	169,5	-5,2%	328,6	344,8	-4,7%
Margem Bruta - Distribuição	6,7%	7,1%	-0,4 pp	6,3%	6,9%	-0,6 pp
Distribuição Brasil	9,0%	11,4%	-2,4 pp	8,7%	9,9%	-1,2 pp
Distribuição Internacional	2,2%	2,1%	0,1 pp	2,1%	2,2%	0,0 pp
Margem Bruta - Varejo	29,9%	30,2%	-0,3 pp	29,3%	30,0%	-0,7 pp
Margem Bruta - TOTAL	12,3%	11,0%	1,3 pp	12,0%	11,9%	0,2 pp

O lucro bruto consolidado do 2T24 foi de R\$ 160,7 milhões, acompanhado de uma margem bruta de 12,3%, um aumento de 1,3 pp. Este resultado é reflexo da estratégia de priorizar a lucratividade em detrimento da venda de produtos com margem reduzida - 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 redução da receita e manutenção da margem bruta em nível normalizado para o canal de 9,0%; e (ii) crescimento da receita consolidada do Varejo, com margem bruta superior que gerou aumento de 20,3% do lucro bruto.

O aumento do lucro bruto, em valores absolutos, é consequência das dinâmicas de receita e margem apresentadas anteriormente, portanto, o aumento da margem consolidada da Companhia é reflexo da maior participação dos canais de Varejo Físico e Varejo Digital 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 na conversão de caixa favorável para a Companhia.

No período consolidado dos 6M24, o lucro bruto consolidado apresentou redução de 4,7%, e a margem bruta se manteve em linha com o mesmo período no ano anterior, no patamar de 12,0%, em função das dinâmicas mencionadas anteriormente.

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais, em R\$ milhões	2T24	2T23	Δ %	6M24	6M23	Δ %
Vendas	-86,0	-88,9	-3,3%	-177,6	-187,2	-5,1%
Gerais e Administrativas Ajustadas	-31,4	-29,9	5,0%	-62,0	-59,1	4,9%
Outras receitas operacionais	4,9	3,5	40,0%	4,3	4,9	-11,0%
TOTAL - Despesas Operacionais Ajustadas	-112,5	-115,3	-2,4%	-235,3	-241,4	-2,5%
Ajuste Não Recorrente	-1,1	-1,9	-39,2%	-1,1	-1,9	-39,2%
TOTAL - Despesas Operacionais	-113,7	-117,2	-3,0%	-236,4	-243,3	-2,8%

As Despesas Operacionais Ajustadas totalizaram R\$ 112,5 milhões no 2T24, 2,4% abaixo em relação ao 2T23. Em termos absolutos, este é o menor nível alcançado desde 2020. Quando analisadas como percentual sobre a receita líquida, o percentual foi de 8,6%, aumento de 1,1 pp na comparação entre períodos, em função da retração da receita. Nos 6M24, as despesas operacionais ajustadas alcançaram R\$ 235,3 milhões, redução de 2,5% na comparação com mesmo período no ano anterior.

Despesas com Vendas:

O total de despesas com vendas no 2T24 foi de R\$ 86,0 milhões, 3,3% inferior ao 2T23. Dentre os fatores que influenciaram este resultado, destacam-se: (i) a redução das despesas com frete, principalmente relacionadas ao Varejo Digital, indicando maior eficiência na comparação entre os períodos; (ii) redução da depreciação e amortização, em função do menor número de lojas físicas; e (iii) redução de despesas com pessoal, refletindo maior eficiência operacional.

Despesas Gerais e Administrativas:

As despesas gerais e administrativas ajustadas apresentaram aumento de 5,0% no 2T24 e 4,9% nos 6M24 na comparação anual. No 2T24, este aumento é reflexo incremento de (i) outras despesas gerais e administrativas, essencialmente relacionadas a despesas processuais e provisionamento. Esse efeito foi parcialmente neutralizado pela redução das despesas com serviços terceiros.

