



## **Videoconferência de Resultados - 3T21**

11 DE NOVEMBRO DE 2021

# CAPACIDADE DE EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO TRAZENDO ÓTIMOS RESULTADOS

**R\$ 1,7 bi**  
**Receita**  
**Bruta 3T21**

**+1,9%**  
(vs. 3T20)

**+53,5 %**  
(vs. 3T19)

**Distribuição**  
+6,4% (vs. 3T20)  
+59,1% (vs. 3T19)

**Digital**  
-13,1% (vs. 3T20)  
+157,8% (vs. 3T19)

**Varejo Físico**  
-9,5% (vs. 3T20)  
-21,9% (vs. 3T19)

**R\$ 104,8 MM**  
**EBITDA**  
**recorrente<sup>1</sup>**  
**3T21**

**7,3%**  
**margem**

**R\$ 62,4 MM**  
**Lucro**  
**Líquido**  
**recorrente<sup>1</sup>**  
**3T21**

**4,4%**  
**margem**

**11,2**  
**milhões**  
**Produtos**  
**vendidos**  
**(LTM)**

**+ 21%**

**279 PDVs**  
**(190 em**  
**set/20)**

**NPS: 84**

**32 lojas em**  
**marketplaces**

Nota (1) Resultado recorrente desconsidera impacto positivo decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17. Impacto no lucro líquido de janeiro/21 a setembro/21 = R\$ 84,0 milhões. Impacto no lucro líquido do 3T21: R\$ 6,0 milhões

Allied todos os direitos reservados

# DESTAQUES – DISTRIBUIÇÃO: CATEGORIAS

## COMPUTADORES

Produtos na categoria: notebooks, desktops, monitores, acessórios, etc

**+ 33% no 3T21**  
(vs. 3T20)



**NOTEBOOK BS145**  
Lenovo

## VIDEOGAMES

Produtos na categoria: Consoles e acessórios

**+ 262% no 3T21**  
(vs. 3T20)



**XBOX**  
Microsoft

## ELETROPORTÁTEIS

Produtos na categoria: aspiradores de pó, climatizadores, painelas elétricas, etc

**+ 5x no 3T21**  
(vs. 3T20)



**ASPIRADOR VRA81 BIVOLT 60Hz**  
Midea

## LINHA BRANCA

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

**+ 37% no 3T21**  
(vs. 3T20)



**Lava e Seca Storm Wash**  
Midea

# DESTAQUES – DISTRIBUIÇÃO: CANAL B2B

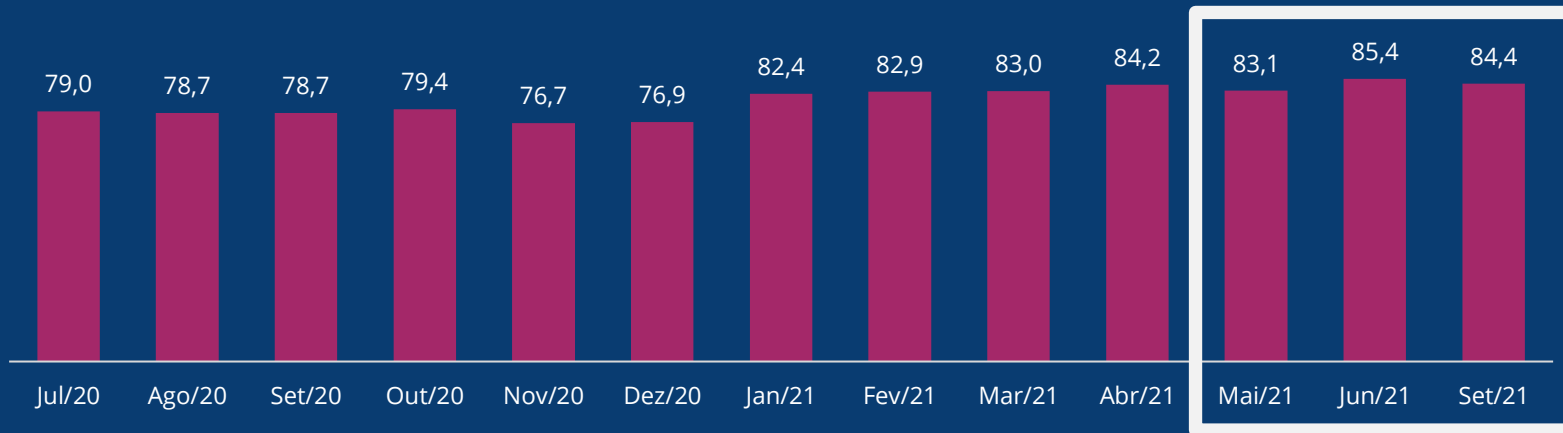
Novas iniciativas em um canal com alto potencial de crescimento

