



VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T25

13 de Agosto de 2025



DISCLAIMER

As declarações relacionadas às perspectivas de negócio e projeções sobre desempenho operacional e financeiro, contidas nesta apresentação, tratam-se de crenças e estimativas internas baseadas na expectativa da administração da companhia sobre os resultados futuros. Essas expectativas estão sujeitas a incertezas e, portanto, podem ou não ocorrer, tendo em vista a relação direta com o desempenho da economia doméstica, os desafios enfrentados pelo segmento, dentre outros fatores de risco que podem influenciar substancialmente os resultados reais.

O propósito dessas declarações é refletir as perspectivas de expansão e as ações estratégicas que balizam nossas decisões, por isso, não devem ser consideradas como garantia de performance futura.

AGENDA – VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T25

-  1 DESTAQUES
-  2 INDICADORES OPERACIONAIS E FINANCEIROS
-  3 PERGUNTAS E RESPOSTAS

AGENDA – VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T25

1 DESTAQUES

2 INDICADORES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

3 PERGUNTAS E RESPOSTAS

ECOSSISTEMA DA ALLIED

Posicionamento estratégico como facilitador do mercado para prover flexibilidade aos players do segmento

Varejo Digital & Parcerias Estratégicas



Varejo Físico 112 PDVs



Distribuição Brasil e LatAm



10%
smartphones
marketshare¹



10%
videogames
marketshare¹

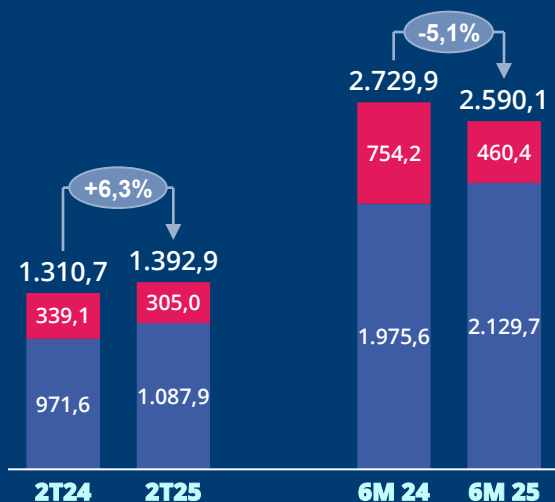


7%
notebooks
marketshare¹

RESULTADO CONSOLIDADO

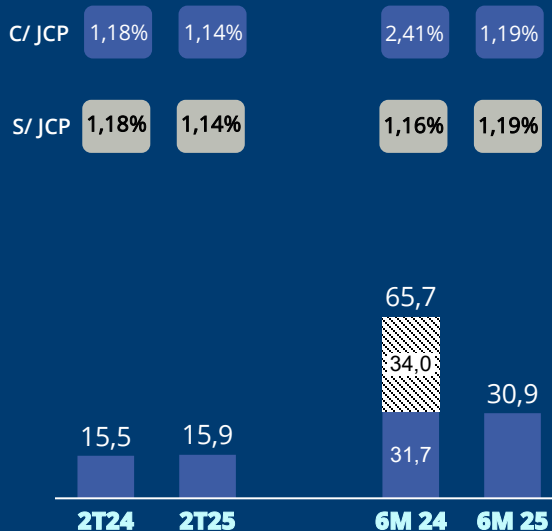
Operação Brasil cresce 10% e lucro líquido do trimestre estável em R\$ 15,9 milhões

Receita Líquida R\$ em milhões



■ Internacional ■ Brasil

Lucro Líquido Ajustado¹ R\$ MM e % Receita Líquida



▨ JCP ■ Lucro Líquido

Proventos 2025

R\$ 69,7 milhões
JCP declarados em
agosto/ 2025

R\$ 61 milhões
antecipação pagamento
2ª parcela JCP 2024 para
agosto/ 2025

24,7%

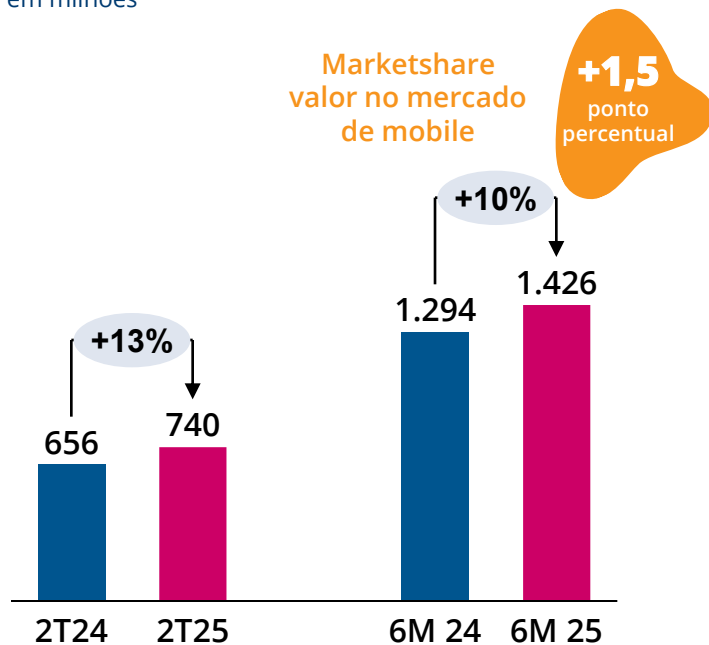
Dividend Yield

DESTAQUES DO 2T25 | Distribuição

Crescimento de +13% na Distribuição Brasil em todas as categorias

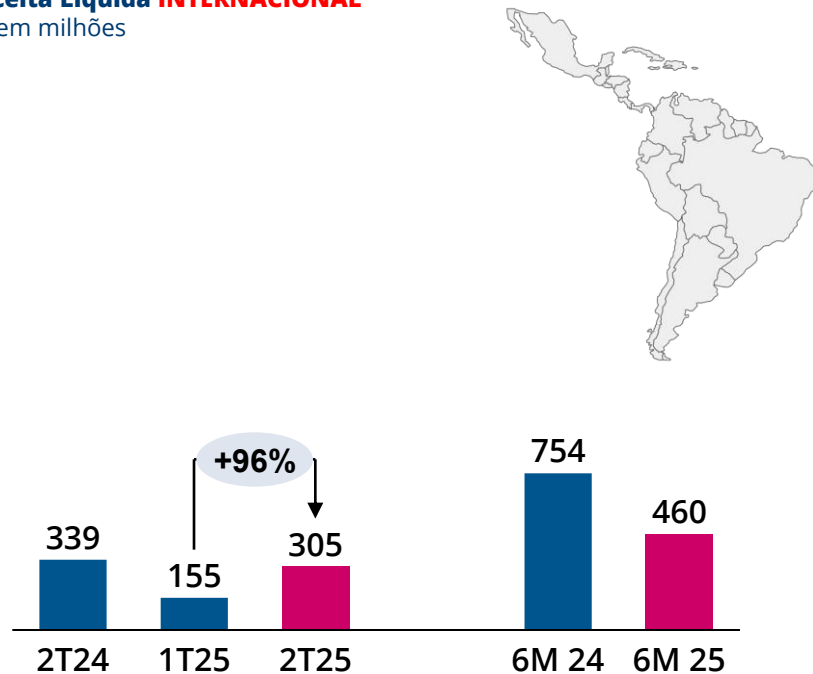
Receita Líquida BRASIL

R\$ em milhões



Receita Líquida INTERNACIONAL

R\$ em milhões

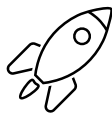


DESTAQUES DO 2T25 | VAREJO ONLINE

Expansão e Excelência: O crescimento dos canais Digitais

+67%

Nosso portfólio de **produtos não mobile** avança com um crescimento de 67% no 2º Trimestre de 2025 em relação ao 2º Trimestre de 2024.



Boa rentabilidade e potencial de crescimento nas **parcerias estratégicas** Iphone para Sempre, Nubank e HP

+102%

Enquanto o mercado geral de **Notebooks** cresceu 11%, nossas vendas dispararam em 102%.