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

DESEMPENHO FINANCEIRO

DO EBITDA AO LUCRO LÍQUIDO

Apresentamos abaixo o EBITDA e o lucro líquido da Companhia no 2T24 e no período acumulado de 6M24 comparados com os mesmos períodos do ano anterior. O resultado evidencia o compromisso da Companhia com a rentabilidade operacional e a resiliência trazida pela estratégia de diversificação dos negócios. Embora o patamar de receita tenha sido inferior, conforme apresentado anteriormente, a margem EBITDA se manteve estável em 4,7% no 2T24, e sofreu leve redução de 0,3 pp no período dos 6M24.

Em R\$ milhões, exceto onde indicado	2T24	2T23	Δ %	6M24	6M23	Δ %
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro	48,1	54,1	-11,1%	93,3	103,4	-9,8%
Depreciação e Amortização	13,1	16,5	-20,8%	26,7	34,1	-21,5%
EBITDA Ajustado	61,2	70,6	-13,3%	120,1	137,5	-12,7%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% R.L)</i>	<i>4,7%</i>	<i>4,6%</i>	<i>0,1 pp</i>	<i>4,4%</i>	<i>4,7%</i>	<i>-0,3 pp</i>
Resultado Financeiro	-21,4	-36,7	-41,5%	-40,7	-73,3	-44,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social	-11,2	0,6	-1860%	13,1	4,3	203,5%
Lucro Líquido Ajustado	15,5	18,1	-14,2%	65,7	34,4	90,7%
<i>Margem Líquida (% R.L)</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,2%</i>	<i>0,0 pp</i>	<i>2,4%</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,2 pp</i>
Despesas operacionais não recorrentes	-1,1	-1,9	-39,2%	-1,1	-1,9	-39,2%
IR e CSLL não recorrentes	0,4	0,6	-39,2%	0,4	0,6	-39,2%
Lucro Líquido Contábil	14,8	16,9	-12,4%	64,9	33,2	95,6%

Neste trimestre, destacamos o aumento de 52,7% na linha de Lucro Antes do Imposto de Renda e Contribuição Social em comparação com o 2T24. No período acumulado dos 6M24, este aumento foi de 74,3% frente 6M23. Esse resultado positivo evidencia a maior rentabilidade operacional da Companhia, com menor nível de despesas financeiras, em decorrência da otimização da gestão de capital de giro e do reperfilamento da dívida bancária realizado em dezembro de 2024.