---

- 1 Duas novas divisões: segmento **EDUCACIONAL** e setor **PÚBLICO**;
- 2 Início da operação de venda de **SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO** para máquinas corporativas;
- 3 Crescimento de 20% na base de **PARCEIROS COMERCIAIS ATIVOS** (9M21 vs. 9M20); e
- 4 Reestruturação da **EQUIPE COMERCIAL** para atender a nova demanda.

# 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 setembro de 2021 as operações Samsung da Allied atingiram a **expressiva** pontuação de **84,4%**, o que demonstra o nosso **compromisso** com a **satisfação dos clientes**.

# DESTAQUE VAREJO FÍSICO: NOVA PARCERIA STORE IN STORE

## TORRA



No mês de novembro de 2021, a Allied inaugurou 9 lojas sob uma nova parceria, no modelo Store-in-Store, com as Lojas Torra.

Lojas Torra é uma rede varejista de moda com mais de 70 lojas, em 12 estados. O objetivo da parceria é fomentar as vendas de produtos como smartphones, acessórios eletrônicos e serviços digitais aos clientes do varejista. Neste modelo, a Allied é responsável pela estratégia comercial, pela disponibilidade de produtos, faturamento, logística, contratação e gestão dos colaboradores.

# DESTAQUES: ESTRATÉGIA OMNICHANNEL

## MARKETPLACES MULTI-NÍVEL

### Diferencial da Allied

- **Capilaridade** de 279 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 seller<sup>1</sup> 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 130 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

## DEMAIS AÇÕES



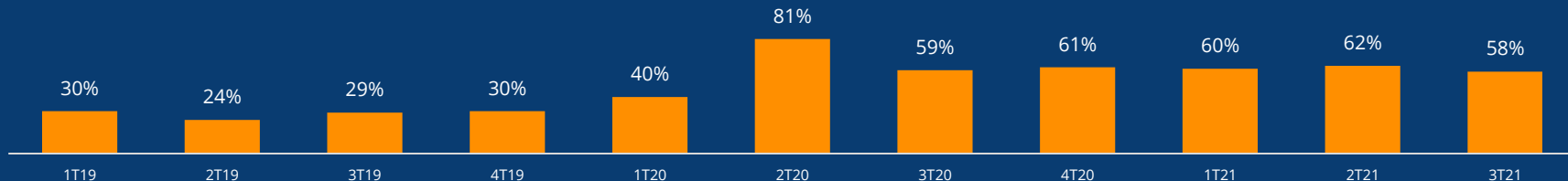
deliverycenter



Drive Thru  
Retira

# DESTAQUES: VAREJO DIGITAL

Receita Líquida Varejo Digital  
(% Varejo Total)



## SERVIÇOS

### Soudi: Plataforma digital de crédito e pagamento

**+227,8%** Vendas totais com Soudi (3T21 vs. 3T20)

**12,1%** share de vendas (3T21)

**255** PDVs (expansão para demais parceiros Samsung)

### SAV: Plataforma de serviços digitais para varejistas

**+ 66%** Ativações (9M21 vs 9M20)

**~5 mil** PDVs

## PRODUTOS

### Ticket médio - smartphones

**R\$ 2.484** (+ 69%, Smartphones total varejo digital, 3T21 vs 3T20)

**R\$ 1.663** (+ 93%, Smartphones varejo digital excl. iPhone Pra Sempre, 3T21 vs 3T20)

### Mix de produtos

**83%** smartphones (vs. 90% no 3T20)

Maior representatividade de outras categorias, alinhado com a estratégia do canal



