

**RELATÓRIO
DE RESULTADOS
3T24**

ALLOS



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

PORTUGUÊS

Com tradução simultânea para inglês

14 de novembro de 2024 – 5ª feira

14:00 (BRT) | 01:00 (US ET)

Webcast - [Clique aqui](#)

Para analistas que queiram se
candidatar ao Q&A – [Clique aqui](#)

CONTATOS RI

Daniella Guanabara

Diretora Financeira e de RI

André Coutinho

Diretor de RI

Diego Canuto

Gerente de RI

Clara Costa

Analista de RI

Juliana Bedante

Analista de RI

Tel.: +55 (21) 2583-9800

E-mail: ri@allos.co

ri.allos.co

3T24

FFO CRESCE 37%

Rio de Janeiro, 13 de novembro de 2024 – A ALLOS S.A. (B3: ALOS3), a mais inovadora plataforma de experiências, entretenimento, serviços, lifestyle e compras da América Latina anuncia seus resultados do terceiro trimestre de 2024 (3T24). A Companhia, ao final do 3T24, detinha participação em 46 shopping centers, totalizando 2.081 mil m² de ABL Total e 1.291 mil m² de ABL Própria. A Companhia também prestou serviços de planejamento, administração e comercialização a 11 shopping centers de terceiros com uma ABL Total de 347 mil m².

DESTAQUES DO 3T24

FFO CRESCE 37,2%

No 3T24, o FFO atingiu R\$307,2 milhões, com crescimento de 27,7% comparado ao mesmo período do ano anterior. O FFO por ação cresceu 37,2%, impulsionado pela melhora operacional e pela continuidade dos programas de recompra de ações da ALLOS.

VENDAS CRESCEM 8,0% E VENDAS/M² 9,2%

As vendas totalizaram R\$9,5 bilhões, avançando 8,0% YoY. As vendas/m² atingiram R\$1.862/m², crescimento de 9,2% YoY, potencializadas pelas ações de qualificação de mix e gestão de portfólio.

SSR AUMENTA 4,2%

O 3T24 marcou o retorno dos índices de correção dos aluguéis ao campo positivo, que, aliado à performance em vendas, contribuiu para o SSR de 4,2% registrado no trimestre.

HELLOO/MÍDIA CRESCE 29,7%

A HELLOO entrega crescimento relevante em mais um trimestre. As receitas com mídia somaram R\$46,1 milhões no 3T24, aumento de 29,7% versus o 3T23, e atingem 6,7% do total de receita bruta da Companhia versus 5,2% no 2T24.

AVANÇO NO PLANO DE DESINVESTIMENTOS

Em novembro, foram celebrados documentos para desinvestimento em 4 shoppings da Companhia, 3 parciais e 1 total, que somam R\$579,2 milhões. As participações a serem alienadas são: 20% do Carioca Shopping, 10% do Shopping Tijuca, 9,9% do Plaza Sul Shopping e 50% do Rio Anil Shopping.

DIVIDENDOS MENSAIS E RECOMPRA R\$777 MILHÕES EM 2024.

A ALLOS adota prática de distribuição mensal de dividendos. O Conselho de Administração aprovará o valor dos dividendos a cada três meses, e no 4T24 serão pagos aos acionistas R\$150 milhões. Adicionalmente, no ano, a Companhia recomprou R\$777 milhões de suas ações, representando 6,3% do capital total.

ALLOS CAPTA R\$2,5 BI A CDI + 0,87%

Em agosto, foi concluída a captação de R\$2,5 bi, em duas séries de debêntures no mercado institucional, com vencimentos em 2031 e 2034 e custo médio ponderado de CDI+0,87%. A maior parte dos recursos foi empregada em ações de gestão de passivos.

ALLOS É ELEITA A EMPRESA DO ANO PELA EXAME

Em uma cerimônia emocionante, a ALLOS foi eleita a Empresa do Ano 2024 e a Melhor Empresa na categoria Imobiliário e Construção pela renomada revista EXAME. Este reconhecimento celebra o compromisso da Companhia em transformar o futuro do varejo, sempre com o comprometimento de oferecer experiências excepcionais, servindo e encantando todos os dias. Além disso, a ALLOS foi eleita a melhor empresa do setor imobiliário pelo Valor Econômico.

As informações financeiras gerenciais contidas neste documento, bem como outras informações não contábeis da Companhia apresentadas neste Relatório de Resultados, não foram revisadas pelos auditores independentes. Para análise da conciliação entre tais informações financeiras gerenciais e as demonstrações financeiras consolidadas da Companhia e outras informações relevantes, ver quadros e tabelas na seção "Anexos". As variações apresentadas ao longo do documento consideram participações atuais aplicadas à base histórica.