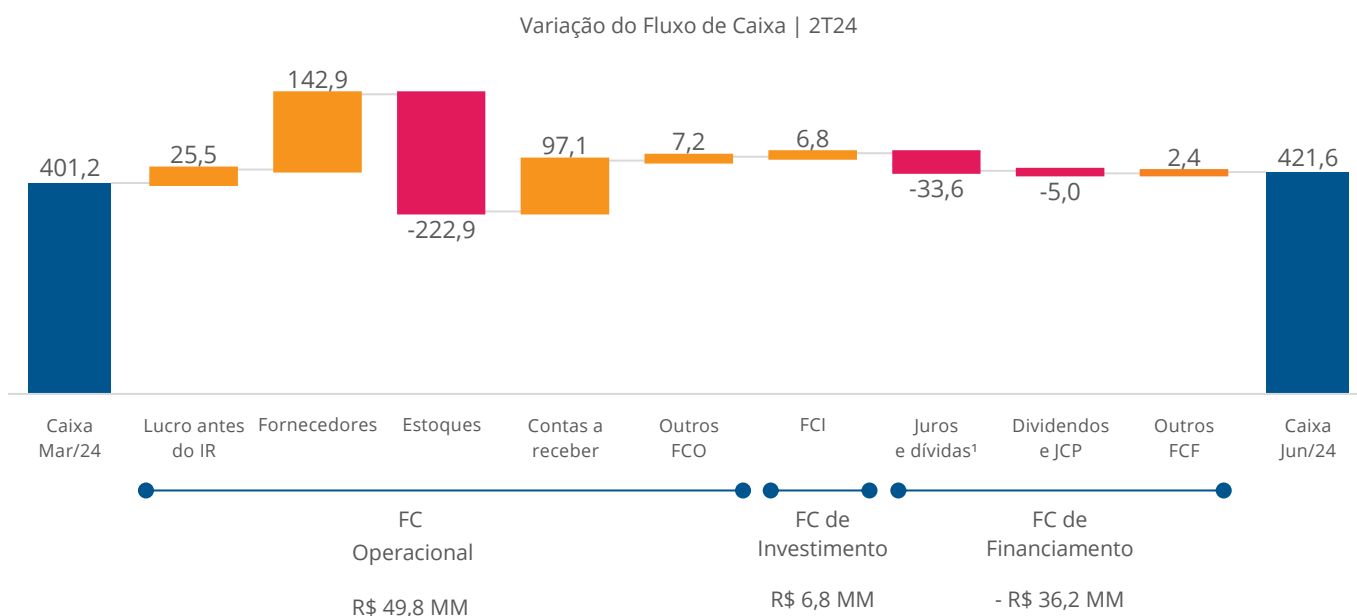
DESEMPENHO FINANCEIRO

FLUXO DE CAIXA

A variação do caixa foi positiva em R\$ 20,4 milhões entre o 1T24 e 2T24, e negativa em R\$ 114,0 milhões no período acumulado dos 6M24.

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.

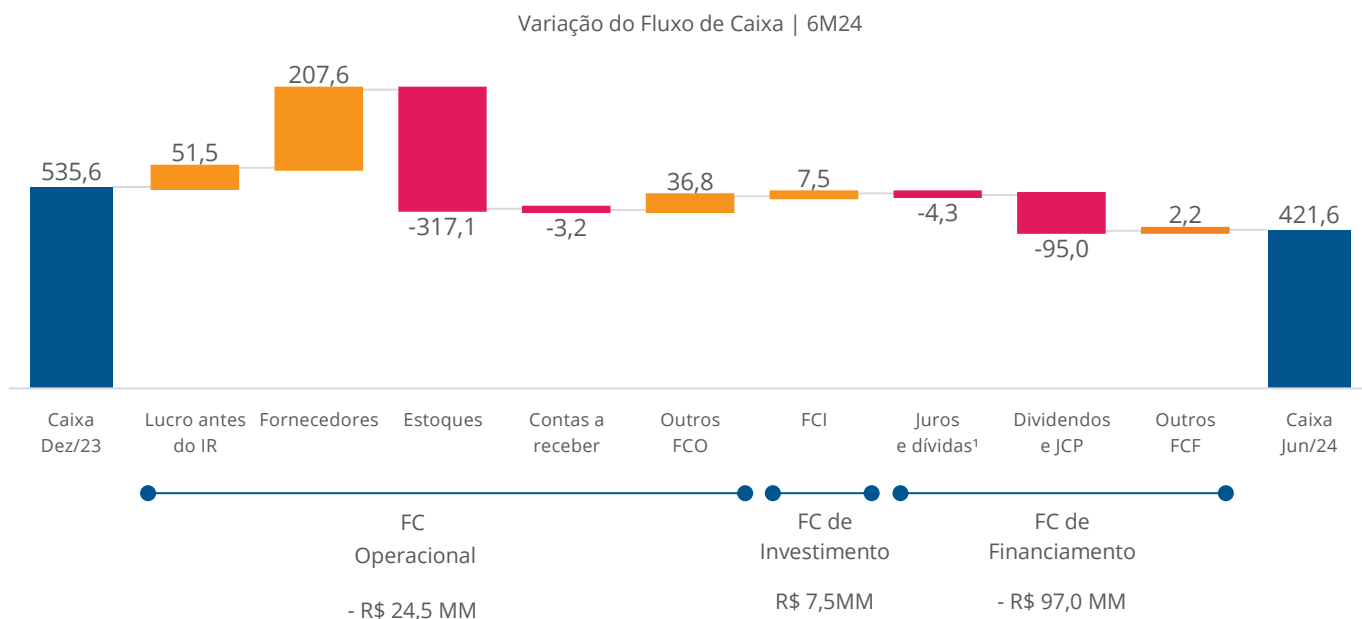


- Fluxo de Caixa Operacional positivo de R\$ 49,8 milhões: principalmente impactado pelo aumento de estoques, como reflexo da redução da receita entre o 1T24 e 2T24. No entanto, as contas de fornecedores e contas a receber neutralizaram o impacto negativo, como consequência principalmente das negociações com fornecedores. Vale ressaltar que a redução das vendas da operação de distribuição internacional, que tem um ciclo de caixa favorável, impactou negativamente o ciclo de caixa no período.
- Fluxo de Caixa de Financiamento negativo de R\$ 36,2 milhões: principalmente impactado (i) pelo pagamento de juros de dívidas bancárias; (ii) pelo pagamento de imposto de renda referente ao JCP declarado em 21 de março de 2024.