+200%

Nossas vendas de **software** cresceram 200% no 2º Trimestre de 2025 vs. 2º Trimestre de 2024.

iPhone
Pra
Sempre



MOB
COM

nubank



+3x

crescimento de
Receita versus 2Q24

+4x

crescimento de
EBITDA versus 2Q24

Multicanalidade

● 1P

● 3P



● Distribuição

 Parceiros **trade in de celular premium**: Iphone para Sempre, Fast Shop, Samsung, Vivo e Claro

 Em fase de **expansão** para novos parceiros



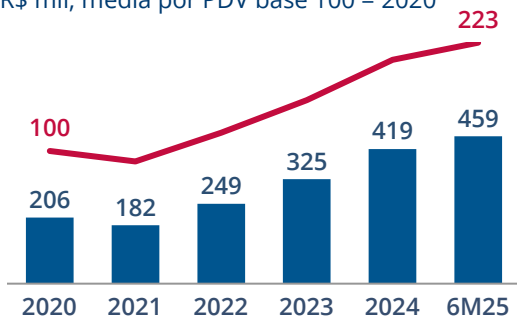
DESTAQUES DO 2T25 | VAREJO FÍSICO

Excelência na venda de produtos premium e ecossistema Samsung

DESEMPENHO DA RECEITA

Receita líquida média mensal

R\$ mil; média por PDV base 100 = 2020



+123%
desde 2020

2,5

CONVERSÃO DE ACESSÓRIOS

A cada smartphone vendido é vendido com 2,5 acessórios

+101%

WEARABLES

Crescimento de 101% do Ticket Médio versus 2T24

R\$ 18
milhões

PARANÁ

Em busca de maior otimização de recursos e concentração de foco, decidimos pela venda das 12 lojas físicas no Paraná. Ao final do processo temos 100 lojas em SP, RJ, MG e MS
A venda dos pontos gerou um fluxo de entrada de caixa de R\$ 18 milhões

ALAVANCAS DE VALOR DO PLANO ESTRATÉGICO



INTERNACIONAL

Expansão geográfica
Expansão de portfólio



trocafy

Expansão geográfica
Novas categorias de produtos



B2B

Novos produtos e serviços



PARCERIAS B2C

Expertise para operacionalizar
programas estratégicos

Allied é a empresa líder em distribuição de eletrônicos no país

R\$6,3bi

Receita Bruta
[LTM]

R\$205 mi

EBITDA
Ajustado¹
[LTM]

R\$94 mi

Lucro Líquido
Ajustado¹
[LTM]

112

Pontos De Venda
(Jun/25)

4

Centros de
distribuição

6,1mi

Produtos Vendidos
[LTM]

563 mil

Entregas B2C
[LTM]

+1,5p.p

Market share valor
smartphones

1mil

Colaboradores

AGENDA – VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T25

1 DESTAQUES

2 INDICADORES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

3 PERGUNTAS E RESPOSTAS

DESTAQUES FINANCEIROS

JCP

R\$ **130**

milhões

A pagar em
29.08.25

Posição de
Caixa

R\$ **237**

milhões

em 30.06.25

Caixa na Venda
de Crédito
Tributário em
mais de

R\$ **300**

milhões

em agosto/25

Dívida
Líquida

R\$ **217**

milhões

1,1x EBITDA

EVOLUÇÃO DOS INDICADORES FINANCEIROS

Performance da Allied evidencia a capacidade de entrega de resultados e disciplina financeira alinhada ao ambiente macroeconômico atual. Resultado das vendas da operação Brasil no semestre tende a ser o dobro do consumo de bens esperado do país no mesmo período.¹

	 Receita Líquida	 Lucro Bruto	 EBITDA Contábil	 Lucro Líquido Contábil
2T25 VS 2T24	R\$ 1.392,9 milhões 6,3% <i>a/a</i>	R\$ 149,5 milhões 10,7% /RL -7,0% <i>a/a</i> -1,5p.p. <i>a/a</i>	R\$ 53,8 milhões 3,9% /RL -10,3% <i>vs 2T24</i>	R\$ 15,9 milhões 1,1% /RL 7,4% <i>vs 2T24</i> 0,0p.p. <i>vs 2T24</i>
YTD25 VS YTD24	R\$ 2.590,1 milhões -5,1% <i>vs 2024</i>	R\$ 295,9 milhões 11,4% /RL -10,0% <i>vs 2024</i> -0,6p.p. <i>vs 2024</i>	R\$ 104,4 milhões 4,0% /RL -12,2% <i>vs 2024</i>	R\$ 30,9 milhões 1,2% /RL flat <i>vs 2024</i> <i>s/JCP</i> +0,1p.p. <i>vs 2024</i>

¹ Estimativa preliminar CNC

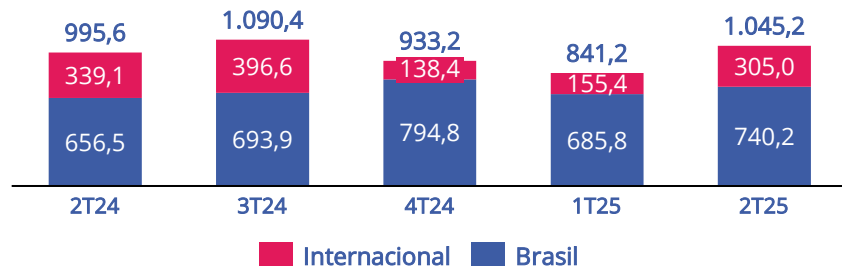
EVOLUÇÃO DOS INDICADORES FINANCEIROS | DISTRIBUIÇÃO



Distribuição Brasil cresceu 13% 2T25 vs 2T24 e Distribuição Miami cresce +96% 2T25 vs 1T25

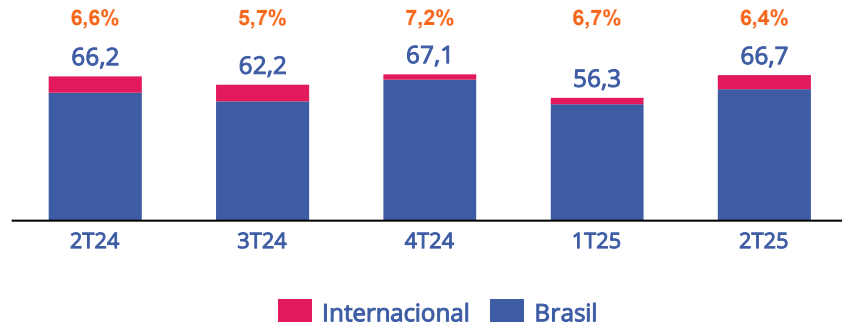
Receita Líquida

(R\$ milhões)



Lucro Bruto

(R\$ milhões e % Receita Líq.)



DISTRIBUIÇÃO BRASIL

Crescimento no 2T25 de 13% com forte relevância nas categorias mobile, que cresceu 16% em valor em um mercado que cresceu 5,3% no mesmo período. Este desempenho resultou em um ganho de 1,5 p.p de market share valor.

+13%
2T25 X 2T24

DISTRIBUIÇÃO INTERNACIONAL

A representatividade da receita que no 1T25 foi de 13% cresceu para 21,9% no 2T25, reflexo da adaptação a nova realidade operacional imposta pelo governo americano no processo de importação, anunciado no início de 2025.

