



Videoconferência de Resultados - 2T21

11 DE AGOSTO DE 2021

CAPACIDADE DE EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO TRAZENDO ÓTIMOS RESULTADOS

R\$ 1,9 bi
Receita
Bruta 2T21

+ 82%

Distribuição
+ 78%

Digital
+ 62%

Varejo
Físico
+323%

R\$ 122,1 MM
EBITDA
recorrente¹
2T21

+250%

8,0%
margem

R\$ 74,3 MM
Lucro
Líquido
recorrente¹
2T21

+9x

4,9%
margem

11,8
milhões

Produtos
vendidos
(LTM)

+ 35%

276 PDVs
(150 em
jun/20)

NPS: 85

30 lojas em
marketplaces

Notas (1) Resultado recorrente desconsidera impacto positivo de R\$ 78,0 milhões decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17

Allied todos os direitos reservados

DESTAQUES: DISTRIBUIÇÃO

CATEGORIA SMART HOME

2T21:

90 mil produtos vendidos
R\$ 10,5 milhões de receita líquida

Produtos na categoria: Assistentes digitais, Streaming devices, Lâmpadas e tomadas inteligentes, Controle universal, Balanças inteligentes, Fechaduras digitais, Câmeras de segurança.

Balança corporal inteligente, com *bluetooth* – i2Go



Fechadura digital smartlock - Midea

Google Nest Mini - Google



CATEGORIA LINHA BRANCA

2T21:

12 mil produtos vendidos
R\$ 10,8 milhões de receita líquida

Produtos na categoria: Refrigeradores, Freezers, Lavadoras, Forno micro-ondas, *Cooktops*, Fogões e Cervejeiras.



Refrigerador Frost Free 480L - Midea



Lavadora Brastemp 12 Kg Branca - Brastemp

DESTAQUE: + 18 PDVs NO VAREJO FÍSICO

SAMSUNG

- 6 PDVs adquiridos em abril/21 (região baixada Santista)
- 4 PDVs inaugurados:



Parque Shopping Barueri (Barueri, SP)



Golden Square Shopping (São Bernardo do Campo, SP)



Mais Shopping (São Paulo, SP)



Parque Shopping Dom Pedro (Campinas, SP)

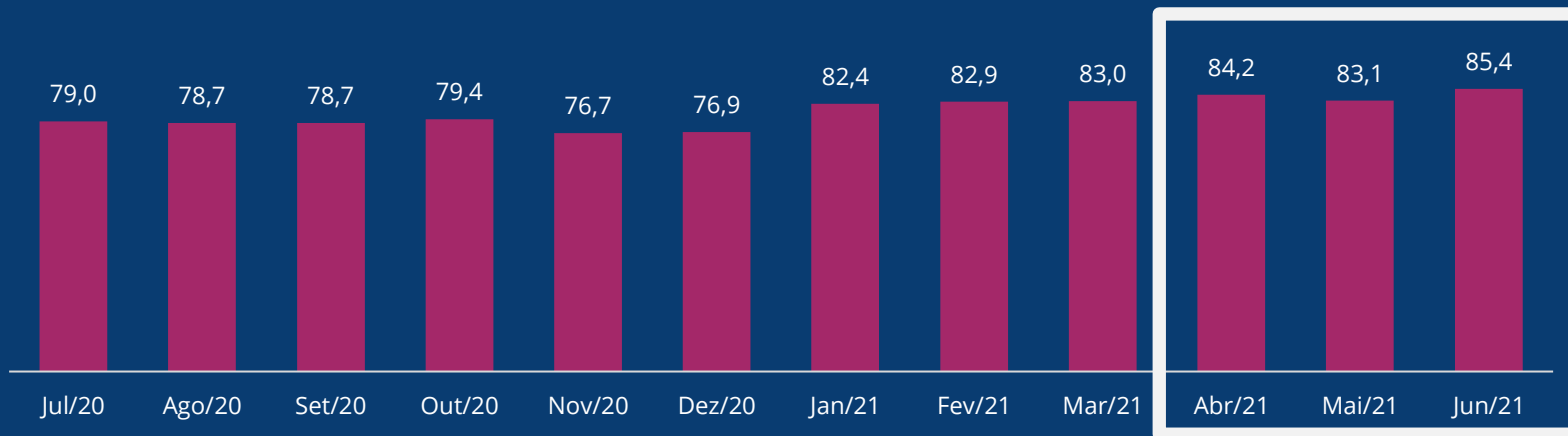
STORE IN STORE (SIS)