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O 3º trimestre de 2024 foi marcado por importantes conquistas para a ALLOS. Seguimos reforçando a capacidade da Companhia em realizar transações que gerem valor para o acionista, com busca constante por oportunidades de otimizar a alocação de capital.

Em relação aos indicadores operacionais, continuamos a colher frutos da gestão ativa do nosso portfólio e da nossa precisa curadoria de mix. O indicador de vendas/m² registrou crescimento de 9,2% no 3T24, em comparação ao 3T23, atingindo R\$1.862/m². As vendas dos nossos lojistas alcançaram R\$9,5 bilhões no trimestre, um avanço de 8,0%, impulsionadas pelos shoppings da região Sul e Norte que cresceram 11,0% e 9,7%, respectivamente. O SSS e o SAS do 3T24 foram de 6,2% e 6,9%, respectivamente, com destaque para o segmento de acessórios, itens de beleza e joalheria, que registrou SSS de 10,5%.

A taxa de ocupação retomou sua trajetória de crescimento no 3T24, encerrando o período em 96,4%, um aumento de 70bps versus o 3T23. Essa melhora foi impulsionada pela redução no ritmo de devoluções de grandes áreas e pelo maior volume de contratos comerciais assinados no ano, totalizando 253 novos contratos só nesse trimestre. Entre as inaugurações do trimestre, destacamos a abertura de mais uma loja Sephora, agora no Center Shopping Uberlândia, que foi um grande sucesso e movimentou a cidade. Além disso, assinamos mais dois contratos com o restaurante Coco Bambu no Shopping Independência e no Shopping Estação BH, além da inauguração de uma unidade do restaurante no Carioca Shopping. Esses exemplos refletem a força e a relevância da ALLOS na estratégia de expansão de marcas pelo Brasil.

Além disso, anunciamos a segunda expansão do Shopping Campo Grande. O projeto vai adicionar mais 12 mil m² de ABL ao shopping e redesenvolver outros 11 mil m², transformando a experiência do consumidor. Com essa expansão, o shopping ganhará aproximadamente 150 novas operações, qualificando ainda mais o mix e reforçando a sua posição de liderança na região.

Também tivemos mais um marco importante para fortalecer nossa presença na jornada de consumidores e lojistas, realizando o roll-out do programa de loyalty em mais dois shoppings da companhia: Shopping Campo Grande e Parque Dom Pedro. Esses empreendimentos já contam com benefícios oferecidos por mais de 20% da base total de lojistas. Nossa meta é implementar o programa em todos os shoppings do portfólio até o final de 2025. Registramos um crescimento de 85% no resgate de benefícios do programa de loyalty em comparação ao 3T23, reforçando a importância do engajamento dos lojistas ao oferecer benefícios relevantes para impulsionar a participação dos consumidores.

Em relação aos indicadores financeiros, a receita líquida foi de R\$643,0 milhões no 3T24, um crescimento de 8,5%, em relação ao 3T23, impactada pelos aumentos de 30% em mídia e de 13% em estacionamento. A Helloo segue ganhando relevância, e como percentual da receita total da Companhia, as receitas de mídia atingiram 6,7% no 3T24 versus 5,6% no 3T23, um incremento de 110 bps. A receita de locação atingiu R\$472,0 milhões, o que representa uma variação positiva de 2,9% em relação ao 3T23. O SSR e o SAR também apresentaram crescimentos consistentes de 4,2% e 4,9%, respectivamente.

O EBITDA cresceu 6,6% no 3T24 em relação ao 3T23, em função da performance operacional, que foi incrementada pela contínua melhora na receita de serviços, estacionamento e mídia.

O FFO por ação continua a apresentar crescimento consistente trimestre após trimestre, com um avanço de 37,2% no 3T24. Esse desempenho foi impulsionado pela gestão muito bem-sucedida do nosso passivo que contribuiu para um avanço de 7,2 p.p. em margem FFO, encerrando trimestre em 47,8%. Adicionalmente, esse resultado foi alavancado pela execução dos programas de recompra de ações, que reduziu a base de capital da Companhia.