+ 96%
2T25 X 1T25

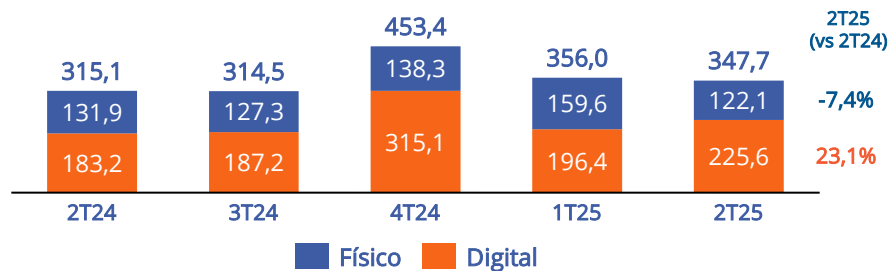
EVOLUÇÃO DOS INDICADORES FINANCEIROS | VAREJO



Varejo com destaque no crescimento da Trocafy, Mobcom e Serviços de licenças digitais. Resiliência na manutenção das margens no Varejo Físico

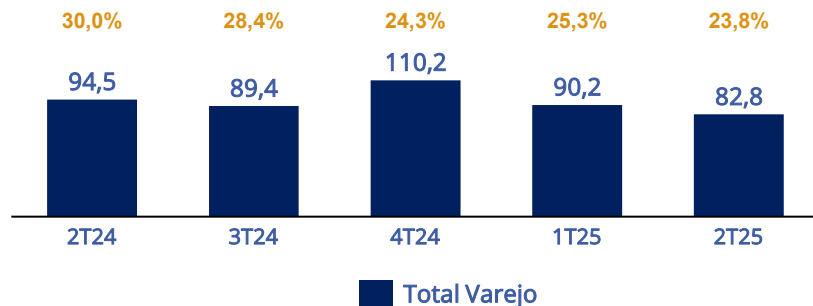
Receita Líquida

(R\$ milhões)



Lucro Bruto

(R\$ milhões e % Receita Líq.)



VAREJO DIGITAL

- Crescimento expressivo da receita da Trocafy de 3 vezes versus 2T24
- 200% de crescimento na venda de licenças digitais da Microsoft e McAfee versus 2T24
- 28% crescimento vendas marketplaces fruto da melhor eficiência nos principais marketplaces
- + de 97% crescimento vendas Loja HP

Trocafy
+3x RL
YoY

VAREJO FÍSICO

- Avanço de 100,7% no ticket médio de vendas de wearables comparado ao 2T24.
- Mais da metade dos celulares são vendidos com wearables
- +52% crescimento da base de clientes B2B
- Dobramos a receita por loja desde o fim da pandemia

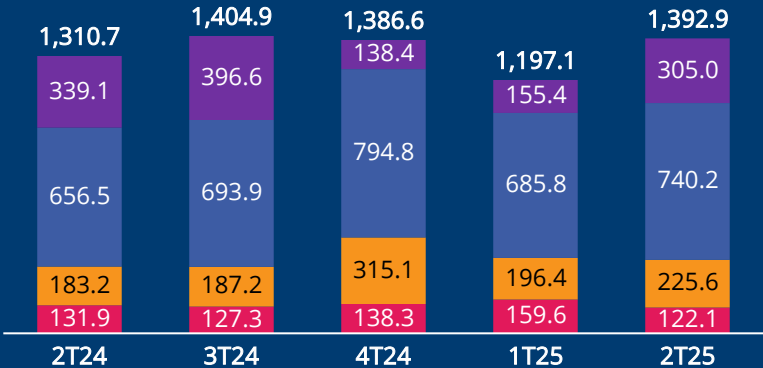
Ticket Médio
+100,7%
YoY

RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA POR CANAL

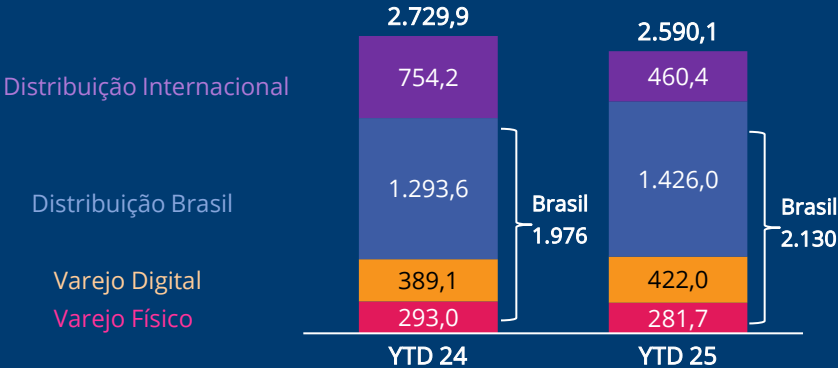


Receita líquida da Allied cresce +6,3% 2T25 vs 2T24 com destaque para o negócio Brasil que no acumulado cresce +7,8%

Receita Líquida por Trimestre (R\$ milhões)



Receita Líquida Acumulada Ano (R\$ milhões)



Margem Bruta (% Receita Líq.)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25
Internacional	2,2%	1,9%	1,8%	1,9%	2,1%
Brasil	8,9%	7,9%	8,1%	7,8%	8,1%
Distribuição Consolidado	6,6%	5,7%	7,2%	6,7%	6,4%
Varejo (Físico + Digital)	30,0%	28,4%	24,3%	25,3%	23,8%
Total	12,3%	10,8%	12,8%	12,2%	10,7%

Lucro Bruto (R\$ Milhões)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25
Internacional	7,5	7,5	2,5	3,0	6,3
Brasil	58,7	54,7	64,6	53,3	60,3
Distribuição Consolidado	66,2	62,2	67,1	56,3	66,7
Varejo (Físico + Digital)	94,5	89,4	110,2	90,2	82,8
Total	160,7	151,6	177,3	146,4	149,5

RENTABILIDADE OPERACIONAL E RESULTADO FINANCEIRO

Despesa Operacional melhora 4,4% 2T25 comparado 2T24 e Resultado Financeiro cresce abaixo do crescimento da Selic

Despesas com Vendas :

- Principal efeito é a finalização da Soudi a qual diminui a rentabilidade da margem bruta do canal varejo mas que em contrapartida diminui a provisão de perdas com vendas
- A redução das vendas B2C com financiamento longo proporcionalmente geram menos despesas variáveis

Despesas Gerais e Administrativas:

- Seguem estáveis mesmo com a inflação no período de 5,35%

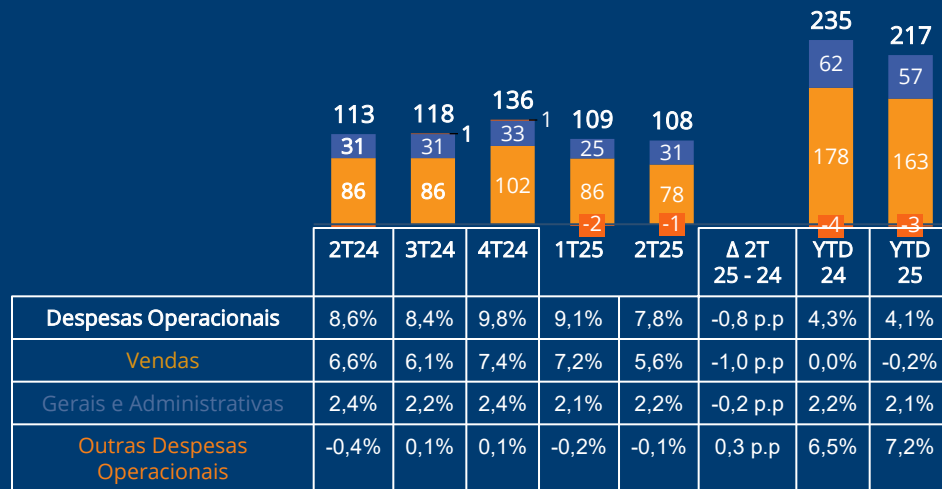
Outras Despesas Operacionais:

- Recuperação de Sinistro de carga

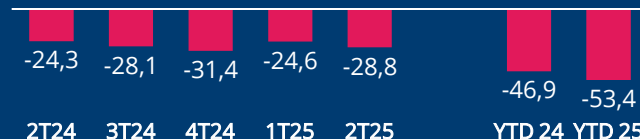
Resultado Financeiro:

- **Despesa financeira** cresce R\$4,5MM versus 2T25 oriundo de quitação de R\$ 95MM de principal de dívida estruturada. Caso tivéssemos mantido o nível de dívida bruta do 2T24 o impacto da elevação dos juros de 43% no período teria sido de R\$ 7,3MM.