# DESTAQUES: ESTRATÉGIA RECERTIFICADOS



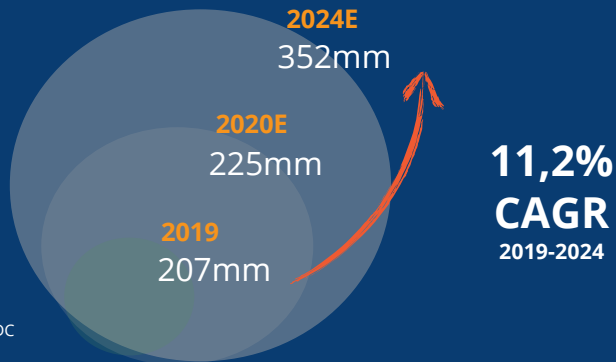
A Allied recebia celulares usados de clientes e eram direcionados a parceiros especializados em produtos reconicionados



No programa iPhone Pra Sempre, a Allied assumiu a responsabilidade de receber todos os aparelhos usados

## Mercado com amplo espaço para crescimento

(remessas mundiais de smartphones usados, em #mm de unidades)



Fonte: IDC



A aquisição da BrUsed traz **escala** para a operação e fortalece **proposta de valor**

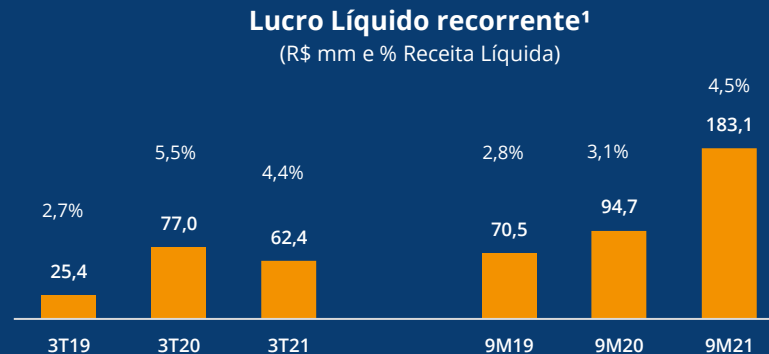
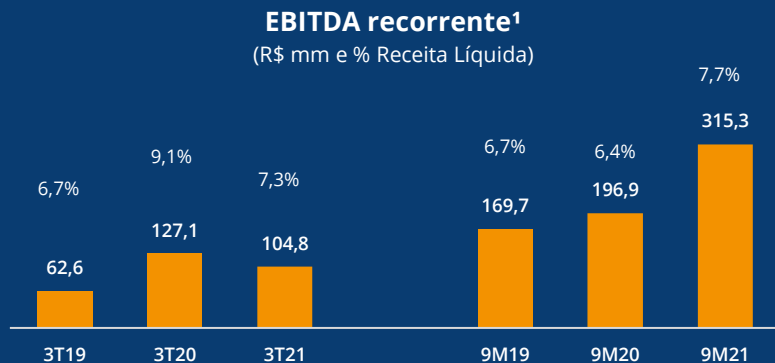
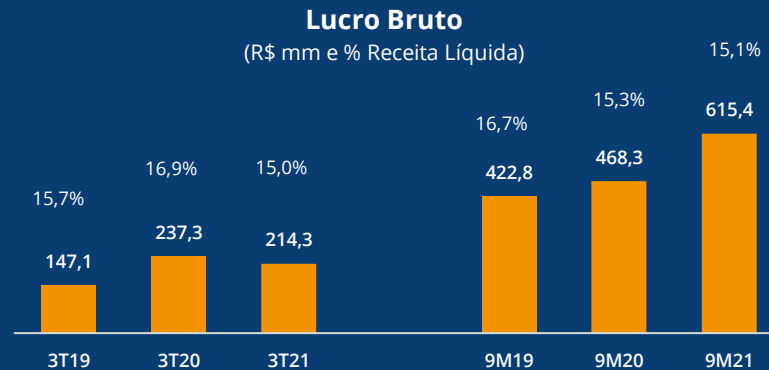
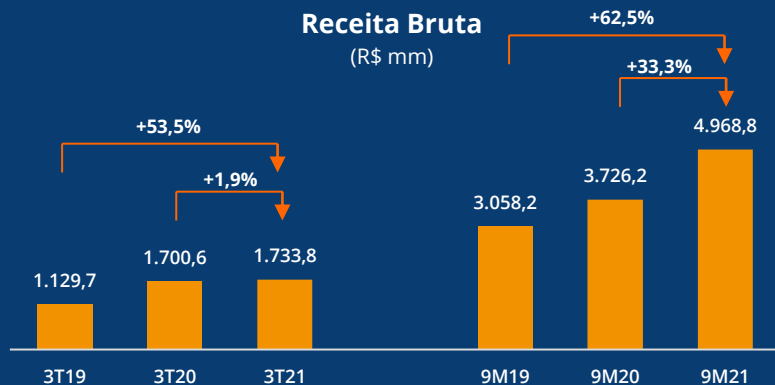