- 6 operações inauguradas em parceiros já existentes
- 2 operações em novo parceiro, Giga Atacado:



DESTAQUE: VAREJO FÍSICO: NPS

NPS Operações Samsung



O Net Promoter Score (NPS) é uma métrica que tem como objetivo medir a **satisfação** e **lealdade** dos clientes com a empresa. Em junho de 2021 as operações Samsung da Allied atingiram a **expressiva pontuação** de 85,4%, o que demonstra o nosso **compromisso** com a **satisfação dos clientes**.

DESTAQUES: ESTRATÉGIA OMNICHANNEL

7,1%, das vendas do varejo físico no 2T21

MARKETPLACES MULTI-NÍVEL

DEMAIS AÇÕES

Diferencial da Allied

- **Capilaridade** de 276 PDVs em 17 Estados
- **Amplitude e profundidade** de estoque. Mais de 4,1 mil SKUs
- **Eficiência fiscal e logística**, com 5 centros de distribuição

Por que é inovador

- **Primeiro seller¹ com Click and Collect e Ship From Store** totalmente integrado via um marketplace
- Integração da loja online com as físicas, **arquitetura complexa totalmente automatizada**
- **Otimização dos estoques das lojas**, disponibilizando para venda em marketplaces

Principais resultados até o momento

- **Click and collect** - Clientes da MobCom nos marketplaces do grupo B2W e no Mercado Livre podem retirar seus produtos em 110 pontos físicos da Allied
- **Cross Sell** - Ticket médio superior através de contratação de seguros e compra de produtos adicionais (acessórios e wearables)
- **Ship From Store** - Clientes da MobCom nos marketplaces do Magazine Luiza e Mercado Livre podem ter seus pedidos despachados de lojas da Allied próximas com entrega em até 3 horas



deliverycenter

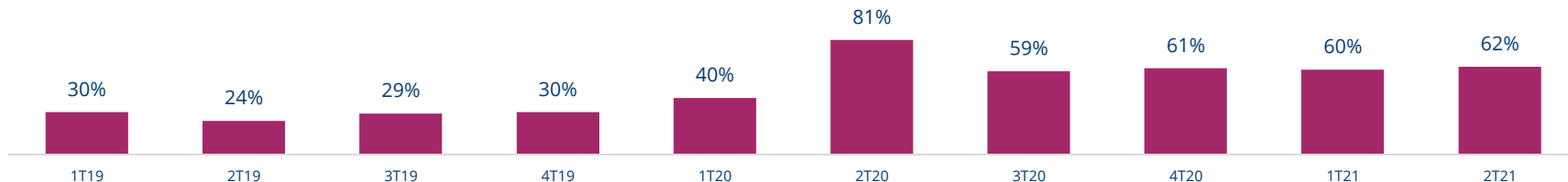


Drive Thru Retira

DESTAQUES: VAREJO DIGITAL



Receita Líquida Varejo Digital
(% Varejo Total)



1

Soudi

+133,7% Vendas totais com Soudi (6M21 vs. 6M20)

9,1% share de vendas (2T21)

220 PDVs

2

Plataforma
SAV

+ 99,8% Ativações (6M21 vs 6M20)

