



**RELATÓRIO
DA ADMINISTRAÇÃO
2º TRIMESTRE DE 2021**



DESTAQUES DO 2T21: CRESCIMENTO E RENTABILIDADE

- **Receita líquida cresce 84,0% no 2T21 e atinge R\$ 1.527,2 milhões.** No acumulado em 6 meses, a receita líquida atinge R\$ 2.654,7 milhões, um aumento de 59,5% em relação ao mesmo período do ano anterior e de 66,9% em relação a 2019
- **Receita líquida do Varejo cresce 110,7% e atinge R\$ 338,9 milhões no 2T21.** Canais digitais cresceram 61,9% e atingiram R\$ 211,8 milhões e canais físicos atingem R\$ 127,1 milhões
- **Receita líquida da Distribuição cresce 77,6% no 2T21 e atinge R\$ 1.188,4 milhões**
- **Lucro Bruto atinge R\$ 220,9 milhões em 2T21, com margem de 14,5%.** O aumento de 85,1% com relação ao 2T20 é reflexo do aumento de 84,0% na receita líquida. No acumulado em 6 meses, lucro bruto atinge R\$ 401,1 milhões, 73,6% acima do mesmo período do ano anterior
- **Rentabilidade: EBITDA recorrente no 2T21 atinge R\$ 122,1 milhões, 250,3% acima do 2T20, com margem de 8,0%.** Crescimento de EBITDA de 67,4% comparado ao 2T19. No acumulado em 6 meses, EBITDA recorrente totaliza R\$ 210,5 milhões, com margem de 7,9%
- **Lucro líquido recorde de R\$ 152,3 milhões no trimestre,** como consequência de um forte resultado operacional e de um efeito não recorrente positivo de R\$ 78,0 milhões, decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo de PIS/COFINS entre março de 2012 a fevereiro de 2017
- **Lucro líquido recorrente de R\$ 74,3 milhões no trimestre, contra R\$ 8,4 milhões no 2T20 e R\$ 35,1 milhões no 2T19.** Ajuste excluindo efeito positivo dos impostos extemporâneos. Lucro líquido recorrente totaliza R\$ 120,7 milhões e R\$ 270,7 milhões, respectivamente, nos últimos 6 e 12 meses
- **Expansão do Varejo Físico: 276 PDVs no final do 2T21,** refletindo a aquisição de 6 PDVs Samsung em abril, a inauguração de 10 PDVs (Samsung e Store-in-Store) e abertura de 2 operações Store-in-Store em novo parceiro (Giga Atacado)
- **Consolidação da estratégia omnichannel, com abordagem inovadora de "Marketplace Multinível"**
- **R\$ 172,2 milhões em caixa e dívida líquida de R\$ 250,9 milhões no final do 2T21, ou 0,5x o EBITDA dos últimos 12 meses**
- **Oferta inicial de ações com esforços restritos realizada em 08/04/2021 na B3 totaliza R\$ 197,4 milhões, sendo R\$ 188,8 em recursos primários e R\$ 8,6 milhões em recursos secundários**

PRINCIPAIS INDICADORES:

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%
Margem EBITDA Aj. (% 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%
Margem Líquida Aj. (% Receita Líq)	4,9%	1,0%	3,9 pp	4,5%	1,1%	3,5 pp
Lucro Líquido	152,3	8,4	1.719%	198,7	17,6	1.027%

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 2021. Os resultados aqui apresentados devem ser lidos acompanhados das Demonstrações Financeiras e Respectivas Notas, publicadas pela Companhia nesta data.

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

ATRAVÉS DE 3 CANAIS DE VENDAS...

DISTRIBUIÇÃO

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

Vendemos anualmente mais de 10,5 milhões de itens para mais de 3,5 mil clientes em todo o território nacional. Contamos com 5 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 TVs.

VAREJO DIGITAL

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

Vendemos aproximadamente 600 mil produtos por ano por este canal e atuamos através de:

- Nossa marca MobCom como seller nos principais marketplaces do país
- Parcerias estratégicas com grandes fabricantes, através de lojas virtuais autorizadas como Google e Apple
- Venda de produtos e serviços nos sites das operadoras de telecom
- Serviços: plataforma de vendas para o varejo e solução de crédito e meio de pagamento

VAREJO FÍSICO

PROVEMOS EXPERIÊNCIA DIFERENCIADA, PORTFÓLIO COMPLETO E SERVIÇOS ADICIONADOS

Vendemos anualmente mais de 600 mil produtos em nossos 276 pontos de venda em 17 estados brasileiros. Atuamos através de dois modelos de varejo físico:

- Lojas/quiosques da marca Samsung: operamos 160 pontos de venda da Samsung, onde provemos portfólio completo e experiência diferenciada para os consumidores da marca.
- Operações Store-in-Store (SiS): operação de eletrônicos em 116 pontos de venda de varejistas de outros segmentos, através da montagem de quiosques com vendedores especializados.

Todos os modelos de varejo físico possuem oferta completa em conjunto com os serviços digitais da Allied.

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

É com muita satisfação que apresentamos ao mercado o nosso relatório de resultados do segundo trimestre de 2021. Seguindo a mesma trajetória dos últimos trimestres, tivemos um crescimento muito sólido e com alta rentabilidade. Nossa estratégia segue sendo implementada através do fortalecimento da *omnicanalidade*, da diversificação de categorias e produtos no portfólio, do aumento do número de pontos de venda, do crescimento das vendas com a utilização da ferramenta de financiamento próprio e do fortalecimento do canal digital.

DISTRIBUIÇÃO

O nosso canal de vendas distribuição, em que atendemos anualmente 3,5 mil clientes, atingiu a receita líquida expressiva de R\$ 1,2 bilhão no trimestre, o que representa um crescimento de 77,6% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta se manteve alta, em 10,8%. Através deste canal vendemos 2,4 milhões de produtos no trimestre, ou 10,6 milhões nos últimos 12 meses. Como representatividade na receita, *mobile* representou 57% e continua sendo a maior categoria do canal, tendo sido beneficiada tanto pelo aumento de volume quanto pelo maior ticket médio. No entanto, a diversificação e introdução de novas categorias e produtos vem surtindo efeito. A aposta mais recente, de linha branca, por exemplo, representou R\$ 10,8 milhões em receita líquida no trimestre, com a venda de 12 mil produtos no período. Na categoria de *smart home*, por sua vez, vendemos aproximadamente 90 mil produtos no trimestre, entre lâmpadas e tomadas inteligentes, assistentes digitais, controles universais e fechaduras digitais.