Compra e venda de aparelhos eletrônicos usados

Canal de aquisição focado em clientes finais, alinhado com a estratégia da Allied

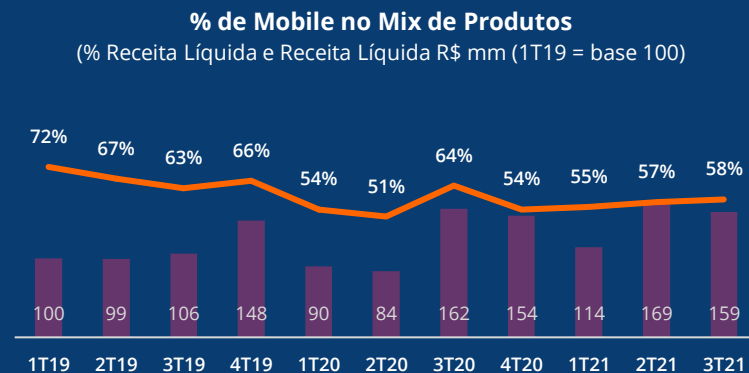
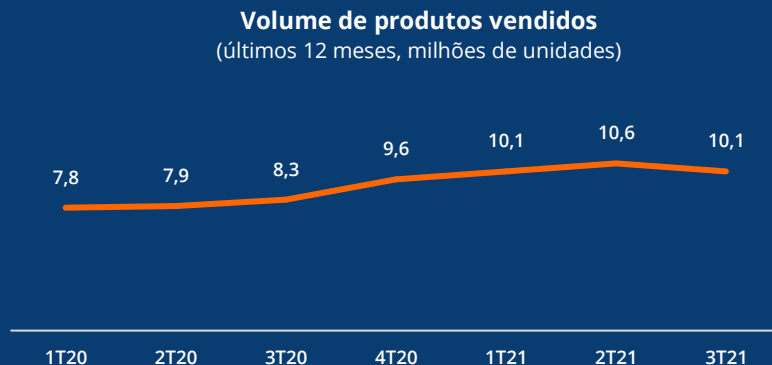
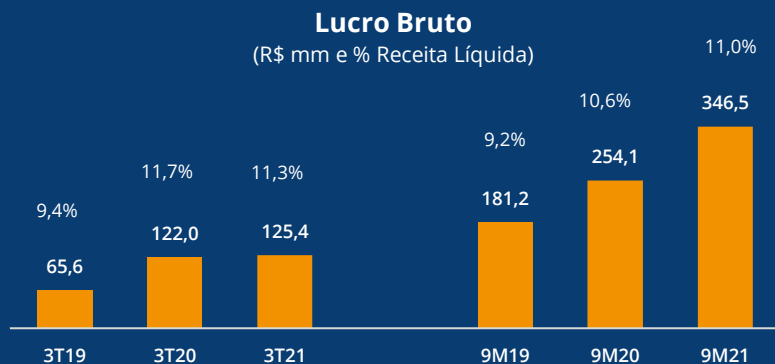
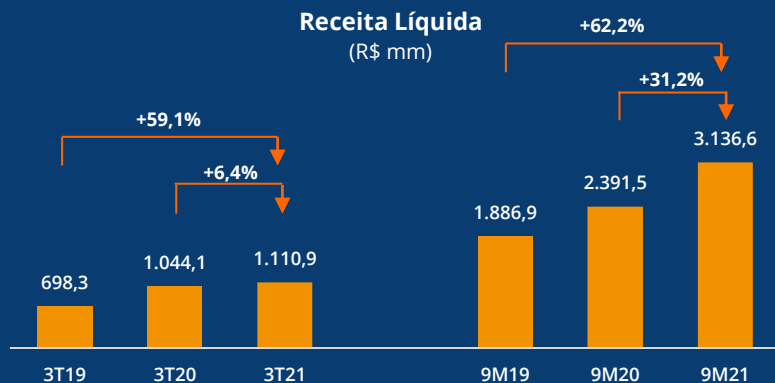