5,2 mil PDVs

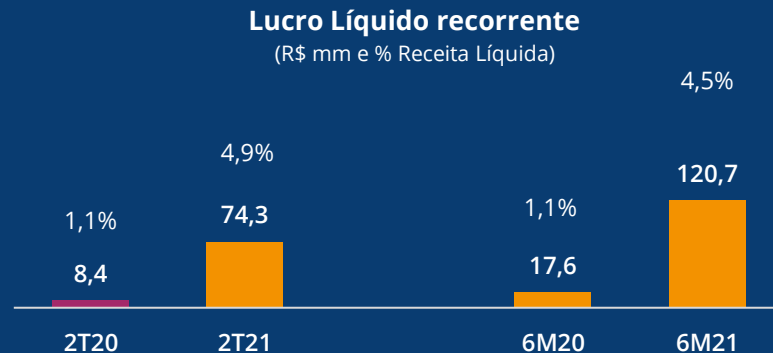
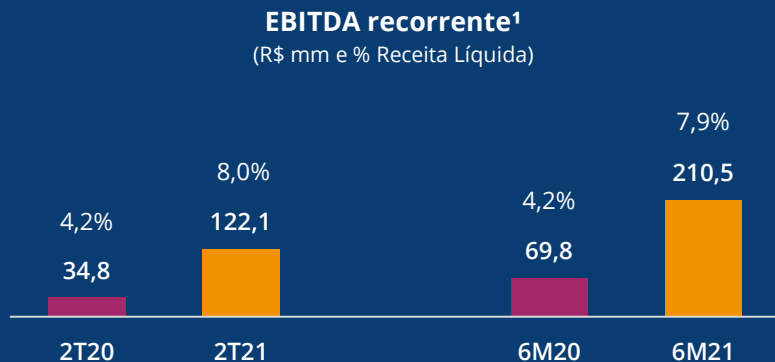
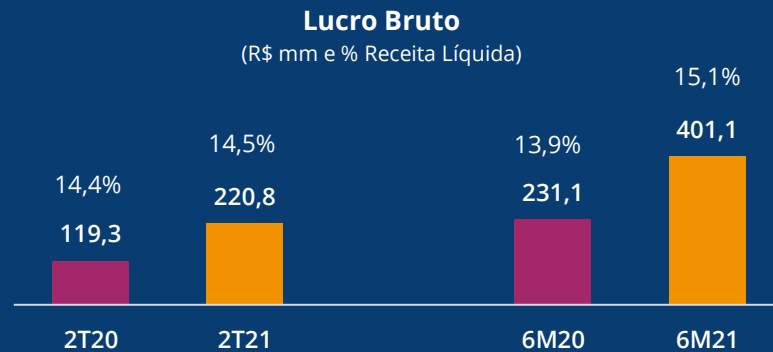
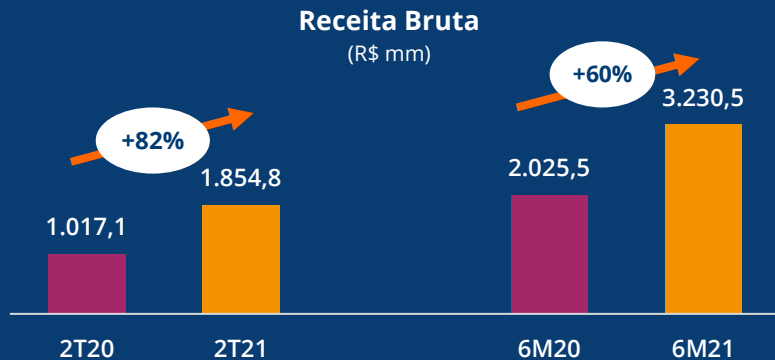
3

Ticket
médio

R\$ 3.133 (+ 129%, Smartphones total varejo digital, 2T21 vs 2T20)

R\$ 2.434 (+ 78%, Smartphones varejo digital excl. iPhone Pra Sempre, 2T21 vs 2T20)