Notas: (1) Inclui fluxos de pagamento de juros, amortizações e novos compromissos de empréstimos e financiamento.

DESEMPENHO FINANCEIRO

FLUXO DE CAIXA



- Fluxo de Caixa Operacional negativo de R\$ 24,5 milhões: negativamente impactado pelo aumento do prazo médio dos estoques da Companhia. Esse impacto negativo foi parcialmente compensado pela gestão do prazo de pagamento de fornecedores e de recebimento de clientes, com impacto positivo no caixa operacional. Vale ressaltar que a redução das vendas da operação de distribuição internacional, que tem um ciclo de caixa favorável, impactou negativamente o ciclo de caixa no período.
- Fluxo de Caixa de Financiamento negativo de R\$ 97,0 milhões: principalmente pelo pagamento de R\$ 95,0 milhões de Juros sobre Capital Próprio aos acionistas.

No período de 12 meses encerrados em 30 de junho de 2024, a Allied declarou R\$ 190,0 milhões em proventos aos seus acionistas. Considerando o fechamento² da ação no dia 07/08/2024, o *dividend yield* foi de 25,4%.

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

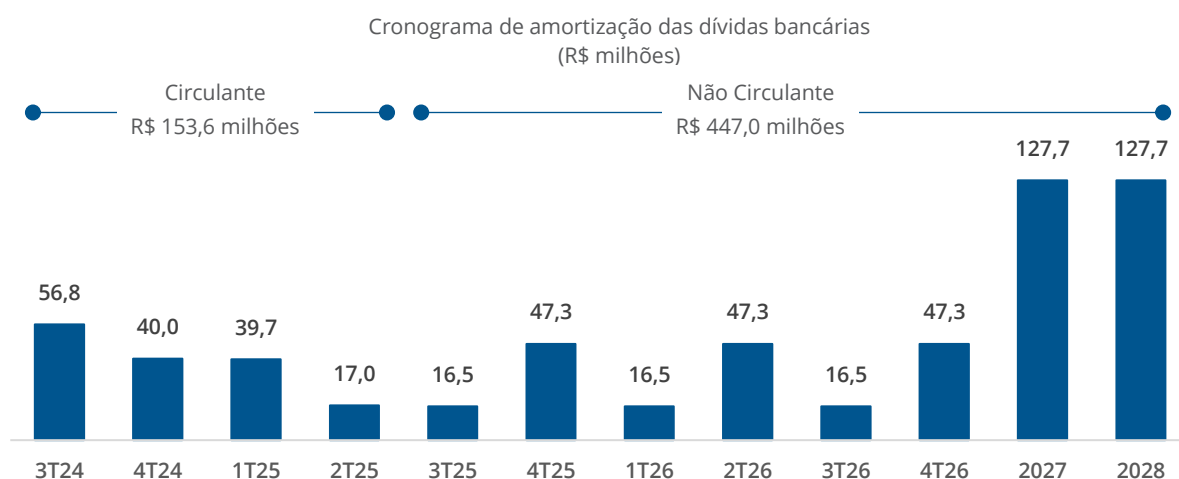
ENDIVIDAMENTO

A Allied encerrou o 2T24 com dívida líquida de R\$ 183,0 milhões, como resultado da dívida bruta de R\$ 604,6 milhões e posição de caixa de R\$ 421,6 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 estabelecidos nos instrumentos de dívida emitidos pela Companhia:

Em R\$ mm	2T24	4T23	Δ%
Dívida bruta bancária	600,3	543,7	10,4%
Dívida fiscais - PERT	4,4	4,6	-4,0%
Dívida Bruta	604,6	548,3	10,3%
(-) Caixa/equivalentes e aplicações financeiras	-421,6	-535,6	-21,3%
Dívida Líquida	183,0	12,6	1347,2%
EBITDA LTM	231,9	250,5	-7,4%
Dívida Líquida / EBITDA	0,8x	0,1x	0,7x

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.

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 2T24, o custo médio dessas dívidas totalizava 12,7% a.a.