# DESTAQUES DOS INDICADORES FINANCEIROS



Nota (1) Resultado recorrente desconsidera impacto positivo decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17. Impacto no lucro líquido de janeiro/21 a setembro/21 = R\$ 84,0 milhões. Impacto no lucro líquido do 3T21: R\$ 6,0 milhões

# DESTAQUES DOS INDICADORES FINANCEIROS E OPERACIONAIS - DISTRIBUIÇÃO



# DESTAQUES DOS INDICADORES FINANCEIROS - VAREJO

**R\$ 315,6 milhões de Receita Líquida no 3T21**

- 11,6% vs. 3T20

+ 30,9% vs. 3T19

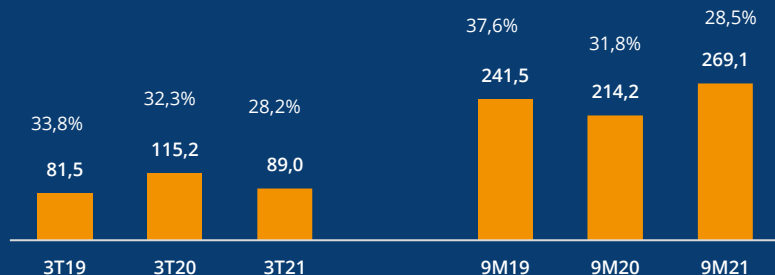
**R\$ 944,8 milhões de Receita Líquida 9M21**

+ 40,0% vs. 3T20

+ 46,9% vs. 3T19

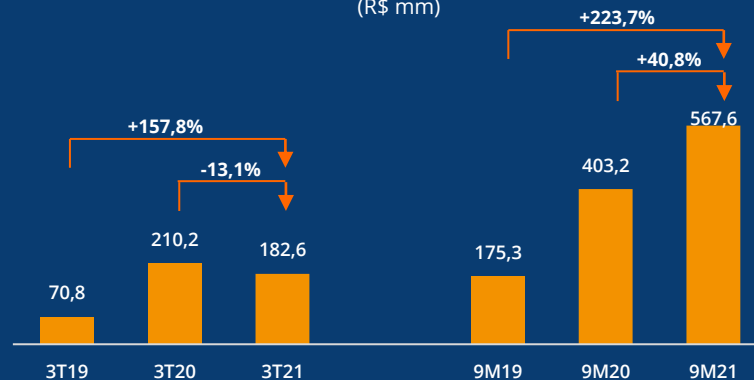
## Lucro Bruto - Varejo Total

(R\$ mm e % Receita Líquida)