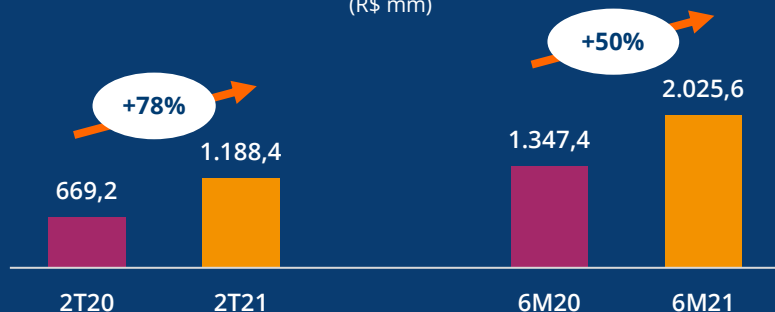
DESTAQUES DOS INDICADORES FINANCEIROS



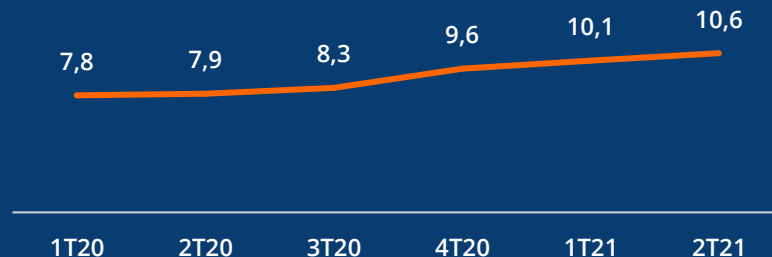
Notas (1) Resultado recorrente desconsidera impacto positivo de R\$ 78,0 milhões decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17

DESTAQUES DOS INDICADORES FINANCEIROS E OPERACIONAIS - DISTRIBUIÇÃO

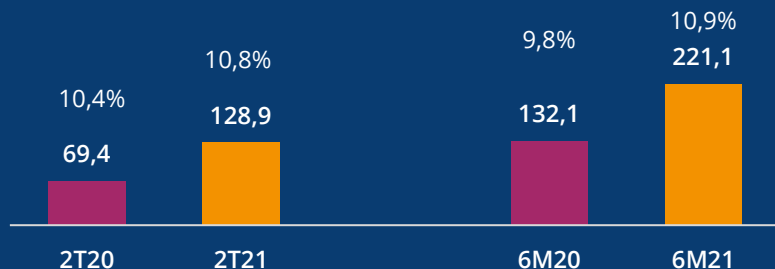
Receita Líquida
(R\$ mm)



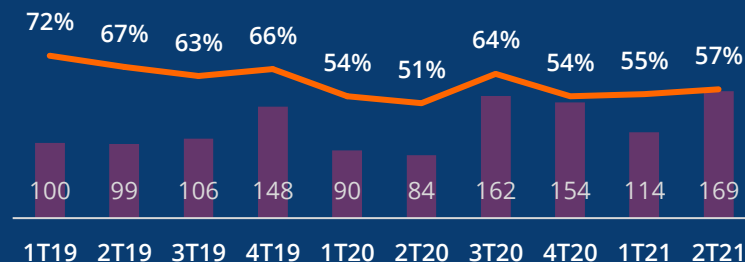
Volume de produtos vendidos
(últimos 12 meses, milhões de unidades)



Lucro Bruto
(R\$ mm e % Receita Líquida)



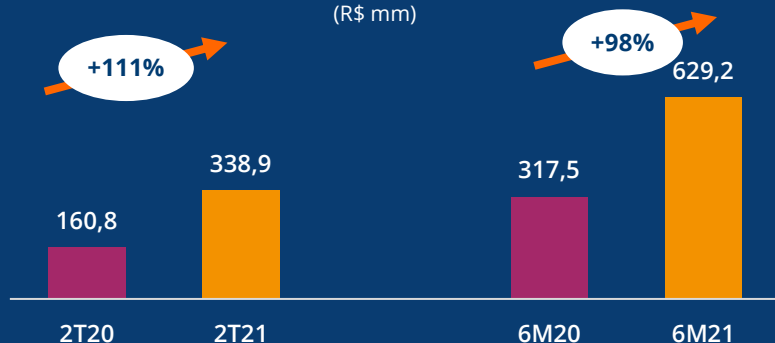
% de Mobile no Mix de Produtos
(% Receita Líquida e Receita Líquida R\$ mm (1T19 = base 100))



DESTAQUES DOS INDICADORES FINANCEIROS - VAREJO

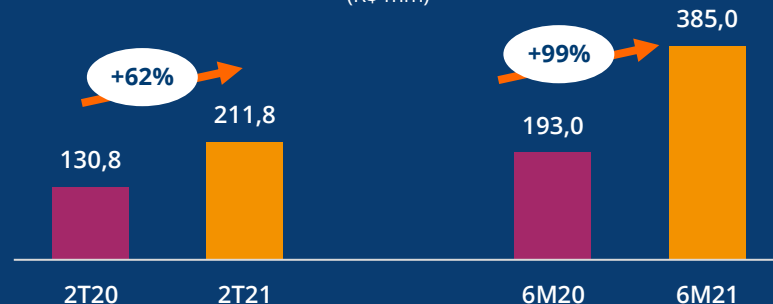
Receita Líquida – Varejo Total

(R\$ mm)