VAREJO

O nosso varejo cresceu 110,7% no 2T21 e alcançou R\$ 338,9 milhões de receita líquida através das nossas estratégias físicas e digitais, que estão cada vez mais interconectadas pela *omnicanalidade*. A margem bruta deste canal foi de 27,1% trimestre. Encerramos o período com 276 pontos de venda e presença em 30 lojas online, tanto como *seller* Mobcom quanto representando lojas oficiais de nossos parceiros. Demonstrando o nosso comprometimento com a qualidade de atendimento aos nossos clientes, destacamos o NPS (Net promoter Score) de 85,4% nas lojas físicas Samsung e a nota 8,6 no Reclame Aqui com a marca MobCom.

RENTABILIDADE

A rentabilidade apresentada neste trimestre foi reflexo não só do crescimento expressivo, conforme citado acima, mas também da maior eficiência nas despesas operacionais. Como resultado, o EBITDA e o Lucro Líquido recorrentes do trimestre foram de R\$ 122,1 milhões e R\$ 74,3 milhões, respectivamente, o que representa margens de 8,0% e 4,9% da receita líquida. No acumulado do ano, o EBITDA e o Líquido totalizam R\$ 210,5 milhões e R\$ 120,7 milhões, respectivamente. Acumulado nos primeiros 6 meses do ano, o EBITDA foi 202% superior ao mesmo período de 2020 e o lucro líquido foi 10x maior.

ESTRUTURA DE CAPITAL

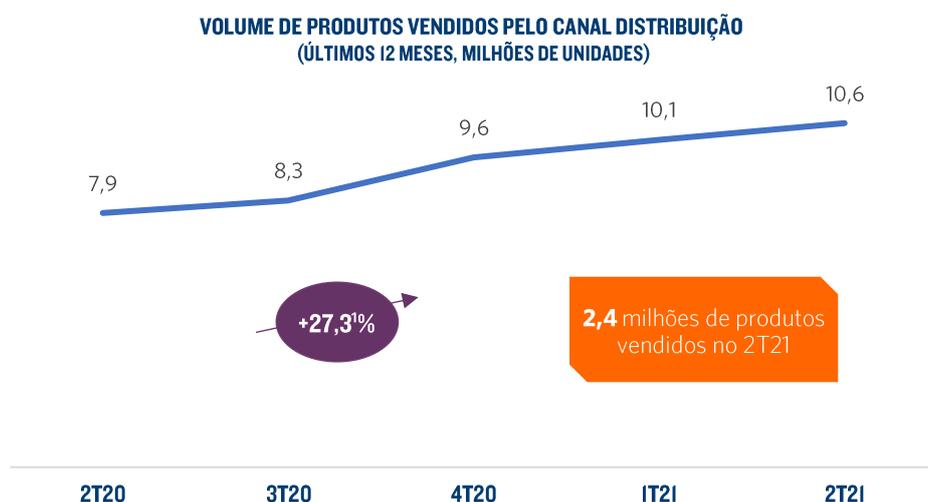
Encerramos o 2T21 com R\$ 172,2 milhões em caixa e uma dívida bruta de R\$ 423,2 milhões, o que representa uma dívida líquida de R\$ 250,9 milhões ou 0,5x o EBITDA recorrente dos últimos 12 meses. A oferta pública de ações da Allied foi o principal gerador do aumento de capital de R\$ 202,8 milhões no trimestre. Esse recurso está sendo utilizado para alavancar o crescimento da Companhia.

Por fim, estamos orgulhosos em apresentar mais um trimestre com excelentes resultados e com bases sólidas para seguir um caminho de sucesso para a Allied.

DESEMPENHO FINANCEIRO E OPERACIONAL: CANAL DE VENDAS – DISTRIBUIÇÃO

A receita líquida no canal de vendas de distribuição aumentou 77,6% no 2T21 em comparação ao 2T20 e atingiu R\$ 1.188,4 milhões. As categorias que mais contribuíram para o crescimento da receita líquida no canal de Distribuição na comparação do 2T21 com o 2T20, foram: mobile (+103%) e computadores (+58%). As categorias de e-readers, linha marrom e videogames também foram bastante relevantes no aumento da receita trimestral. Além do volume expressivamente maior de produtos vendidos no 2T21, ressalta-se o aumento do ticket médio em praticamente todas as categorias de atuação da Companhia. Na categoria de smartphones, a mais relevante no mix de produtos, a Allied cresceu acima do mercado, comparando 2T21 com 2T20, tanto em quantidade de produtos, quanto em valor de vendas.

Nos últimos 12 meses, a Allied atendeu aproximadamente 3,5 mil clientes através do seu canal de Distribuição, sendo que os 20 mais representativos deles corresponderam a 77% da receita líquida deste canal.



No 2T21 foram vendidos 2,4 milhões de produtos através do canal Distribuição, um aumento de 27,3% em relação ao 2T20. O ticket médio das vendas no trimestre foi de R\$ 635, o que representou um aumento de 41,0% em relação ao 2T20. Esse aumento é explicado, principalmente: (i) pela maior relevância da categoria mobile, que tem um ticket médio superior ao consolidado; e (ii) pelo aumento do ticket médio das categorias: mobile, linha branca, linha marrom e vídeo game.

Ao longo do 2T21 vendemos aproximadamente 90 mil produtos na categoria *smart home*, entre os quais se destacam: assistentes digitais, lâmpadas e tomadas inteligentes, controle universal, balanças inteligentes e fechaduras digitais. No 2T21, as receitas líquidas de produtos dessa categoria somaram R\$ 10,5 milhões.

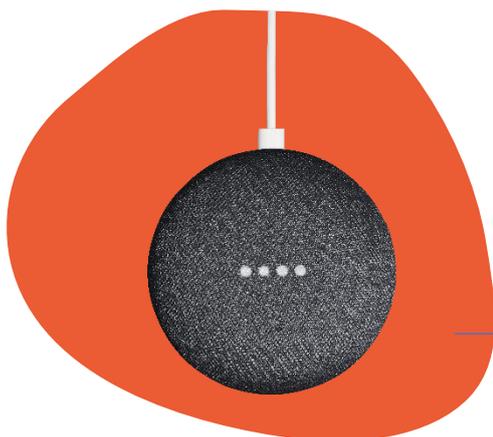


Balança corporal inteligente com bluetooth
i2Go

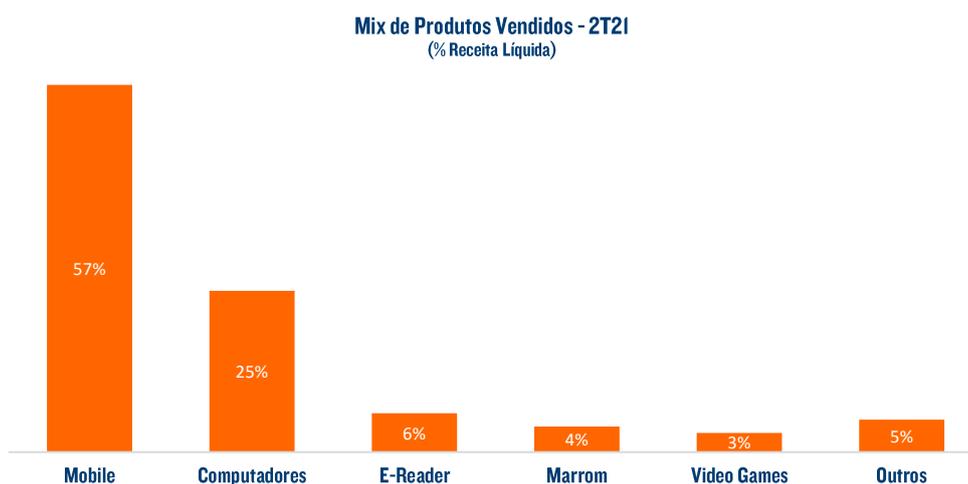
Fechadura digital Smartlock
Midea



Google Nest Mini
Google



O gráfico abaixo mostra a evolução do mix de produtos do canal de vendas Distribuição no 2T21.