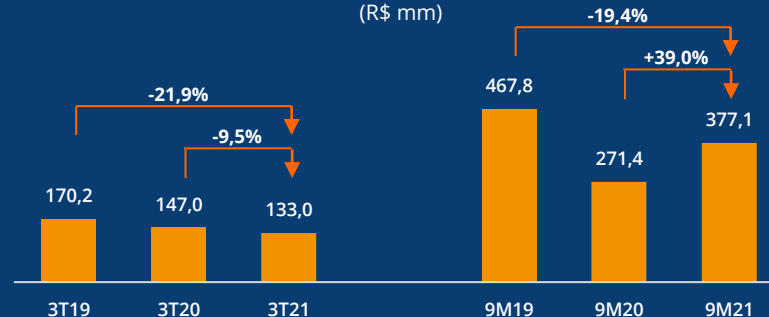
## Receita Líquida - Varejo Digital

(R\$ mm)



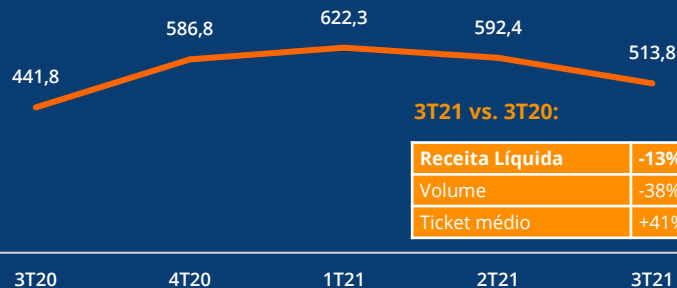
## Receita Líquida - Varejo Físico

(R\$ mm)



# DESTAQUES DOS OPERACIONAIS – VAREJO DIGITAL

**Volume de produtos vendidos**  
(últimos 12 meses, mil unidades)

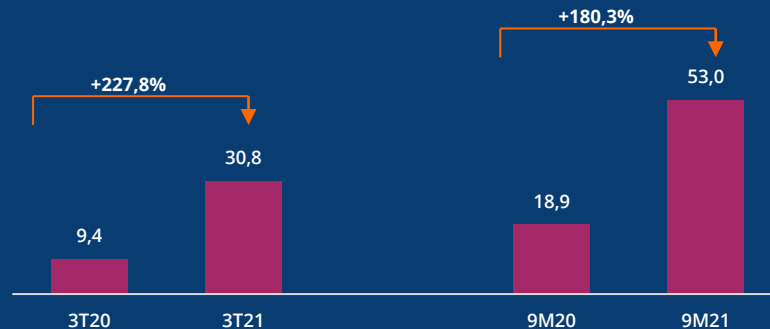


**3T21 vs. 3T20:**

Receita Líquida	-13%
Volume	-38%
Ticket médio	+41%

**Aumento do ticket médio: mix de produtos premium**

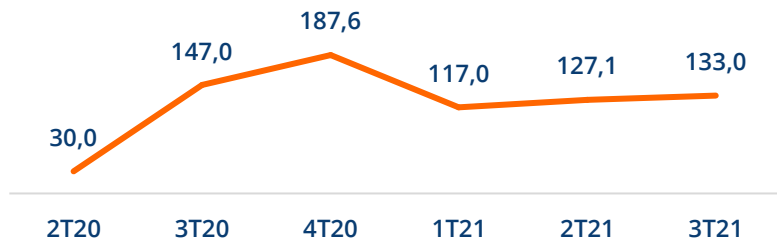
**GMV – Venda total com Soudi**  
(R\$ milhões)