Em agosto, realizamos com êxito uma emissão de debêntures, no mercado institucional, captando R\$ 2,5 bilhões em duas séries, com vencimentos previstos para 2031 e 2034. Com excesso de demanda de investidores e exercício total da opção do lote adicional, conseguimos reduzir o custo total esperado e fechamos a emissão com um custo médio ponderado de CDI + 0,87% ao ano. A transação permitiu estender o prazo médio e alongar o cronograma de amortização das dívidas da Companhia, fortalecendo ainda mais nossa posição financeira. Esse resultado reflete a percepção positiva do mercado quanto ao nosso baixo risco, além de demonstrar confiança na estratégia e na trajetória sólida de negócios da ALLOS. Em 28 de outubro, a Fitch Ratings afirmou o rating da Companhia para AAA(bra), reforçando a solidez de nosso balanço.

Mantivemos nosso compromisso de remunerar os acionistas de forma consistente e previsível. Com isso, implementamos a prática de pagamentos mensais de dividendos, seguindo a sistemática de submeter, a cada trimestre, à aprovação do Conselho de Administração, as distribuições para os três meses seguintes. Em outubro, aprovamos R\$ 150 milhões em dividendos, que estão sendo distribuídos aos acionistas ao longo do 4º trimestre de 2024, em três tranches iguais. Além disso, já foram recomprados R\$777 milhões durante o ano, representando 6,3% do capital da Companhia. Do programa em aberto, ainda temos cerca de 12,8 milhões de ações a serem recompradas.

Em novembro, anunciamos uma nova rodada de desinvestimentos, com duas novas transações, em linha com o plano divulgado em maio de 2024. A primeira transação envolve a venda de participações de 20% no Carioca Shopping, 10% no Shopping Tijuca e 9,9% no Plaza Sul Shopping, totalizando R\$ 393 milhões, com cap rate de 7,3%. Desse valor, R\$ 230 milhões serão recebidos à vista na data de conclusão da transação, e o restante será pago a prazo, corrigido pelo IPCA no primeiro ano e a 100% do CDI no segundo ano. A segunda transação envolve o desinvestimento total da participação de 50% no Rio Anil Shopping, totalizando R\$186,2 milhões, que corresponde ao cap rate de 8,5%. Do total, R\$177,4 milhões serão recebidos na data de conclusão da transação e R\$8,8 milhões a prazo, até 30 de junho de 2025, corrigido pelo CDI.

Com muita felicidade, a ALLOS, em menos de dois anos desde a sua criação, foi eleita 51ª Empresa do Ano pela revista Exame, sendo também a melhor empresa na nossa categoria tanto pela Exame quanto pelo Valor Econômico. Esses reconhecimentos celebram o compromisso da Companhia em transformar o futuro do varejo, e nos inspiram a ir ainda mais longe. Estamos empenhados em entregar resultados cada vez mais sólidos, com o propósito de oferecer experiências excepcionais, servindo e encantando nossos clientes todos os dias.

Time ALLOS

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



PRINCIPAIS INDICADORES

RESULTADO 3T24

Entre o terceiro trimestre de 2023 e o terceiro trimestre de 2024, a ALLOS realizou desinvestimentos totais e parciais de onze shoppings. O conceito Proforma abordado ao longo deste Relatório consiste em aplicar as participações atuais às bases históricas, de forma a torná-las comparáveis.