A categoria *mobile* representou 57% da receita líquida no 1T21. O aumento de 103% na receita líquida proveniente dessa categoria entre o 2T20 e o 2T21 ocorreu tanto pelo aumento da quantidade vendida (+46%) quanto pelo aumento do ticket médio (+40%). Essa categoria é composta principalmente por telefones celulares, *tablets*, *wearables* e acessórios.

A categoria de linha branca continua crescendo de forma expressiva, e manteve a sua representatividade na receita líquida do 2T21 em aproximadamente 1,0%. Composta principalmente por lavadoras, refrigeradores e fogões, esta categoria teve ticket médio de R\$ 1.093 no 2T21.

A ampliação do portfólio, tanto em categorias/produtos quanto em novos fornecedores, faz parte da estratégia de crescimento do canal de vendas da Companhia.

DESEMPENHO FINANCEIRO E OPERACIONAL: CANAL DE VENDAS – VAREJO DIGITAL

A receita líquida do canal de vendas de varejo digital aumentou 61,9% no 2T21 em comparação com o 2T20. Este canal inclui (i) vendas realizadas em *marketplaces*, seja através da marca MobCom ou da operação de lojas próprias oficiais de marcas parcerias; (ii) vendas de produtos e serviços em sites das operadoras de telecomunicações que são clientes da Allied; e (iii) venda de serviços digitais através, principalmente, das plataformas SAV e Soudi

O aumento de 119% no ticket médio no 2T21 em comparação ao 2T20 pode ser explicado, principalmente, pelo aumento de 129%, 52% e 49% no ticket médio nas categorias de celulares, notebooks e consoles de videogames, respectivamente. Nos últimos 12 meses terminados em 30 de junho de 2021, foram vendidos 592 mil produtos através do Varejo Digital da Allied. No 2T21 foram comercializados 103,3 mil produtos, em comparação com 133,2 mil produtos no 2T20. A redução é explicada principalmente pelo menor volume de venda de celulares, chips e streaming devices, parcialmente compensados pelo aumento do volume de tablets vendidos entre os dois períodos.

Considerando os efeitos mencionados acima, as categorias que mais contribuíram com o aumento da receita do canal de vendas Digital no 2T21, em comparação com o 2T20, foram: celulares, tablets e wearables.

No escopo de serviços digitais, a plataforma de crédito e pagamento Soudi estava implementada em 220 operações no final do 2T21 e a plataforma SAV, de serviços para o varejo, estava em 5,2 mil PDVs. O crescimento de ativações com a plataforma SAV aumentou 99,8% no acumulado nos 6 primeiros meses de 2021, em relação ao mesmo período de 2020.



DESTAQUE: INAUGURAÇÃO DA LOJA MOBCOM NO MARKETPLACE KABUM



KaBum!
www.kabum.com.br

No 2T21 a Allied inaugurou uma nova operação no marketplace Kabum com a marca MobCom. Ao final do 2T21, a Allied contava com 30 lojas online, sendo 12 lojas oficiais de 3 parceiros (Apple, Google e HyperX) e 18 lojas da marca MobCom.

DESTAQUE: ESTRATÉGIA OMNICHANNEL - MARKETPLACES MULTINÍVEL

Desde o início do ano de 2020, com o cenário restritivo imposto pelo COVID-19, a Allied vem acelerando a sua estratégia *omnichannel* e alavancando vendas através da integração de seus pontos de venda físicos e sua presença como *seller* nos principais *marketplaces* do país, conceito recém-criado e denominado Marketplace Multinível.

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

**QUAL É O DIFERENCIAL DA ALLIED?**

- Capilaridade de 276 pontos de venda localizados em 17 Estados brasileiros
- Amplitude e profundidade de estoque, com mais de 4,1 mil SKUs em 10 categorias.
- Eficiência fiscal e logística, com 5 centros de distribuição

POR QUE É INOVADOR?

- Projeto **pioneiro** no mercado, a Mobcom foi o 1º Seller da Vtex a disponibilizar as modalidades de Click And Collect e Ship From Store totalmente integrado via um Marketplace;
- **Integração** da loja online (*seller*) nos *marketplaces* com as lojas físicas, construindo uma complexa arquitetura, automatizada desde primeiro clique até a entrega ao consumidor; e
- Oportunidade de **otimização** dos estoques das lojas, disponibilizando-os para venda em *marketplaces* e proporcionando ao consumidor uma **experiência diferenciada**.

**PRINCIPAIS RESULTADOS ALCANÇADOS ATÉ O MOMENTO**

- **Click and Collect:** os clientes da MobCom, que comprarem nos marketplaces do grupo B2W (Submarino, Americanas e Shoptime) e no Mercado Livre, atualmente podem escolher retirar seus produtos em 110 pontos da Allied localizados em 16 cidades dos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Paraná.
- **Cross Sell – Compras incrementais:** Além de as vendas realizadas com a opção de Click and Collect possuírem um ticket médio superior aos pedidos realizados no online tradicional, ao coletarem seus produtos, os clientes agregam: (i) contratação de serviço de seguro; e (ii) compra de produtos adicionais, principalmente: acessórios e wearables.
- **Ship From Store:** os clientes da MobCom, que comprarem nos marketplaces do Magazine Luiza e do Mercado Livre, poderão ter seus produtos despachados de lojas da Allied próximas com entrega em até 3 horas.