Despesas Operacionais Ajustada
(% Receita Líquida)



Resultado Financeiro Ajustado (R\$ milhões)

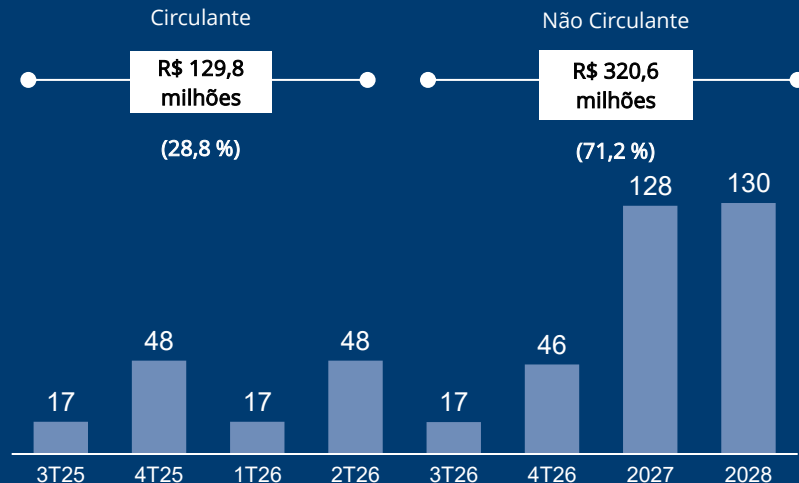


Sólida geração de caixa permite o baixo endividamento e alavancagem da Companhia

- A companhia encerrou o 2T25 com baixa dívida líquida [R\$ 217,2 milhões] e baixa alavancagem [1x]
- A dívida Bruta de 2T25 versus 2T24 é reduzida em R\$150 milhões (-25%)
- Primeiro pagamento do principal da 5ª **debênture** a qual tem pagamentos trimestrais, conforme cronograma abaixo
- Custo da dívida CDI + 2,4% a.a.

R\$ MILHÕES	2T24	2T25	Δ%
Dívida bruta bancária	600,6	450,4	-25,0%
Dívida fiscais - PERT	4,2	3,9	-7,1%
Dívida Bruta	604,8	454,3	-24,9%
(-) Caixa/equivalentes e aplicações financeiras	-421,6	-237,0	-43,8%
(=) Dívida Líquida	183,2	217,2	18,6%
EBITDA LTM	233,1	205,1	-12,0%
Dívida Líquida / EBITDA	0,8x	1,1x	0,3x

Cronograma de amortização das dívidas bancárias (R\$ milhões)

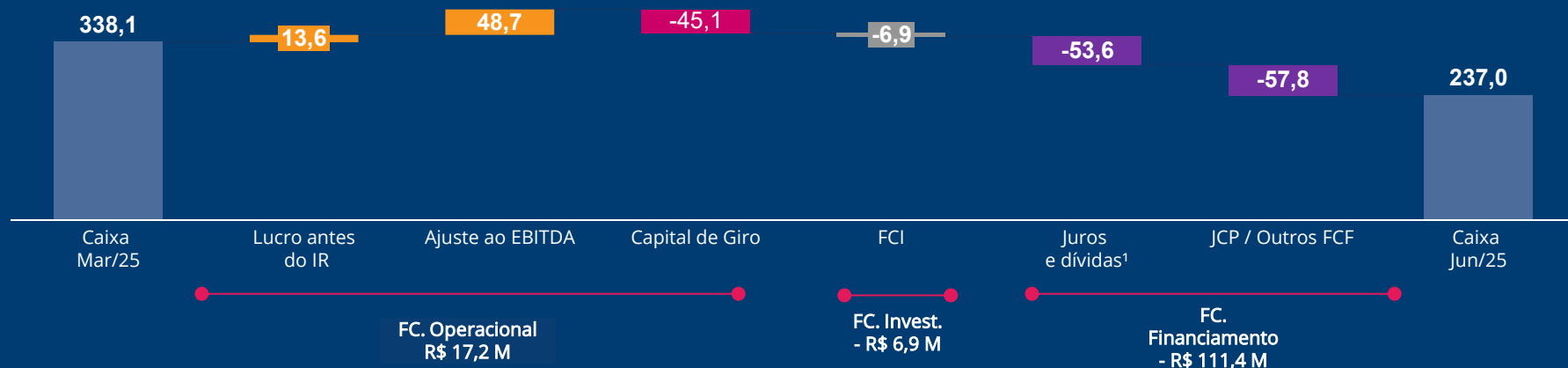


EVOLUÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa | 2T25 = Consumo R\$ 101 milhões
(R\$ milhões)

Visão Gerencial do Risco Sacado

- FC Operacional: operações sem custo financeiro para Allied
- FC de Financiamento: operações com custo financeiro para Allied



Principais Impactos:

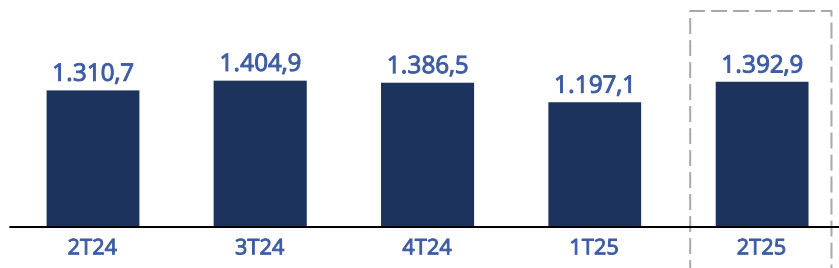
- **Fluxo de Caixa Operacional:** A operação gerou FCO positivo
- **Fluxo de Caixa Financeiro:**
 - ✓ Pagamento da primeira parcela do JCP declarado em nov/24 (15/abr/25)
 - ✓ Pagamento de R\$ 40 milhões de dívida estruturada da Soudi mar/25 e 17 milhões de principal da 5ª debênture em junho/25 e o restante está relacionado aos juros.

EVOLUÇÃO DOS INDICADORES FINANCEIROS

Diversificação estratégica de negócios correlatos mantém resultados robustos e lucros constantes ao longo dos trimestres.

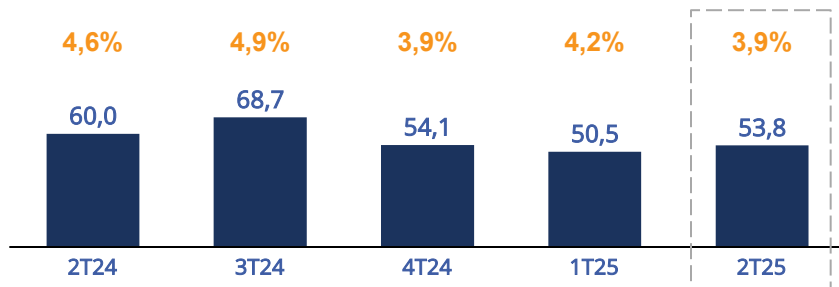
Receita Líquida

(R\$ milhões)



EBITDA Contábil

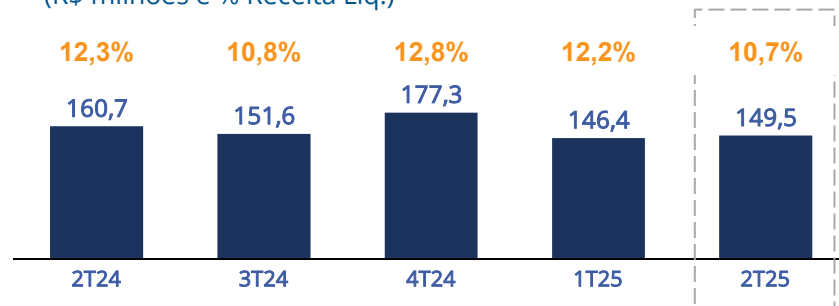
(R\$ milhões e % Receita Líq.)