ESTRUTURA DE CAPITAL

CAPITAL PRÓPRIO

Em 30 de junho de 2024, o capital social da Allied era composto por 93.648.642 ações ordinárias, distribuídas conforme a tabela abaixo:

Estrutura acionária - 30/06/2024	# ações	% ações
Brasil Investimentos 2015 I FIP Multiestratégia	44.173.806	47,2%
Brasil Investimentos 2015 II FIP Multiestratégia	16.773.038	17,9%
Administração	4.939.373	5,3%
Free Float (B3)	27.762.425	29,6%
TOTAL	93.648.642	100,0%

No 2T24, o Conselho de Administração da Companhia realizou três reuniões para aprovação de aumento de capital a partir da emissão de novas ações atribuídas ao Plano de Opção de Compra de Ações, sendo: (i) 258.060 ações em abril/24; (ii) 85.000 ações em maio/24; e (iii) 85.000 ações em junho/24. Desta forma, na data do presente relatório, o Capital Social da Companhia é composto por 93.648.642 de ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal.

Após a data base desse relatório (30/06/2024), o Conselho de Administração da Companhia aprovou o aumento de capital a partir da emissão de 185.038 novas ações atribuídas ao Plano de Opção de Compra de Ações.

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 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.

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

2T24

BALANÇO PATRIMONIAL - CONSOLIDADO

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

Ativo (R\$ mil)	30/06/2024	31/12/2023
Caixa e equivalentes de caixa	421.621	535.620
Contas a receber	950.166	959.618
Estoques	913.688	583.452
Tributos a recuperar	150.368	122.471
Partes relacionadas	463	7.738
Outros ativos	77.779	80.848
Ativo Circulante	2.514.085	2.289.747
Títulos e valores mobiliários	3.753	3.454
Contas a receber	9.955	8.342
Estoque	10.955	11.127
Tributos a recuperar	183.377	179.844
Depósito judicial	107.667	102.121
Direito de uso	79.502	93.785
Imobilizado	13.016	15.167
Intangível	692.757	684.877
Outros ativos	21.975	7.287
Ativo não circulante	1.122.957	1.106.004
Total do ativo	3.637.042	3.395.751
Passivo (R\$ mil)	30/06/2024	31/12/2023
Fornecedores	810.225	587.414
Fornecedores (convênios)	299.719	297.778
Empréstimos, financiamentos e debêntures	153.580	81.660
Obrigações contratuais com clientes	21.498	24.937
Arrendamento mercantil	24.566	24.375
Obrigações trabalhistas	28.101	30.071
Obrigações tributárias	15.680	21.214
Adiantamento de clientes	24.537	21.114
Dividendos a pagar	36	22.524
Outros passivos	33.882	23.971
Passivo Circulante	1.411.824	1.135.058
Empréstimos, financiamentos e debêntures	447.014	462.053
Obrigações contratuais com clientes	19.414	20.085
Arrendamento mercantil	69.456	83.157
Provisão para demandas judiciais	81.148	74.525
Obrigações tributárias	3.661	3.941
IR e CSLL diferidos	3.697	17.152
Outros passivos	438	614
Passivo não circulante	624.828	661.527
Capital social	1.024.154	1.021.575
Gastos com emissão de ações	(30.054)	(30.054)
Reserva de capital	6.390	5.870
Reservas de lucros	531.031	603.514
Ajuste de avaliação patrimonial	3.955	(1.739)
Lucro do exercício	64.914	-
Total do patrimônio líquido	1.600.390	1.599.166
Total do passivo e patrimônio líquido	3.637.042	3.395.751

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO – CONSOLIDADO

Período de 3 e 6 meses findos em 30 de junho de 2024 e 30 de junho de 2023.