DEMAIS INICIATIVAS NA ESTRATÉGIA DE OMNICHANALIDADE DA ALLIED:

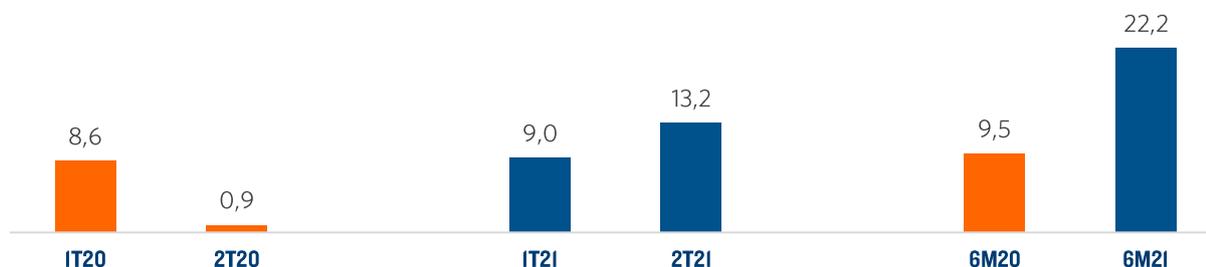
Drive Thru Retira

DESTAQUE: CRESCIMENTO DA FERRAMENTA DIGITAL DE FINANCIAMENTO E CRÉDITO (SOUDI)

No 2T21, o volume de vendas com a utilização da Soudi alcançou R\$ 13,2 milhões, um aumento de 46,7% em relação ao 1T21. No acumulado do ano, o crescimento é de 133,7%, atingindo R\$ 22,2 milhões nos 6 meses findos em 30 de junho de 2021.

No 2T21, a participação da receita da Soudi nas operações da Allied nas quais a solução estava implantada foi de 9,1%, o que representa 6,1 p.p. acima do atingido no 2T20.

VENDA TOTAL COM SOUDI (R\$ MILHÕES)



NÚMERO DE CARTÕES ATIVADOS - SOUDI



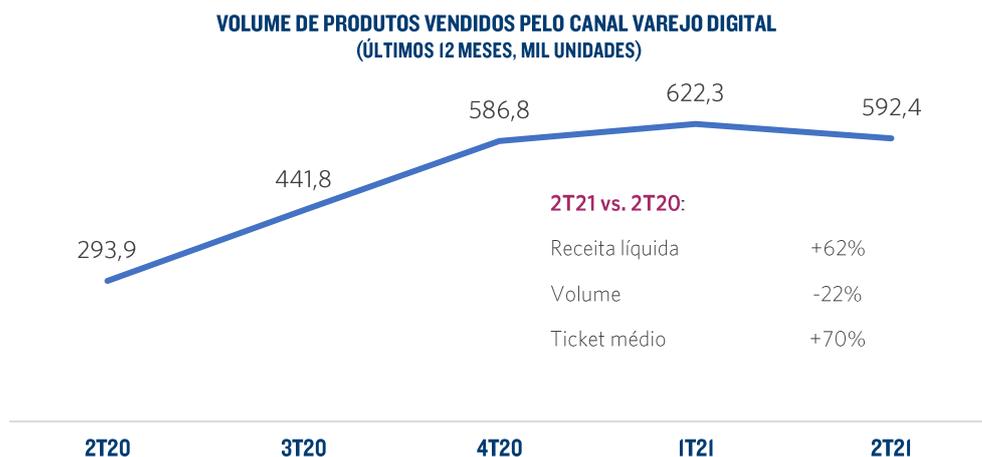
Soudi, criada pela Allied em outubro de 2019, é uma plataforma totalmente digital para crédito e soluções financeiras. Após um período de estabilidade em decorrência do fechamento das lojas físicas no cenário COVID-19, o número de cartões ativados voltou a crescer de forma substancial e atingiu 26,6 mil em junho de 2021.

Inicialmente implementada nas operações de varejo físico da Allied, o sucesso da Soudi levou expansão para (i) todas as lojas da marca Samsung no Brasil (em implementação); e (ii) piloto em algumas operações store-in-store da Allied. Ao final do 2T21, a implementação da plataforma Soudi estava concluída em 220 pontos de venda.

Nos últimos 12 meses, a participação da receita da Soudi nas operações da Allied nas quais a solução estava implantada era de 7,1%.

A carteira de recebíveis da Soudi no final do 2T21 era de R\$ 21,6 milhões.

O gráfico abaixo mostra a evolução do número de produtos pelo canal de vendas Varejo Digital em 12 meses.

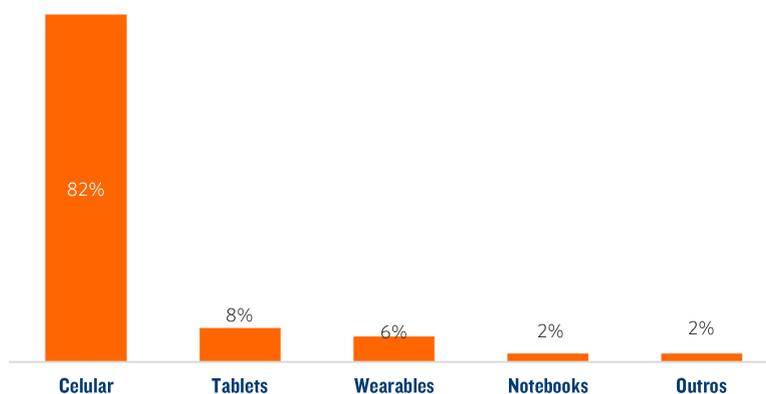


No 2T21 foram vendidos 103 mil produtos através do canal de Varejo Digital. O ticket médio das vendas no trimestre foi de R\$ 2.355 o que representou 119% de aumento em relação ao 2T20.

O aumento do ticket médio é explicado, principalmente, pelo mix premium de produtos vendidos pelo canal, com crescimento nas subcategorias de celulares, notebook e consoles, conforme explicado acima.

O ticket médio da categoria smartphones, a mais representativa no mix de produtos, alcançou R\$ 3.133 no 2T21, um aumento de 129% em relação ao 2T20. Se desconsiderarmos o efeito do programa iPhone Pra Sempre, o ticket médio da categoria foi de R\$ 2.434, um aumento de 78% em relação ao 2T20.

Mix de Produtos Vendidos - 2T21
(% Receita Líquida)



O gráfico ao lado mostra a evolução do mix de produtos do canal de vendas Varejo Digital no 2T21.

DESEMPENHO FINANCEIRO E OPERACIONAL: CANAL DE VENDAS – VAREJO FÍSICO

Em 30 de junho de 2021, a Allied contava com 276 pontos de venda localizados em 17 estados brasileiros. A receita líquida desse canal no 2T21 foi de R\$ 127,1 milhões, um crescimento de 323,1% em relação ao 2T20, sendo que no final do 2T21 79 pontos de venda operavam em horário reduzido.

Same Store Sales no trimestre foi de +265,5%, refletindo, principalmente, as rigorosas restrições ao funcionamento das lojas físicas no 2T20 em decorrência do cenário COVID-19. No acumulado em 6 meses, o indicador foi de +58,2%.

O volume de produtos e serviços comercializados através do canal de vendas de Varejo Físico aumentou 355% no 2T21, em comparação com o 2T20. Todas as categorias vendidas nas lojas físicas tiveram aumento entre os dois períodos, sendo que os maiores destaques em termos absolutos foram: acessórios (+308%), celulares (+310%) e wearables (+9,5x).