% ROL s/JCP

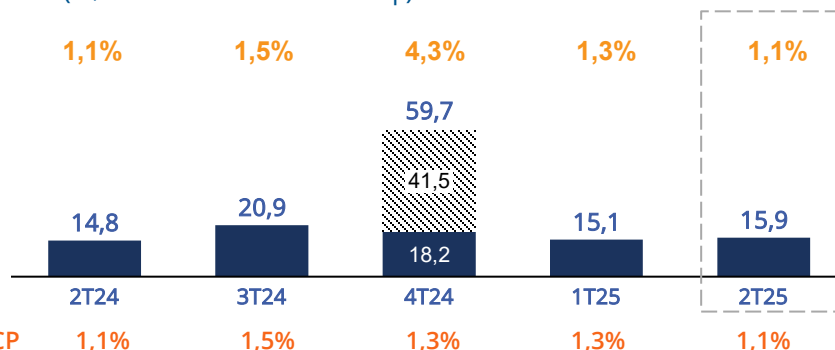
Lucro Bruto

(R\$ milhões e % Receita Líq.)



Lucro Líquido Contábil

(R\$ milhões e % Receita Líq.)



Decisão Favorável no STF

A Allied obteve decisão definitiva no Supremo Tribunal Federal (STF) em ações tributárias relacionadas à Lei do Bem.



R\$ 890 milhões

Empresa estima crédito fiscal de aproximadamente R\$ 890 milhões, com correção monetária pela taxa Selic.

Agosto/2025

A Allied firmou contrato de cessão de direitos, recebendo o valor dentro do intervalo estimado no Fato Relevante

**Impacto no
Caixa em mais
de
R\$ 300 milhões**

AGENDA – VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T25

1 DESTAQUES

2 INDICADORES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

3 PERGUNTAS E RESPOSTAS

OBRIGADO!

ri@alliedbrasil.com.br

 /@alliedbrasil

 /alliedbrasil

www.alliedbrasil.com.br



EARNINGS VIDEO CONFERENCE 2Q25

August 13 2025



DISCLAIMER

Statements contained in this presentation that are related to business prospects and projections about operating and financial performance are internal beliefs and estimates based on the Company's administration expectation of future results. These expectations are subject to uncertainties, therefore, they may or may not occur especially when considering the effects of the domestic economy, the challenges faced by the sector, among other risk factors that could substantially influence our actual results.

The purpose of these statements is to reflect our expectations for expansion and the strategic actions that guide our decisions. So, it should not be considered as guarantees of future performance.

AGENDA – 2Q25 EARNINGS VIDEO CONFERENCE

1

HIGHLIGHTS

2

OPERATING AND FINANCIAL INDICATORS

3

Q&A

AGENDA – 2Q25 EARNINGS VIDEO CONFERENCE

1

HIGHLIGHTS

2

OPERATING AND FINANCIAL INDICATORS

3

Q&A

Strategic positioning as a market enabler to provide flexibility to players in the segment

Digital Retail & Strategic Partnership



B&M Retail 114 Stores



Distribution Brazil e LatAm



10%
smartphones
Market share¹



10%
videogames
Market share¹

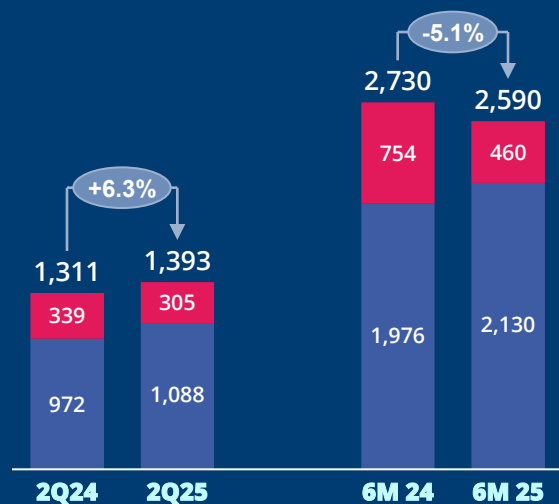


7%
notebooks
Market share¹

CONSOLIDATED RESULTS

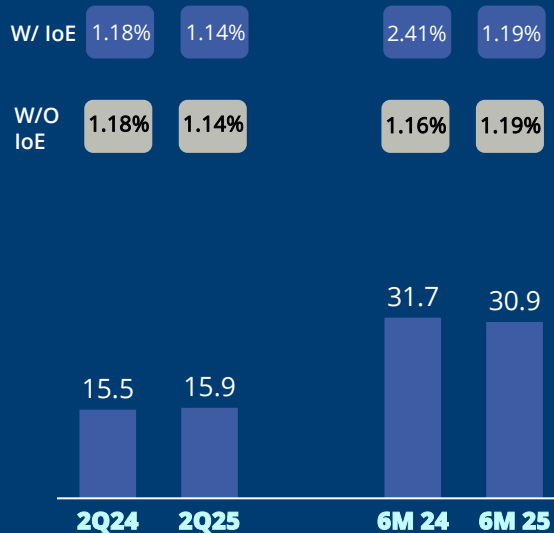
Brazil operation grows 10% with R\$ 15.9 million of Net Income, stable in the quarter

Net Revenue
R\$ MM



■ International ■ Brazil

Net Income
R\$ MM e % Net Revenue



■ IoE ■ Net Profit

Interest on Equity (IoE)
2025

R\$ 69.7 million
Interest on Equity
declared in August 2025

R\$ 61 million
anticipation of payment
of the 2nd installment
of IoE 2024 to August
2025

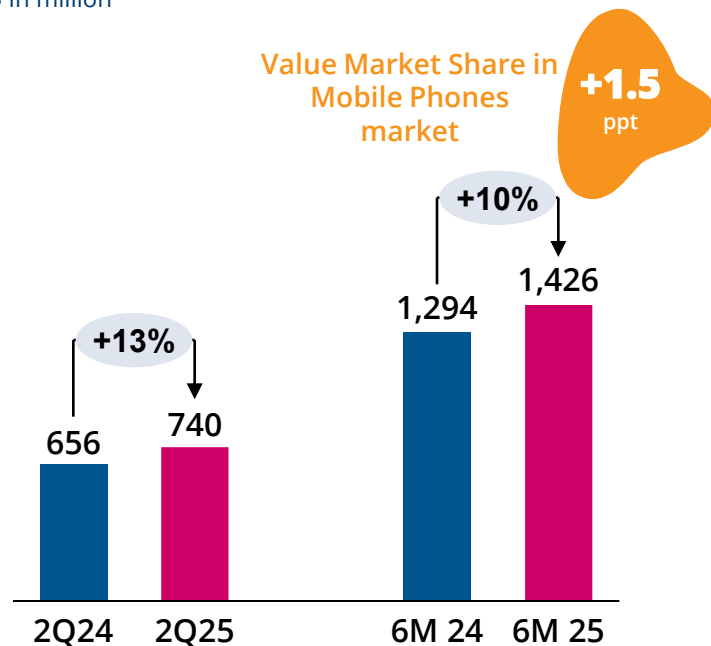
24.7% Dividend Yield

2Q25 HIGHLIGHTS | Distribution

+13% Growth in Brasil Distribution in all product categories

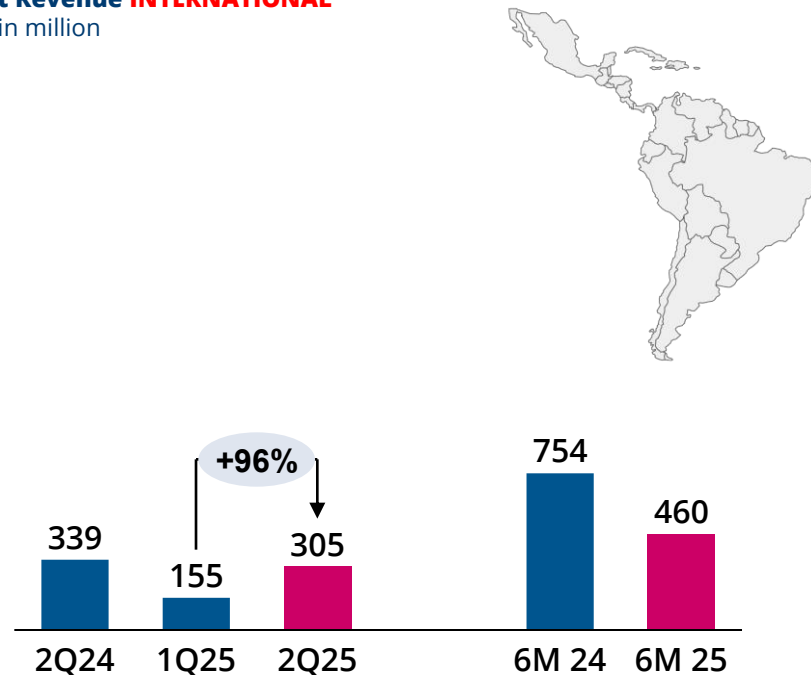
Net Revenue **BRASIL**

R\$ in million



Net Revenue **INTERNATIONAL**

R\$ in million

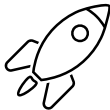


2Q25 HIGHLIGHTS | ONLINE RETAIL

Expansion and Excellence: The growth of Digital channels



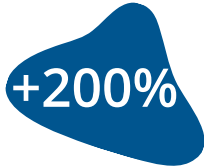
Our **non-mobile** product portfolio advances with a growth of 67% in Q2 2025 compared to Q2 2024.