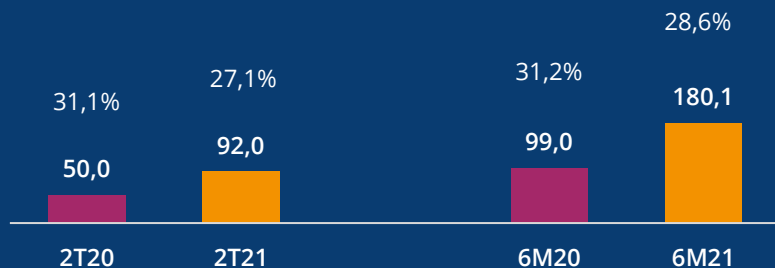
Receita Líquida – Varejo Digital

(R\$ mm)



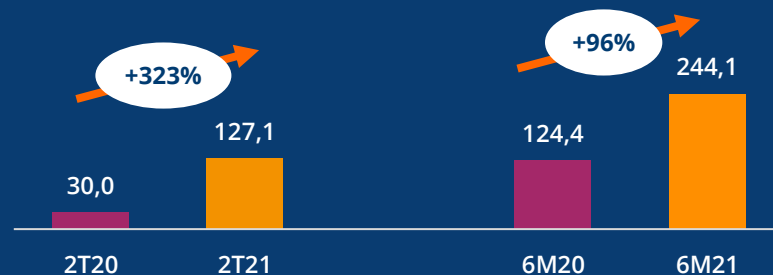
Lucro Bruto – Varejo Total

(R\$ mm e % Receita Líquida)



Receita Líquida – Varejo Físico

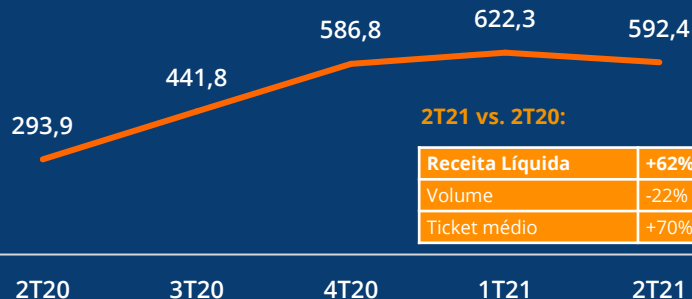
(R\$ mm)



DESTAQUES DOS OPERACIONAIS – VAREJO DIGITAL

Volume de produtos vendidos

(últimos 12 meses, mil unidades)



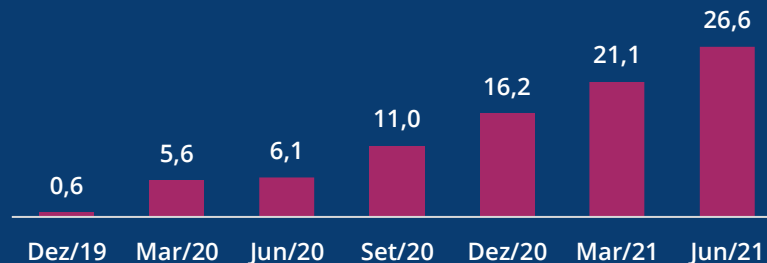
2T21 vs. 2T20:

Receita Líquida	+62%
Volume	-22%
Ticket médio	+70%

Aumento do ticket médio: mix de produtos premium

Número de cartões ativados - Soudi

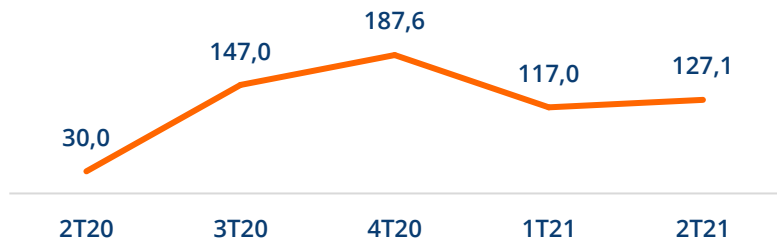
(mil unidades)