O ticket médio no 2T21 foi de R\$1.041,36, comparado com R\$ 1.127,09 no mesmo trimestre do ano anterior. Esse efeito é explicado pela: (i) alteração no mix de produtos, com redução da relevância de celulares e aumento de acessórios; (ii) redução do ticket médio de celulares e wearables, parcialmente compensando pelo aumento do ticket médio de notebooks e tablets.

Como resultado dos efeitos mencionados acima, todas as categorias tiveram receitas maiores no 2T21 em comparação com o 2T20. Em valores absolutos, as categorias de maior representatividade no aumento da receita líquida entre os dois períodos foram: celulares (+281%), Tablets (+427%) e Notebooks (+663%).

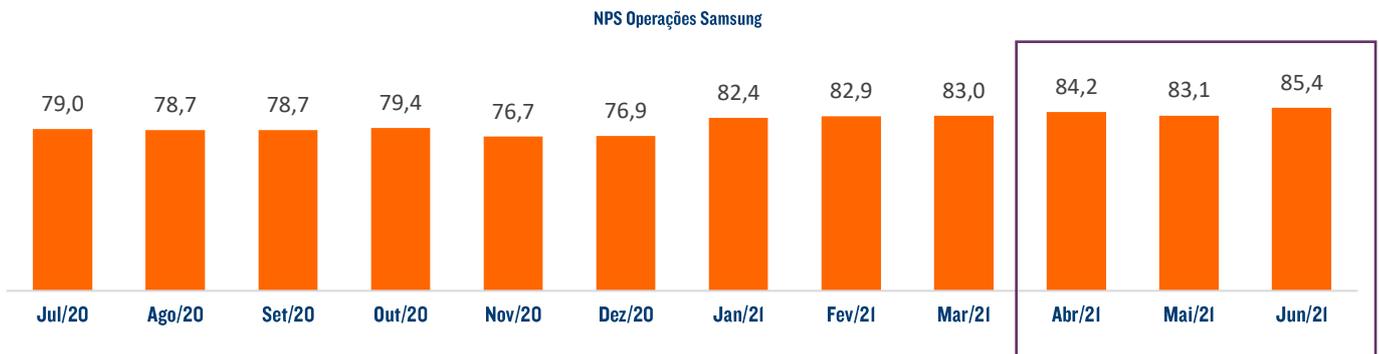
As vendas de seguros continuam bastante representativas no Varejo Físico no 2T21, representando 22,1%. Adicionalmente, foram vendidos 1,8 acessórios para cada celular, tablet ou notebook no período.



DESTAQUE: NPS DAS OPERAÇÕES SAMSUNG ATINGE A MARCA HISTÓRICA DE 85,4%



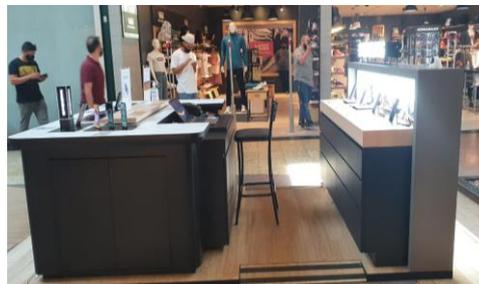
O Net Promoter Score (NPS) é uma métrica que tem como objetivo medir a satisfação e lealdade dos clientes com a empresa. Em junho de 2021 as operações Samsung da Allied atingiram a expressiva pontuação de 85,4%, o que demonstra o compromisso da Companhia com a satisfação dos clientes.



DESTAQUE: INAUGURAÇÕES SAMSUNG NO TRIMESTRE



Mais Shopping
(São Paulo, SP)



Pq. Shopping Dom Pedro
(Campinas, SP)



Golden Square Shopping
(São Bernardo do Campo, SP)



Parque Shopping Barueri
(Barueri, SP)

DESTAQUE: NOVA PARCERIA STORE IN STORE

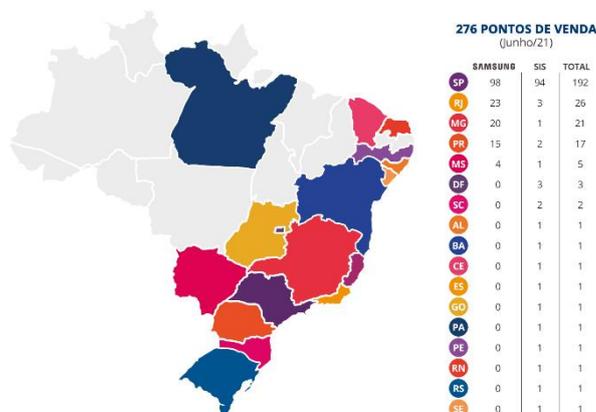
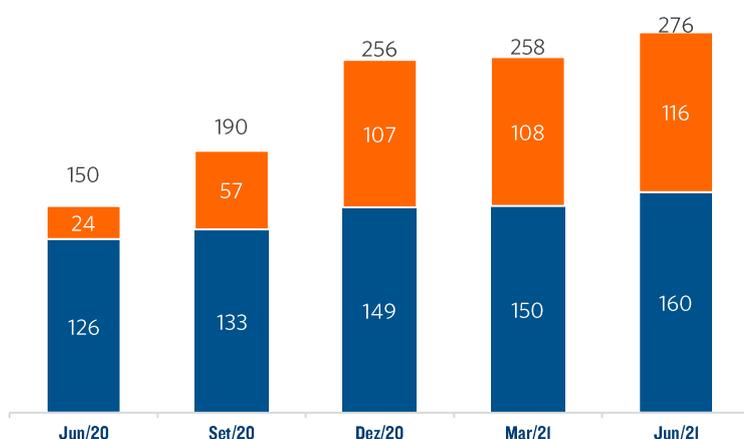


Nos dias 12 e 13 de maio de 2021, a Allied inaugurou duas operações Store-in-Store em lojas de um novo parceiro, o Giga Atacado. As novas operações são localizadas nas lojas Limão e Cachoeirinha, ambas na cidade de São Paulo.

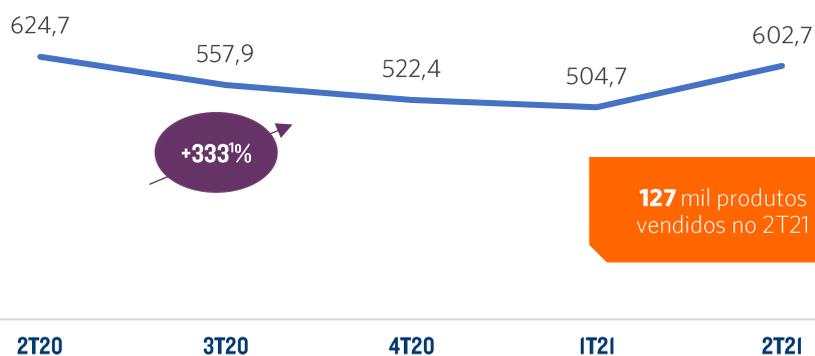
O Giga é um atacadista de alimentos que atende mais de 500 mil clientes e possui 10 lojas físicas no Estado de São Paulo.