Good profitability and growth potential in the strategic partnerships Iphone para Sempre, Nubank and HP



While the overall Notebook market grew by 11%, our sales skyrocketed by 102%.



Our software sales grew 200% in Q2 2025 vs. Q2 2024.



+3x

Revenue growth
versus 2Q24

+4x

EBITDA growth versus
2Q24



Multichannel



1P



3P



Distribution



Parceiros **trade in de celular premium**: Iphone para Sempre, Fast Shop, Samsung, Vivo e Claro



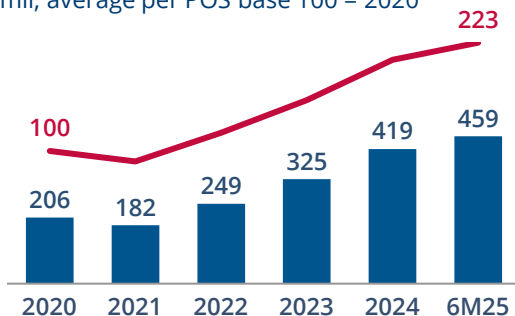
Expanding to new partners

2Q25 HIGHLIGHTS | B&M RETAIL

Excellence in selling premium products and Samsung ecosystem

REVENUE PERFORMANCE

Average monthly net revenueR\$ mil; average per POS base 100 = 2020



+123%
since 2020

2.5

ACCESSORY CONVERSION

Every smartphone is sold with 2.5 accessories

+101%

WEARABLES

101% Average Ticket Growth versus 2Q24

R\$ 18 million

PARANÁ

In search of greater optimization of resources and concentration of focus, we decided to sell the 12 physical stores in Paraná. At the end of the process we will have 100 stores in SP, RJ, MG and MS. The sale of the points generated a cash inflow of R\$ 18 million.

GROWTH DRIVERS IN STRATEGIC PLAN



INTERNATIONAL

Geographic expansion
Portfolio expansion



trocafy

Geographic expansion
New product categories



B2B

New products and services



B2C PARTNERSHIPS

Expertise to operate strategic
programs

Allied is the leading electronics distribution company in the country

R\$6.3bi

Gross
Revenue[LTM]

R\$205 mi

Adjusted¹
EBITDA
[LTM]

R\$94 mi

Adjusted
Net Income
[LTM]

112

PoS
(Jun/25)

4

Distribution
Centers

6.1mi

Products Sold
[LTM]

563 mil

B2C deliveries
[LTM]

+1.5p.p

Value Market share
smartphones

1mil

Employess

AGENDA – 2Q25 EARNINGS VIDEO CONFERENCE

1 HIGHLIGHTS

2 OPERATING AND FINANCIAL INDICATORS

3 Q & A

FINANCIAL HIGHLIGHTS

Interest on
Equity

R\$ 130

million

Payable on
08.29.25

Cash Position

R\$ 237

million

on 06.30.25

Cash in the Sale
of Tax Credit in
more than

R\$ 300

million

in August/25

Net Debt

R\$ 217

million

1.1x EBITDA

EVOLUTION OF FINANCIAL INDICATORS

Allied's performance shows the ability to deliver results and financial discipline in line with the current macroeconomic environment. The result of sales of the Brazil operation in the semester tends to be double the country's expected consumption of goods in the same period.¹

	 Net Revenue	 Gross Profit	 Accounting EBITDA	 Accounting Net Income
2Q25 vs 2Q24	R\$ 1,392.9 million 6.3% q/q	R\$ 149.5 million 10.7% /NR ² -7.0% q/q -1,5p.p. q/q	R\$ 53.8 million 3.9% /NR ² -10,3% vs 2Q24	R\$ 15.9 million 1.1% /NR ² 7,4% vs 2Q24 0,0p.p. vs 2Q24
YTD25 vs YTD24	R\$ 2,590.1 million -5.1% vs 2024	R\$ 295.9 million 11.4% /NR ² -10.0% vs 2024 -0.6p.p. vs 2024	R\$ 104.4 million 4.0% /NR ² -12,2% vs 2024	R\$ 30.9 million 1.2% /NR ² flat vs 2024 w/o IoE +0,1p.p. vs 2024

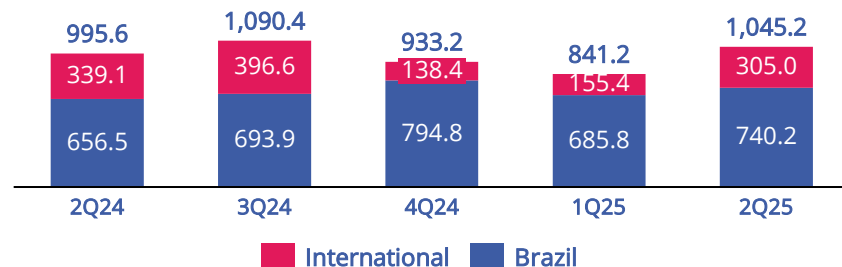
¹ Preliminary estimate CNC

² NR: net revenue

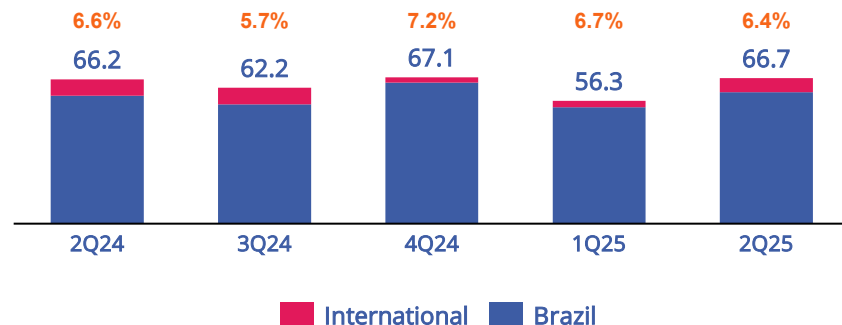
EVOLUTION OF FINANCIAL INDICATORS | DISTRIBUTION

Distribution Brazil grew 13% 2Q25 vs 2Q24 and Distribution International grew +96% 2Q25 vs 1Q25

Net Revenue (R\$ million)



Gross profit (R\$ million e % Net Revenue)



DISTRIBUTION BRASIL

Growth in 2Q25 of 13% with strong relevance in the mobile categories, which grew 16% in value in a market that grew 5.3% in the same period. This performance resulted in a gain of 1.5 p.p. in market share value.

+13%
2Q25 X 2Q24

DISTRIBUTION INTERNACIONAL

The representativeness of revenue, which in 1Q25 was 13%, grew to 21.9% in 2Q25, reflecting the adaptation to the new operational reality imposed by the US government in the import process, announced in early 2025.