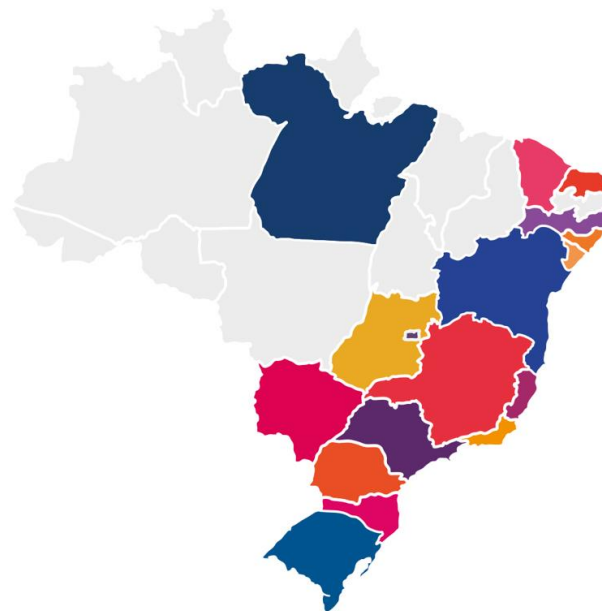
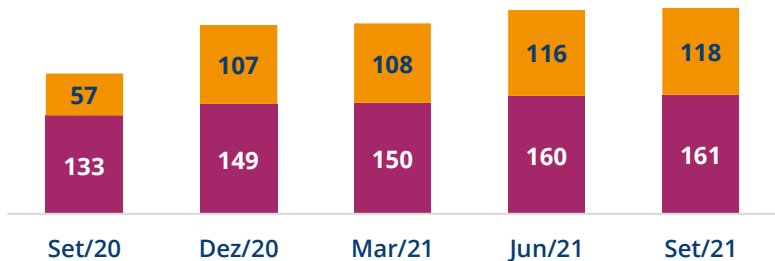
**12,1%** share de vendas (3T21)  
**R\$ 37,5 milhões** recebíveis  
**42 mil** cartões ativos

# DESTAQUES DOS OPERACIONAIS – VAREJO FÍSICO

Receita líquida  
(R\$ mm)



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



279 PONTOS DE VENDA  
(Setembro/21)

	SAMSUNG	SIS	TOTAL
SP	96	95	191
RJ	26	3	29
MG	20	1	21
PR	15	2	17
MS	4	1	5
DF	0	3	3
SC	0	2	2
RS	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
SE	0	1	1

84,4 NPS

-17,2% Same Store Sales no 3T21

# RENTABILIDADE OPERACIONAL

R\$ MILHÕES	3T21	3T20	Δ%	9M21	9M20	Δ%
Lucro Bruto	214,3	237,3	-9,7%	615,4	468,3	31,4%
Margem Bruta	15,0%	16,9%	-1,9 pp	15,1%	15,3%	-0,2 pp
(-) Vendas	-90,7	-89,8	0,9%	-254,8	-224,0	13,7%
(-) Gerais e Administrativas	-36,0	-33,7	6,7%	-102,8	-90,2	14,0%
(-) Outras receitas op. recorrentes <sup>1</sup> , líq.	-0,5	-1,5	-66,7%	6,5	0,4	1391,2%
(+) Depreciação e Amortização	17,6	14,9	17,8%	51,0	42,4	20,2%
EBITDA recorrente <sup>1</sup>	104,8	127,1	-17,6%	315,3	196,9	60,1%
Margem EBITDA recorrente <sup>1</sup>	7,3%	9,1%	-1,7 pp	7,7%	6,4%	1,3 pp
Resultado Financeiro recorrente <sup>1</sup>	-27,3	-17,0	60,8%	-57,9	-54,5	6,2%
IR e CSLL recorrente <sup>1</sup>	2,5	-18,2	-113,7%	-23,3	-5,3	338,4%
Lucro Líquido recorrente <sup>1</sup>	62,4	77,0	-19,0%	183,1	94,7	93,4%
Margem Líquida recorrente <sup>1</sup>	4,4%	5,5%	-1,1 pp	4,5%	3,1%	1,4 pp
Lucro líquido não-recorrente	6,0	-	-	84,0	-	-
Lucro Líquido	68,4	77,0	-11,2%	267,1	94,7	182,1%

- I. Despesas com vendas:
  - Redução das linhas de comissões, fretes e taxas de cartão de crédito > maior eficiência operacional (-1,1 p.p)
  - Aumento das despesas com pessoal de vendas
- II. Despesas G&A: maior despesa com conectividade e serviços de TI
- III. Imposto de renda e CSLL: Impacto positivo no 3T21 em decorrência do pagamento de R\$ 31,4 milhões em JCP
- II. Impacto não recorrente: ajuste decorrente da exclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS entre mar/12 e fev/17