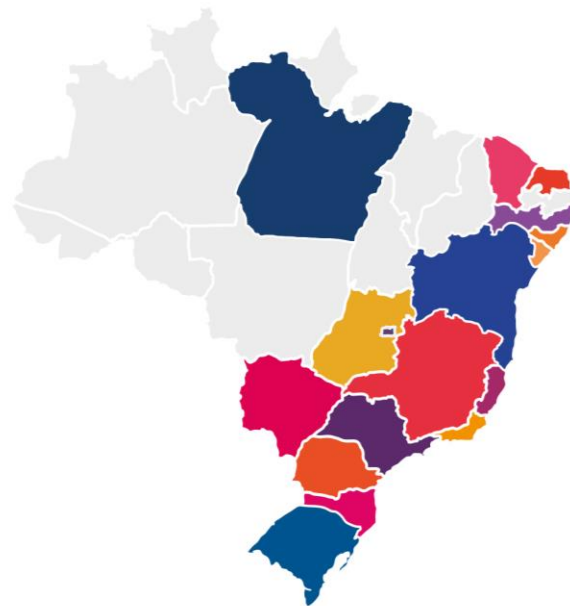
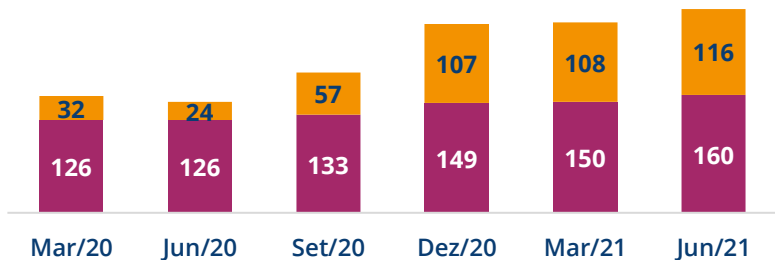
9,1% share de vendas
R\$ 21,6 milhões carteira de recebíveis no final do 2T21
+46,7% volume de vendas com Soudi (2T21 vs 2T20)

DESTAQUES DOS OPERACIONAIS – VAREJO FÍSICO

Receita líquida
(R\$ mm)



Número de pontos de venda – varejo físico
(#PDV, final do trimestre)



276 PONTOS DE VENDA
(Junho/21)

	SAMSUNG	SIS	TOTAL
SP	98	94	192
RJ	23	3	26
MG	20	1	21
PR	15	2	17
MS	4	1	5
DF	0	3	3
SC	0	2	2
AL	0	1	1
BA	0	1	1
CE	0	1	1
ES	0	1	1
GO	0	1	1
PA	0	1	1
PE	0	1	1
RN	0	1	1
RS	0	1	1
SE	0	1	1

85 NPS (marca histórica)
+265,5% Same Store Sales no 2T21

RENTABILIDADE OPERACIONAL

R\$ MILHÕES	2T21	2T20	Δ%	6M21	6M20	Δ%
Lucro Bruto	220,9	119,3	85,1%	401,1	231,1	73,6%
Margem Bruta	14,5%	14,4%	0,1 pp	15,1%	13,9%	1,2 pp
(-) Vendas	-86,6	-74,3	16,6%	-164,1	-134,2	22,3%
(-) Gerais e Administrativas	-34,8	-23,0	51,4%	-66,8	-56,5	18,3%
(-) Outras receitas op. recorrentes ¹ , líq.	5,8	-1,7	-439,5%	7,0	1,9	259,6%
(+) Depreciação e Amortização	16,9	14,5	16,7%	33,4	27,5	21,5%
EBITDA recorrente ¹	122,1	34,8	250,3%	210,5	69,8	201,7%
Margem EBITDA recorrente ¹	8,0%	4,2%	3,8 pp	7,9%	4,2%	3,7 pp
Resultado Financeiro recorrente ¹	-14,4	-18,1	-20,2%	-30,6	-37,6	-18,4%
IR e CSLL recorrente ¹	-16,4	6,1	-369,4%	-25,8	12,9	-300,5%
Lucro Líquido recorrente ¹	74,3	8,4	786,3%	120,7	17,6	584,0%
Margem Líquida recorrente ¹	4,9%	1,0%	3,9 pp	4,5%	1,1%	3,5 pp
Lucro líquido não-recorrente	78,0	-	-	78,0	-	-
Lucro Líquido	152,3	8,4	1.719%	198,7	17,6	1.027%