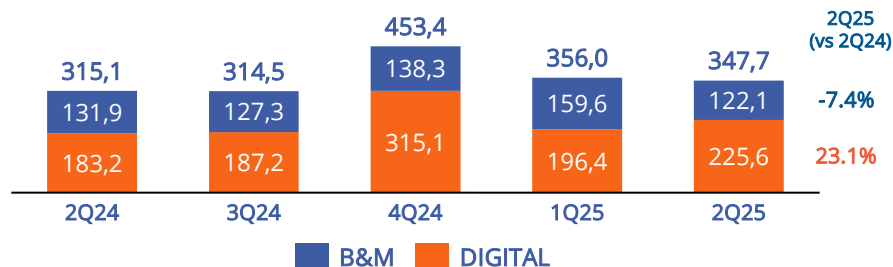
+ 96%
2Q25 X 1Q25

EVOLUTION OF FINANCIAL INDICATORS | Retail

Growth in Trocafy, Mobcom and digital license services is the highlight in Online Retail. Margin resilience in B&M Retail

Net Revenue

(R\$ million)



Gross profit ((R\$ milhões e % Receita Líq.)



ONLINE RETAIL

- Trocafy's significant revenue growth of 3x versus 2Q24
- 200% growth in the sale of Microsoft and McAfee digital licenses versus 2Q24
- 28% growth in marketplace sales as a result of better efficiency in the main marketplaces
- 97%+ sales growth HP Store

Trocafy
+3x RL
YoY

B&M Retail

- Increase of 100.7% in the average sales ticket of wearables compared to 2Q24.
- More than half of cell phones are sold with wearables
- +52% growth in the B2B customer base
- We've doubled revenue per store since the end of the pandemic

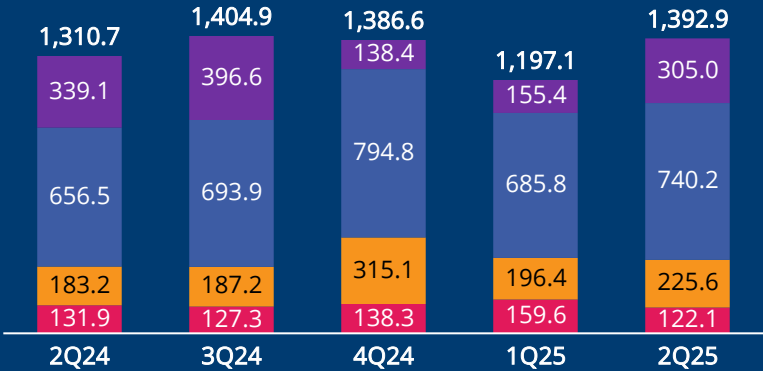
Ticket Médio
+100,7%
YoY

NET REVENUE AND GROSS MARGIN BY CHANNEL

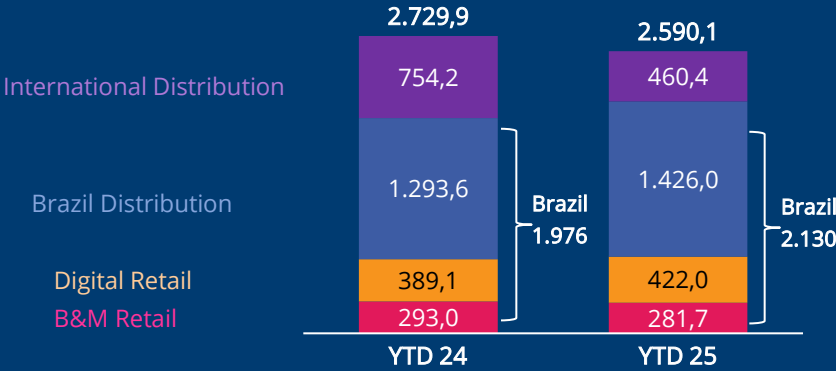


Allied's net revenue grows +6.3% 2Q25 vs 2Q24, with emphasis on the Brazil business, which grew +7.8% year-to-date

Net Revenue by Quarter (R\$ million)



Year-to-Date Net Revenue (R\$ million)



Gross Margin (% Net Revenue)	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
International	2.2%	1.9%	1.8%	1.9%	2.1%
Brazil	8.9%	7.9%	8.1%	7.8%	8.1%
Total Distribution	6.6%	5.7%	7.2%	6.7%	6.4%
Retail (B&M + Digital)	30.0%	28.4%	24.3%	25.3%	23.8%
Total	12.3%	10.8%	12.8%	12.2%	10.7%

Gross Profit (R\$ Millions)	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
International	7,5	7,5	2,5	3,0	6,3
Brazil	58,7	54,7	64,6	53,3	60,3
Total Distribution	66,2	62,2	67,1	56,3	66,7
Retail (B&M + Digital)	94,5	89,4	110,2	90,1	82,8
Total	160,7	151,6	177,3	146,4	149,5

OPERATING PROFITABILITY AND FINANCIAL RESULT

Operating Expenses improve 4.4% in 2Q25 compared to 2Q24 and Financial Results grow below the Selic rate

Selling Expenses:

- The main effect is the closing of Soudi, which decreases the profitability of the gross margin of the retail channel, but which, on the other hand, reduces the provision for sales losses
- Reducing B2C sales with long financing proportionally generates fewer variable expenses

General and Administrative Expenses:

- They remain stable even with inflation in the period of 5.35%

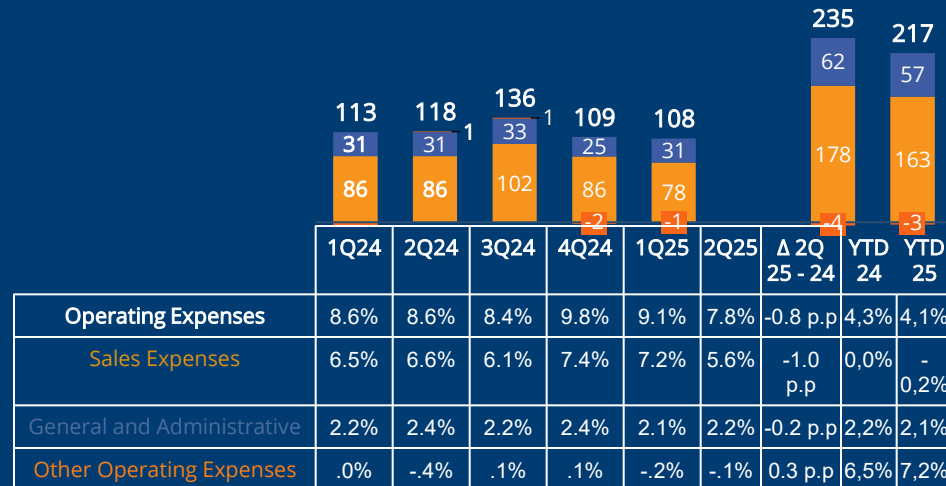
Other Operating Expenses:

- Cargo Claim Recovery

Financial Result:

- Financial expenses grow R\$4.5MM versus 2Q25 due to the repayment of R\$95MM of structured debt principal. If we had maintained the gross debt level in 2Q24, the impact of the 43% interest rate increase in the period would have been R\$ 7.3 million.

Adjusted Operating Expenses
(% Net Revenue)



Adjusted Financial Result (R\$ million)

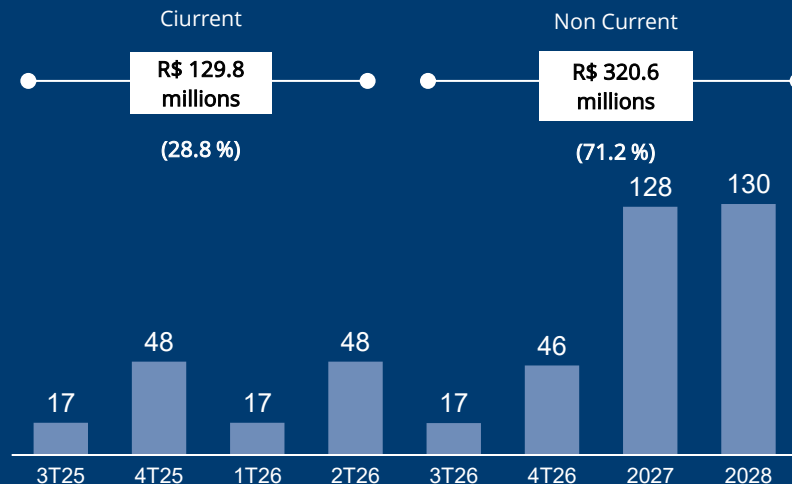


Solid cash generation allows the Company to be low in debt and leverage

- The company ended 2Q25 with low net debt [R\$217.2 million] and low leverage [1x]
- Gross debt in 2Q25 versus 2Q24 is reduced by R\$150 million (-25%)
- First payment of the principal of the 5th debenture, which has quarterly payments, according to the schedule below
- Cost of CDI debt + 2.4% p.a.