A Allied encerrou o 2T21 com 276 PDVs, sendo 160 operações Samsung e 116 Store-in-Store. Os movimentos do trimestre foram: (i) 6 PDVs Samsung adquiridos em abril/21; (ii) 4 inaugurações de PDV Samsung; (iii) 2 inaugurações de quiosques SiS em novo parceiro (Giga Atacado); e (iv) 6 inaugurações de quiosques SiS em parcerias já existentes.

NÚMERO DE PONTOS DE VENDA - VAREJO FÍSICO



Volume de produtos vendidos pelo canal Varejo Físico
(últimos 12 meses, mil unidades)



No 2T21 foram vendidos 127 mil produtos através do canal de Varejo Físico, um aumento de 333,4% em relação ao 2T20. O ticket médio das vendas de produtos no 2T21 foi de R\$ 1.093,44 o que representou 4,6% de redução em relação ao 2T20.

Nota: (1) Crescimento percentual do trimestre atual em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

O gráfico abaixo mostra a evolução do mix de produtos do canal de vendas Varejo Físico no 2T21.



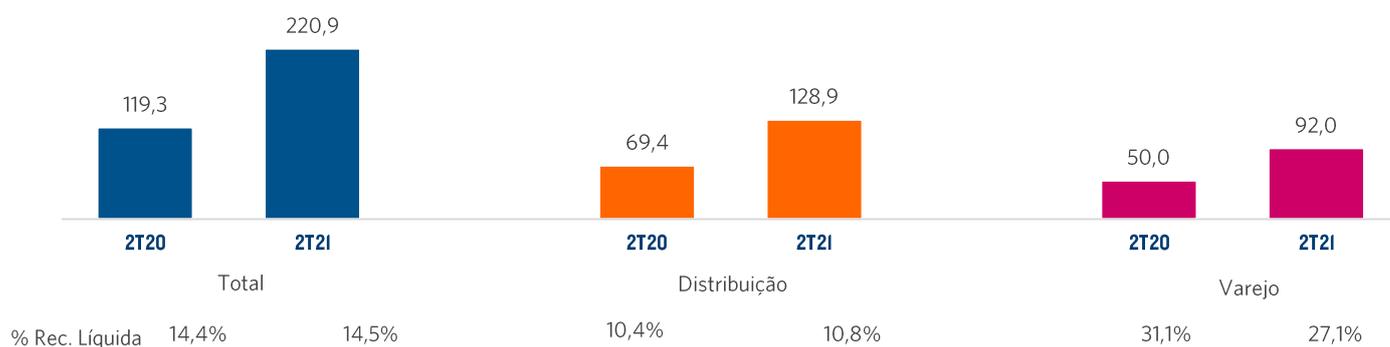
ANÁLISE DE RESULTADOS

R\$ milhões, exceto onde indicado	2T21	2T20	Δ%	6M21	6M20	Δ%
Receita Líquida - Distribuição	1.188,4	669,2	77,6%	2.025,6	1.347,4	50,3%
Receita Líquida - Varejo Digital	211,8	130,8	61,9%	385,0	193,0	99,5%
Receita Líquida - Varejo Físico	127,1	30,0	323,1%	244,1	124,4	96,2%
Receita Líquida - Total	1.527,2	830,0	84,0%	2.654,7	1.664,9	59,5%

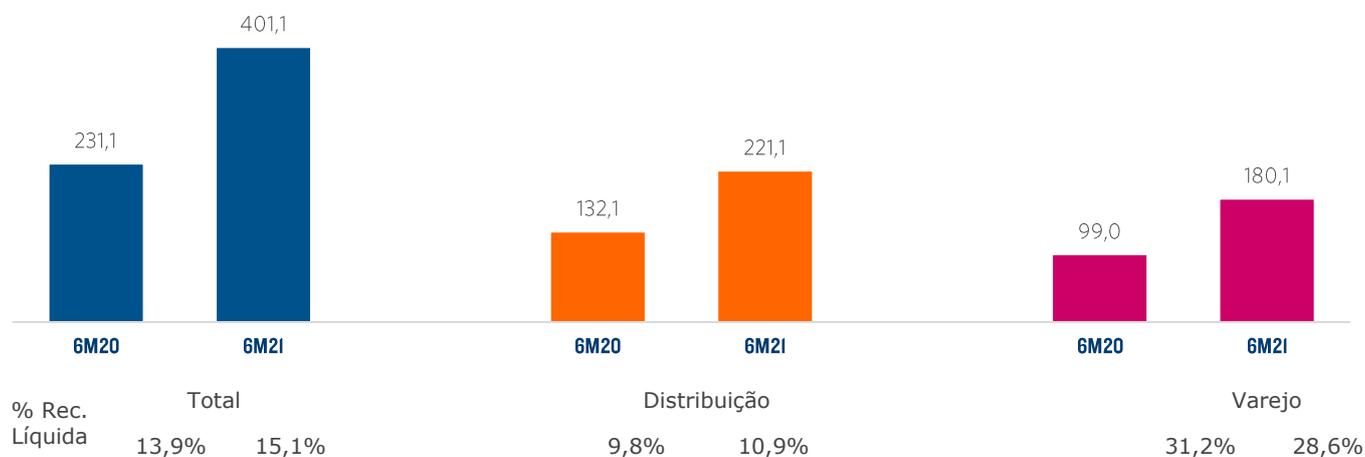
A receita líquida total no 2T21 foi de R\$ 1.527,2 milhões, um crescimento de 84,0% em relação ao 2T20. Conforme detalhado nas seções anteriores, todos os canais de venda tiveram um crescimento expressivo entre o 2T20 e 2T21. No acumulado em 6 meses de 2021, os canais de vendas Distribuição, Varejo Digital e Varejo Físico representaram, respectivamente, 76%, 15% e 9% da receita líquida da Companhia.

Abaixo apresentamos o lucro bruto da Companhia por canais de vendas:

LUCRO BRUTO
(R\$ MILHÕES E % RECEITA LÍQUIDA)



LUCRO BRUTO
(R\$ MILHÕES E % RECEITA LÍQUIDA)



O lucro bruto no 2T21 totalizou R\$ 220,9 milhões, um crescimento de 85,1% em relação ao 2T20. Este aumento ocorreu devido ao aumento de 84,0% na receita líquida entre os dois períodos. A margem bruta no 2T21 foi de 14,5%, 0,1 p.p acima do 2T20.