Nota (1) Resultado recorrente desconsidera impacto positivo decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17. Impacto no lucro líquido de janeiro/21 a setembro/21 = R\$ 84,0 milhões. Impacto no lucro líquido do 3T21: R\$ 6,0 milhões  
Allied todos os direitos reservados

# ENDIVIDAMENTO – SETEMBRO/21

R\$ MILHÕES	3T21	2T21	1T21	4T20
Dívida bruta bancária	404,0	404,0	426,5	443,4
Dívida por aquisição de empresas	14,8	16,9	18,7	18,6
Parcelamentos fiscais	2,1	2,2	2,3	2,4
<b>Dívida Bruta</b>	<b>420,9</b>	<b>423,2</b>	<b>447,5</b>	<b>464,4</b>
(-) Caixa & equivalentes	-461,1	-172,2	-276,6	-382,3
<b>Dívida Líquida</b>	<b>-40,2</b>	<b>250,9</b>	<b>171,0</b>	<b>82,1</b>
EBITDA recorrente LTM	447,2	469,5	382,3	328,8
<b>Dívida Líquida/EBITDA recorrente<sup>1</sup></b>	<b>-0,1x</b>	<b>0,5x</b>	<b>0,4x</b>	<b>0,2x</b>

## Principais impactos na variação de R\$ 288,9 mm em caixa no 3T21:

- I. FC Operacional: (R\$ 332,3 mm)
  - Melhores condições comerciais com fornecedores (R\$ 139,8 mm)
  - R\$ 65,1 mm em contas a receber de clientes
  - R\$ 35,2 mm em estoques > cenário de restrição de oferta
  - R\$ 59,9 mm em lucro antes do IR e CSLL
- II. FC Financiamento: (- R\$ 18,0 mm)
  - R\$ 8,2 mm em pagamento de arrendamento mercantil
  - R\$ 6,2 mm em pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos
- II. FC Financ. com acionistas: +R\$ 18,7 mm
  - R\$ 23,3 mm em aumento de capital
  - R\$ 43,2 mm em proventos aos acionistas

Nota (1) Resultado recorrente desconsidera impacto positivo decorrente da exclusão de ICMS sobre a base de cálculo do PIS/COFINS entre março/12 e fevereiro/17. Impacto no lucro líquido de janeiro/21 a setembro/21 = R\$ 84,0 milhões. Impacto no lucro líquido do 3T21: R\$ 6,0 milhões

Allied todos os direitos reservados



# **SESSÃO DE PERGUNTAS E RESPOSTAS**

**Videoconferência de Resultados - 3T21**

**11 de novembro de 2021**

# RESUMO DOS INDICADORES FINANCEIROS

R\$ MILHÕES, EXCETO ONDE INDICADO	3T21	3T20	Δ%	9M21	9M20	Δ%
Receita Bruta - Total	1.733,8	1.700,6	1,9%	4.968,8	3.726,2	33,3%
Receita Líquida - Total	1.426,5	1.401,3	1,8%	4.081,2	3.066,2	33,1%
Lucro Bruto	214,3	237,3	-9,7%	615,4	468,3	31,4%
Margem Bruta (% Receita Líq)	15,0%	16,9%	-1,9 pp	15,1%	15,3%	-0,2 pp
EBITDA recorrente	104,8	127,1	-17,6%	315,3	196,9	60,1%
Mg EBITDA recorrente (% Receita Líq)	7,3%	9,1%	-1,7 pp	7,7%	6,4%	1,3 pp
Lucro Líquido recorrente	62,4	77,0	-19,0%	183,1	94,7	93,4%
Mg Líquida recorrente (% Receita Líq)	4,4%	5,5%	-1,1 pp	4,5%	3,1%	1,4 pp
Impacto não recorrente no LL	6,0	-	-	84,0	-	-
Lucro Líquido	68,4	77,0	-11,2%	267,1	94,7	182,1%

# OBRIGADO

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