R\$ MILLIONS	2Q24	2Q25	Δ%
Gross bank debt	600.6	450.4	-25.0%
Taxes paid in installments	4.2	3.9	-7.1%
Gross Debt	604.8	454.3	-24.9%
(-) Cash & Cash equivalents	-421.6	-237.0	-43.8%
(=) Net Debt	183.2	217.2	18.6%
EBITDA LTM	233.1	205.1	-12.0%
Net Debt/ EBITDA	0.8x	1.1x	-0.3x

Schedule for the amortization of bank debts (R\$ million)

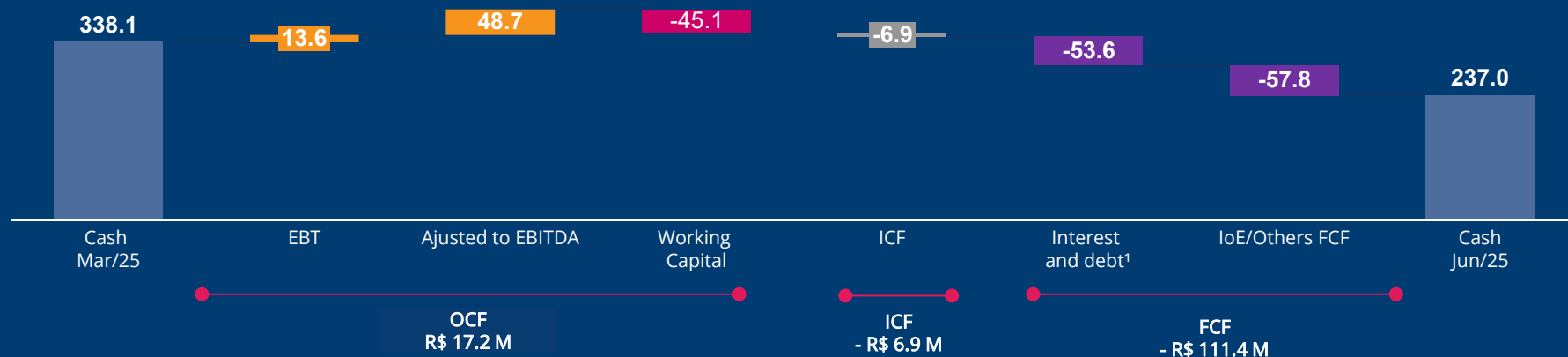


CASH FLOW EVOLUTION

Cash Flow | 2Q25 = Consumption R\$ 101 million
(R\$ millions)

Visão Gerencial do Risco Sacado

- FC Operacional: operações sem custo financeiro para Allied
- FC de Financiamento: operações com custo financeiro para Allied



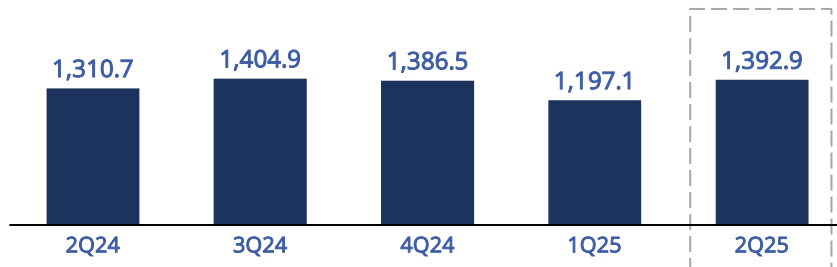
Main Impacts:

- **Operating Cash Flow: The transaction generated positive OCF**
- **Financial Cash Flow:**
 - ✓ Payment of the first installment of IoE declared in Nov/24 (15/Apr/25)
 - ✓ Payment of R\$ 40 million of Soudi's structured debt Mar/25 and R\$ 17 million of principal of the 5th debenture in June/25 and the rest is related to interest.

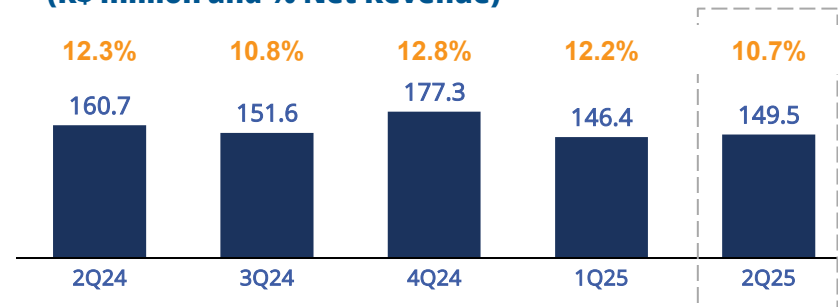
EVOLUTION OF FINANCIAL INDICATORS

Strategic diversification of related businesses maintains robust results and constant earnings throughout the quarters.

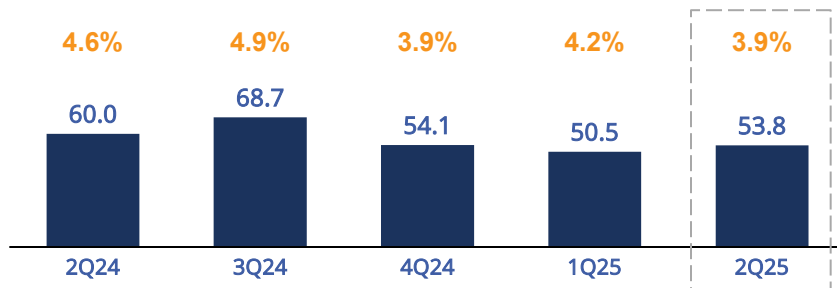
Net Revenue
(R\$ million)



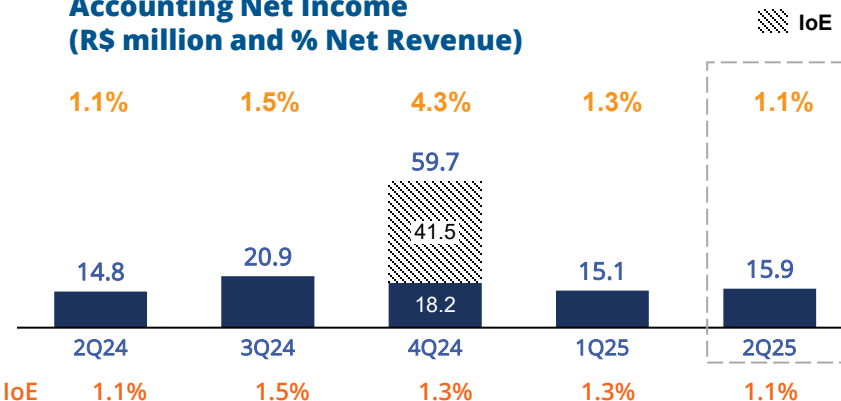
Gross profit
(R\$ million and % Net Revenue)



Accounting EBITDA
(R\$ million and % Net Revenue)



Accounting Net Income
(R\$ million and % Net Revenue)



% NR w/o IoE

1.1%

1.5%

1.3%

1.3%

1.1%

Favorable Decision in the Supreme Court

Allied obtained a final decision in the Federal Supreme Court (STF) in tax lawsuits related to the Lei do Bem.



R\$ 890 million

The company estimates a tax credit of approximately R\$ 890 million, with monetary adjustment by the Selic rate.

August/2025

Allied entered into an assignment of rights agreement, receiving the amount within the range estimated in the Material Fact

Cash impact in more than

R\$ 300 million

AGENDA – 2Q25 EARNINGS VIDEO CONFERENCE

1 HIGHLIGHTS

2 OPERATING AND FINANCIAL INDICATORS

3 Q & A

THANK YOU!

ri@alliedbrasil.com.br

 /@alliedbrasil

 /alliedbrasil

www.alliedbrasil.com.br