R\$ MIL	2T24 Ajustado	Ajuste	2T24	2T23 Ajustado	Ajuste	2T23
Receita Líquida de vendas	1.310.738	-	1.310.738	1.540.747	-	1.540.747
Custo dos produtos vendidos	-1.150.077	-	-1.150.077	-1.371.293	-	-1.371.293
Lucro Bruto	160.661	-	160.661	169.454	-	169.454
Receitas/(despesas) operacionais						
Com vendas	-85.987	-	-85.989	-88.879	-1.317	-90.196
Gerais e administrativas	-31.408	-1.148	-32.555	-29.925	-572	-30.497
Outras receitas operacionais	4.865	-	4.863	3.474	-	3.474
Lucro operacional antes do resultado financeiro	48.130	-1.148	46.980	54.124	-1.889	52.235
Resultado financeiro						
Despesas financeiras	-33.339	-	-33.338	-46.201	-	-46.201
Receitas financeiras	11.898	-	11.899	9.551	-	9.551
Lucro antes IR e CSLL	26.689	-1.148	25.541	17.474	-1.889	15.585
IR e CSLL						
Corrente	-	-	-	-2.094	-	-2.094
Diferido	-11.160	390	-10.770	2.728	642	3.370
Lucro líquido do período	15.529	-757	14.771	18.108	-1.247	16.861

R\$ MIL	6M24 Ajustado	Ajuste	6M24	6M23 Ajustado	Ajuste	6M23
Receita Líquida de vendas	2.729.855	-	2.729.855	2.902.722	-	2.902.722
Custo dos produtos vendidos	-2.401.246	-	-2.401.246	-2.557.876	-	-2.557.876
Lucro Bruto	328.609	-	328.609	344.846	-	344.846
Receitas/(despesas) operacionais						
Com vendas	-177.620	-	-177.620	-187.152	1.317	-188.469
Gerais e administrativas	-61.982	-1.148	-63.130	-59.113	572	-59.685
Outras receitas operacionais	-1	-	-1	-1	-	-1
Lucro operacional antes do resultado financeiro	93.328	-1.148	92.180	103.434	-1.889	101.545
Resultado financeiro						
Despesas financeiras	-65.350	-	-65.350	-94.185	-	-94.185
Receitas financeiras	24.629	-	24.629	20.879	-	20.879
Lucro antes IR e CSLL	52.607	-1.148	51.459	30.128	1.889	28.239
IR e CSLL						
Corrente	-	-	-	-3.246,00	-	-3.246,00
Diferido	13.065	390	13.455	7.551	-642,00	8.193
Lucro líquido do período	65.672	-757	64.914	34.433	1.247	33.186

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA - CONSOLIDADO

Período de 3 e 6 meses findos em 30 de junho de 2024 e 30 de junho 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	2T24	2T23	6M24	6M23
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	25.541	15.585	51.459	28.240
Imposto de renda e contribuição social pagos	-	(1.111)	-	(1.111)
Depreciação e amortização	13.056	16.485	26.732	34.052
Outros ajustes ao lucro	23.149	22.089	43.326	57.409
Contas a receber	97.136	263.370	(3.239)	423.035
Estoques	(222.898)	(110.132)	(317.068)	(108.344)
Fornecedores	89.123	131.404	205.629	241.738
Fornecedores convênio sem custo financeiro	53.760	(39.173)	1.942	(156.111)
Tributos a recuperar	(15.923)	(6.516)	(26.763)	(14.003)
Outros ajustes ao capital de giro	(13.107)	(23.023)	(6.517)	(14.852)
Fluxo de caixa das atividades operacionais	49.837	268.978	(24.499)	490.053
Capex	(1.999)	(2.068)	(3.538)	(3.892)
Outras atividades de investimento	8.781	(5.575)	11.044	(9.688)
Fluxo de caixa das atividades de investimento	6.782	(7.643)	7.506	(13.580)
Pagamento de juros	(25.268)	(22.949)	(37.174)	(44.215)
Entradas e saídas de empréstimos e financiamentos	(8.378)	(67.551)	32.923	(58.373)
Entradas e saídas de fornecedores convênio com custo	-	(97.945)	-	(125.742)
Aumento de capital	2.579	-	2.579	-
Dividendos e juros sobre capital próprio	(4.983)	(31.362)	(94.971)	(33.013)
Outras atividades de financiamento	(183)	(98)	(364)	(220)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento	(36.233)	(219.905)	(97.007)	(261.563)
Varição do caixa	20.386	41.431	(114.000)	214.911



MOB
COM **trocafy**

Relações com Investidores:

FABIANA LAWANT

MARIA LUÍSA GUITARRARI

E-mail: ri@alliedbrasil.com.br

Website: ri.alliedbrasil.com.br