ANÁLISE DE RESULTADOS – DESPESAS OPERACIONAIS

R\$ milhões, exceto onde indicado	2T21	2T20	Δ%	6M21	6M20	Δ%
Vendas	-86,8	-74,3	16,8%	-164,3	-134,2	22,4%
Gerais e Administrativas	-34,8	-23,0	51,1%	-66,8	-56,5	18,2%
Outras receitas operacionais recorrentes, líq	5,8	-1,7	-439,5%	7,0	1,9	259,6%
Despesas operacionais recorrentes	-115,7	-99,0	16,9%	-224,1	-188,7	18,7%
Ajuste não-recorrente	101,4	-	-	101,4	-	-
Despesas operacionais	-14,2	-	-	-122,6	-	-

As despesas operacionais recorrentes no 2T21 aumentaram 16,9% ou R\$ 16,8 milhões, em comparação com o valor realizado no 2T20, totalizando R\$ 115,7 milhões.

No trimestre, as despesas com vendas aumentaram 16,8%, ou R\$ 12,5 milhões. Esta variação pode ser explicada principalmente: (i) pelo aumento de R\$ 20,8 milhões nas despesas com pessoal de vendas, taxas de cartão de crédito e fretes, sendo que o crescimento dessas despesas foi inferior ao aumento da receita líquida no período; (ii) pelo crescimento de R\$ 9,1 milhões nas despesas com aluguéis e ocupação entre os dois períodos; e (iii) pela redução de R\$ 19,9 milhões na provisão para perdas com perdedores duvidosos, em decorrência da alta provisão realizada no 2T20 no contexto de incerteza causada pela pandemia do COVID-19.

As despesas gerais e administrativas aumentaram R\$ 11,8 milhão, ou 51,1% no 2T21 como impacto, principalmente, (i) do aumento de R\$ 4,4 milhões nas despesas com serviços de terceiros; (ii) do aumento de R\$ 4,0 milhões nas despesas com pessoal; e (iii) do aumento de R\$ 2,9 milhões em outras despesas gerais e administrativas.

Em março de 2017, a Allied ingressou com uma ação judicial para não inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS e da COFINS, tendo decisão favorável em 1ª e 2ª instâncias, publicadas em setembro de 2017 e março de 2021, respectivamente. Atualmente a Fazenda opôs embargos de declaração, aguardando decisão.

O Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu no dia 13 de maio de 2021 que a exclusão do ICMS sobre a base de cálculo de PIS e Cofins vale desde março de 2017 e que empresas que contestaram o tema na justiça até essa data poderão também reaver valores pagos anteriormente. Com valores praticamente certos de ressarcimento, a Companhia apurou e registrou os créditos entre o período de março de 2012 a fevereiro de 2017 de R\$ 101,4 milhões, com atualização monetária de R\$ 17,7 milhões.

Desta forma, apresentamos abaixo o EBITDA e o lucro líquido recorrentes, que desconsideram o efeito descrito acima.

R\$ milhões, exceto onde indicado	2T21	2T20	Δ%	6M21	6M20	Δ%
Lucro Operacional recorrente antes do Res. Financeiro	105,2	20,4	416,1%	177,1	42,3	318,6%
Depreciação e Amortização	16,9	14,5	16,7%	33,4	27,5	21,5%
EBITDA recorrente	122,1	34,8	250,3%	210,5	69,8	201,7%
Margem EBITDA recorrente	8,0%	4,2%	3,8 pp	7,9%	4,2%	3,7 pp
Resultado Financeiro recorrente	-14,4	-18,1	-20,2%	-30,6	-37,6	-18,4%
Imposto de Renda e Contrib. Social recorrente	-16,4	6,1	-369,4%	-25,8	12,9	-300,5%
Lucro Líquido recorrente	74,3	8,4	786,3%	120,7	17,6	584,0%
Margem Líquida recorrente	4,9%	1,0%	3,9 pp	4,5%	1,1%	3,5 pp
Receitas operacionais não recorrentes	101,4	-	-	101,4	-	-
Receitas financeiras não recorrentes	16,8	-	-	16,8	-	-
Imposto de Renda e CSLL não recorrente	-40,2	-	-	-40,2	-	-
Lucro Líquido	152,3	8,4	1.719%	198,7	17,6	1.027%

ESTRUTURA DE CAPITAL - ENDIVIDAMENTO

A Allied encerrou o 2T21 com uma dívida bruta de R\$ 423,2 milhões e uma posição de caixa de R\$ 172,2 milhões. A dívida líquida, portanto, encerrou o 2T21 em R\$ 250,9 milhões, equivalente a 0,5x o EBITDA recorrente nos últimos 12 meses. A redução de R\$ 210,1 milhões do caixa no ano reflete (i) o consumo de caixa nas atividades operacionais, como reflexo dos investimentos em capital de giro; (ii) o pagamento de juros e principal sobre as obrigações financeiras da Companhia; e (iii) a entrada de caixa da oferta de ações concluída em abril de 2021.

Os principais impactos na variação negativa de R\$ 104,3 milhões do caixa durante o 2T21 foram:

1. o consumo de R\$ 229,7 milhões nas atividades operacionais, como reflexo de investimentos em capital de giro para financiar o crescimento que a Companhia vem apresentando. Nesse sentido, destacamos que o consumo de caixa na linha de fornecedores ocorreu devido à priorização de rentabilidade nas negociações e o aumento da conta de clientes é consequência do crescimento de 60% da receita no trimestre. Além disso, notamos que a estratégia de abastecimento, através da otimização das rotas logísticas considerando as diferentes estruturas tributárias, corroborou com a geração de caixa de R\$ 39,9 milhões nas linhas de tributos a recuperar e obrigações tributárias.
2. o consumo de R\$ 57,2 milhões em atividades de financiamento, com destaque para R\$ 28,1 milhões em pagamento de principal e juros de empréstimos e financiamentos e R\$ 21,2 milhões em pagamento de principal e juros com partes relacionadas; e
3. o aumento de R\$ 188,1 milhões nas atividades de financiamento com acionistas, com destaque para R\$ 202,8 milhões em aumento de capital.

R\$ milhões	2T21	4T20	Δ
Dívida bruta bancária	404,0	443,4	-8,9%
Dívida por aquisição de empresa	16,9	18,6	-9,0%
Parcelamento fiscais - PERT	2,2	2,4	-8,1%
Dívida Bruta	423,2	464,4	-8,9%
(-) Caixa & equivalentes e valores mobiliários	-172,2	-382,3	-54,9%
Dívida Líquida	250,9	82,1	205,7%
EBITDA recorrente LTM	469,5	328,8	42,8%
Dívida Líquida / EBITDA recorrente	0,5x	0,2x	0,3x

Em 30 de junho de 2021, a Companhia tinha em aberto a favor de debenturistas, a 3ª e 4ª emissões de debentures simples não conversíveis em ações, ambas em série única. Conforme estabelecido em escritura, a Companhia deve manter o índice de dívida líquida / EBITDA inferior ou igual a 2,5x.