- I. Despesas com vendas:
 - Aumento em consequência do maior volume de vendas, mas em proporção menor > Maior eficiência
 - Redução de R\$ 19,9 milhões em PDD (alta provisão realizada no 2T20 em decorrência das incertezas do cenário COVID-19)
- II. Despesas G&A: maior despesa com pessoal e serviços de terceiros
- III. Imposto de renda e CSLL: Impacto positivo no 2T20 em decorrência do cenário desafiador, que gerou uma base de cálculo negativa quando considerados todos os efeitos apurados no LALUR
- II. Impacto não recorrente: ajuste positivo decorrente da exclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS entre mar/12 e fev/17

Notas (1) Resultado recorrente desconsidera impacto positivo de R\$ 78,0 milhões decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17

ENDIVIDAMENTO – JUNHO/21

R\$ MILHÕES	2T21	1T21	4T20
Dívida bruta bancária	404,0	426,5	443,4
Dívida por aquisição de empresas	16,9	18,7	18,6
Parcelamentos fiscais	2,2	2,3	2,4
Dívida Bruta	423,2	447,5	464,4
(-) Caixa & equivalentes	-172,2	-276,6	-382,3
Dívida Líquida	250,9	171,0	82,1
EBITDA recorrente LTM	469,5	382,3	328,8
Dívida Líquida/EBITDA recorrente	0,5x	0,4x	0,2x

Principais impactos na variação de R\$ 104,3 mm do caixa no 2T21:

- I. FC Operacional: (R\$ 229,7 mm)
 - Investimento em capital de giro
 - Aumento do saldo de fornecedores com maior rentabilidade nas negociações
 - Aumento no saldo de clientes, com aumento da receita de vendas
 - Geração de R\$ 39,9 milhões em tributos recuperar/obrigações tributárias, com otimização da estratégia de abastecimento

- II. FC Financiamento: (R\$ 57,2 mm)
 - R\$ 28,1mm em empréstimos e financiamentos
 - R\$ 21,2 mm em partes relacionadas

- II. FC Financ. com acionistas: +R\$ 188,1 mm
R\$ 202,8mm em aumento de capital

SESSÃO DE PERGUNTAS E RESPOSTAS

Videoconferência de Resultados - 2T21

11 de agosto de 2021

RESUMO DOS INDICADORES FINANCEIROS

R\$ MILHÕES, EXCETO ONDE INDICADO	2T21	2T20	Δ%	6M21	6M20	Δ%
Receita Bruta - Total	1.854,8	1.017,1	82,4%	3.230,5	2.025,5	59,7%
Receita Líquida - Total	1.527,1	830,0	84,0%	2.654,7	1.664,9	59,5%
Lucro Bruto	220,8	119,3	85,0%	401,1	231,1	73,6%
Margem Bruta (% Receita Líq)	14,5%	14,4%	0,1 pp	15,1%	13,9%	1,2 pp
EBITDA recorrente	122,1	34,8	250,3%	210,5	69,8	201,7%
Mg EBITDA recorrente (% Receita Líq)	8,0%	4,2%	3,8 pp	7,9%	4,2%	3,7 pp
Lucro Líquido recorrente	74,3	8,4	786,3%	120,7	17,6	584,0%
Mg Líquida recorrente (% Receita Líq)	4,9%	1,0%	3,9 pp	4,5%	1,1%	3,5 pp
Impacto não recorrente no LL	78,0	-	-	78,0	-	-
Lucro Líquido	152,3	8,4	1.719%	198,7	17,6	1.027%

OBRIGADO

ri@alliedbrasil.com.br