ESTRUTURA DE CAPITAL - CAPITAL SOCIAL

Em 30 de junho de 2021, o capital social da Allied era composto por 91.773.885 ações ordinárias, distribuídas conforme a tabela abaixo:

Estrutura acionária – 30/06/2021	# ações	% ações
Brasil Investimentos 2015 I FIP Multiestratégia	44.733.891	48,7%
Brasil Investimentos 2015 II FIP Multiestratégia	16.982.505	18,5%
Administração	477.195	0,5%
Free Float (B3)	29.580.294	32,3%
Ricardo Radomysler	10.025.929	10,9%
Marcelo Radomysler	6.563.202	7,2%
Demais acionistas com percentual individual abaixo de 5%	12.991.163	14,2%
Total	91.773.885	100,0%

Em 08 de abril de 2021, o Conselho de Administração aprovou, no âmbito da oferta pública de distribuição com esforços restritos, o aumento de capital social da Companhia, que passou a ser composto por 90.415.309 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal.

Em 14 de abril de 2021, o Conselho de Administração aprovou o aumento de capital social da Companhia, que passou a ser composto por 90.484.589 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal.

Em 11 de maio de 2021, o Conselho de Administração aprovou o aumento de capital social da Companhia, que passou a ser composto por 90.973.209 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal.

Em 29 de junho de 2021, o Conselho de Administração aprovou o aumento de capital social da Companhia, que passou a ser composto por 91.773.885 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal.

BALANÇO PATRIMONIAL - CONSOLIDADO

Exercícios findos em 30 de junho de 2021 e 31 de dezembro de 2020

R\$ mil	30/06/21	31/12/20
Caixa e equivalentes de caixa	172.248	382.314
Contas a receber	1.591.943	1.401.512
Estoques	743.432	615.258
Tributos a recuperar	201.937	239.590
Partes relacionadas	799	3.212
Outros ativos	107.322	82.470
Ativo circulante	2.817.681	2.724.356
Contas a receber	23.273	40.279
Estoques	38.478	26.707
Tributos a recuperar	128.473	-
Direito de uso	127.046	117.645
Imobilizado	33.036	33.828
Intangível	753.610	754.129
Outros Ativos	24.940	19.040
Ativo não circulante	1.128.856	991.628
Total do Ativo	3.946.537	3.715.984
Fornecedores	1.624.495	1.760.829
Obrigações contratuais com clientes	11.470	22.553
Arrendamento mercantil	21.225	17.294
Empréstimos, financiamentos e debêntures	115.782	98.935
Obrigações trabalhistas	30.373	34.654
Obrigações tributárias	23.822	21.779
Adiantamento de clientes	37.704	26.479
Dividendos a pagar	-	6.705
Partes relacionadas	-	21.047
Outros passivos	15.475	11.537
Passivo circulante	1.880.346	2.021.812
Obrigações contratuais com clientes	68.278	47.288
Arrendamento mercantil	116.768	108.481
Empréstimos, financiamentos e debêntures	288.235	344.431
Provisão para demandas judiciais	5.247	3.043
Obrigações tributárias	1.810	2.008
IR e CS diferidos	105.628	48.092
Outros passivos	5.266	10.242
Passivo não-circulante	591.232	563.585
Capital social	998.101	786.418
Gastos com emissão de ações	(29.695)	-
Reserva de capital	11.502	11.525
Reservas de lucros	373.001	332.644
Ajuste de avaliação patrimonial	(3)	-
Lucro do período	122.053	-
Patrimônio líquido	1.474.959	1.130.587
Total do passivo e PL	3.946.537	3.715.984

DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS - CONSOLIDADO

3 e 6 meses findos em 30 de junho de 2021 e 30 de junho de 2020

R\$ mil	2T21 recorrente	Não recorrente	2T21	2T20 recorrente	Não recorrente	2T20
Receita Líquida de vendas	1.527.247	-	1.527.247	830.034	-	830.034
Custo dos produtos vendidos	(1.306.333)	-	(1.306.333)	(710.693)	-	(710.693)
Lucro Bruto	220.914	-	220.914	119.341	-	119.341
Receitas/(despesas) operacionais						
Com vendas	(86.753)	-	(86.753)	(74.260)	-	(74.260)
Gerais e administrativas	(34.750)	-	(34.750)	(22.999)	-	(22.999)
Equivalência patrimonial	-	-	-	-	-	-
Outras receitas operacionais, líquidas	5.772	101.388	107.160	(1.710)	-	(1.710)
Lucro operacional antes do resultado financeiro	105.183	101.388	206.571	20.372	-	20.372
Resultado financeiro						
Despesas financeiras	(15.948)	-	(15.948)	(22.971)	-	(22.971)
Receitas financeiras	1.512	16.839	18.351	4.870	-	4.870
Lucro antes do imposto IR e CS	90.747	118.227	208.974	2.271	-	2.271
Imposto de renda e contribuição social						
Corrente	(8.482)	-	(8.482)	-	-	-
Diferido	(7.959)	(40.197)	(48.156)	6.103	-	6.103
Lucro líquido do exercício	74.306	78.030	152.336	8.374	-	8.374

R\$ mil	6M21 recorrente	Não recorrente	6M21	6M20 recorrente	Não recorrente	6M20
Receita Líquida de vendas	2.654.685	-	2.654.685	1.664.852	-	1.664.852
Custo dos produtos vendidos	(2.253.598)	-	(2.253.598)	(1.433.786)	-	(1.433.786)
Lucro Bruto	401.087	-	401.087	231.066	-	231.066
Receitas/(despesas) operacionais						
Com vendas	(164.098)	-	(164.098)	(134.198)	-	(134.198)
Gerais e administrativas	(66.836)	-	(66.836)	(56.492)	-	(56.492)
Equivalência patrimonial	-	-	-	-	-	-
Outras receitas operacionais, líquidas	6.990	101.388	108.378	1.936	-	1.936
Lucro operacional antes do resultado financeiro	177.143	101.388	278.531	42.312	-	42.312
Resultado financeiro						
Despesas financeiras	(33.448)	-	(33.448)	(44.665)	-	(44.665)
Receitas financeiras	2.801	16.839	19.640	7.109	-	7.109
Lucro antes do imposto IR e CS	146.496	118.227	264.723	4.756	-	4.756
Imposto de renda e contribuição social						
Corrente	(8.482)	-	(8.482)	-	-	-
Diferido	(17.339)	(40.197)	(57.536)	12.876	-	12.876
Lucro líquido do exercício	120.675	78.030	198.705	17.632	-	17.632



MOB
COM **soudi**

Relações com Investidores:
LUIS GUSTAVO FERRAZ ANTUNES
FABIANA LAWANT
MARCELA VIEIRA DIAS

E-mail: ri@alliedbrasil.com.br
Website: ri.alliedbrasil.com.br