Principais Indicadores	3T24	3T23 Proforma	3T24 / 3T23 Δ% Proforma	9M24	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
Informações gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto as percentuais e variações)						
Desempenho Financeiro						
Receita Líquida	650.463	586.552	10,9%	1.899.760	1.751.428	8,5%
NOI	563.535	525.860	7,2%	1.671.448	1.553.896	7,6%
Margem %	92,8%	92,8%	4 bps	92,6%	92,3%	21 bps
EBITDA Ajustado	475.459	432.889	9,8%	1.376.376	1.273.517	8,1%
Margem %	73,1%	73,8%	-71 bps	72,5%	72,7%	-26 bps
Lucro Líquido	112.773	(16.611)	n/a	529.942	3.050.322	-82,6%
Margem %	17,3%	-2,8%	n/a	27,9%	n/a	n/a
FFO	307.197	240.518	27,7%	908.969	686.623	32,4%
Margem %	47,8%	40,6%	719 bps	48,3%	38,8%	954 bps
FFO por ação	0,58	0,43	37,2%	1,73	1,22	42,2%
Desempenho Financeiro Ex-Ajuste aluguel linear						
Receita Líquida	642.977	592.587	8,5%	1.881.007	1.770.206	6,3%
NOI	556.050	531.895	4,5%	1.652.695	1.572.674	5,1%
Margem %	92,7%	92,8%	-13 bps	92,5%	92,4%	5 bps
EBITDA Ajustado	467.973	438.924	6,6%	1.357.623	1.292.295	5,1%
Margem %	72,8%	74,1%	-129 bps	72,2%	73,0%	-83 bps
Lucro Líquido	105.288	(10.576)	n/a	511.188	3.069.100	-82,6%
Margem %	16,4%	-2,8%	n/a	27,9%	n/a	n/a
FFO	307.197	240.518	27,7%	908.969	686.623	32,4%
Margem %	47,8%	40,6%	719 bps	48,3%	38,8%	954 bps
FFO por ação	0,58	0,43	37,2%	1,73	1,22	42,2%
Total de ações ex-ações em tesouraria	525.702.980	564.600.063	-6,9%			
Total de ações	542.936.909	573.936.909	-5,4%			
(-) Total de ações em tesouraria	(17.233.929)	(9.336.846)	84,6%			
Principais Indicadores	3T24	3T23	3T24/3T23 Δ%	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%
Informações gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto as percentuais e variações)						
Desempenho Operacional						
Vendas Totais @100% (R\$ mil) ¹	9.488.025	8.783.874	8,0%	27.633.107	25.738.968	7,4%
Vendas Totais @share (R\$ mil) ¹	6.237.512	5.854.786	6,5%	18.210.904	17.160.695	6,1%
Vendas Totais @Proforma (R\$ mil) ¹	6.237.512	5.769.963	8,1%	18.210.904	16.964.820	7,3%
Vendas/m² (R\$)	1.862	1.705	9,2%	1.805	1.624	11,1%
Vendas/m² @Proforma (R\$)	1.862	1.743	6,8%	1.805	1.689	6,9%
SSS (% vendas mesmas lojas)	6,2%	3,5%	271 bps	5,4%	5,8%	-42 bps
SSR (% aluguel mesmas lojas)	4,2%	6,9%	-262 bps	3,7%	8,9%	-515 bps
Custo de Ocupação (% vendas)	10,4%	10,8%	-45 bps	10,6%	11,0%	-39 bps
Inadimplência Líquida (% receita)	-0,5%	0,6%	-107 bps	1,5%	2,7%	-117 bps
Taxa de Ocupação (%)	96,4%	95,7%	76 bps	96,4%	95,7%	76 bps
ABL Total Final (m²)	2.080.910	2.075.195	0,3%	2.080.910	2.075.195	0,3%
ABL Própria Final (m²)	1.291.465	1.389.810	-7,1%	1.291.465	1.389.810	-7,1%

¹ Desconsidera Via Parque Shopping, São Luís Shopping e Araguaia Shopping.

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



DESEMPENHO FINANCEIRO

RECEITAS

No terceiro trimestre de 2024, a ALLOS apresentou receita líquida de R\$643,0 milhões, crescendo 8,5% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Os destaques de crescimento no trimestre foram as linhas de aluguel percentual, mídia e estacionamento, que serão detalhados a seguir.

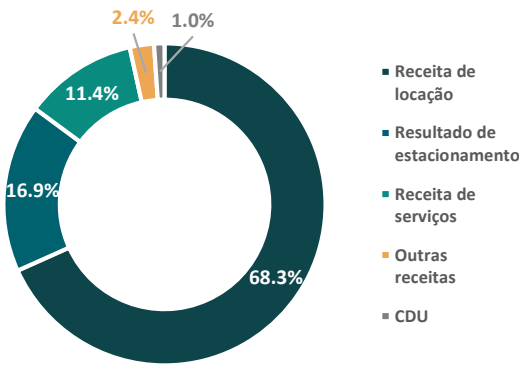
A receita de locação foi de R\$472,0 milhões, um aumento de 2,9% versus o 3T23. O crescimento se deu em função, principalmente, das receitas de Mall, Mídia e de aluguel complementar, que registraram aumentos de 8,5%, 15,5% e 19,1% em relação ao 3T23, respectivamente. Vale ressaltar que o mês de julho marcou a volta do IGP-DI para o campo positivo, o que contribuiu para a retomada da trajetória ascendente da linha de aluguel mínimo.

O resultado de estacionamento somou R\$116,7 milhões no 3T24, com aumento de 12,5% comparado ao mesmo trimestre de 2023. O crescimento pode ser explicado, majoritariamente, pelos aumentos de tarifas.

No 3T24, as receitas de serviços totalizaram R\$78,8 milhões, com crescimento de 17,4% em relação ao ano anterior, impulsionadas pelo contínuo crescimento dos serviços de mídia da Helloo, que registrou aumento de 47,3% em relação ao 3T23, grande parte reflexo da captura de sinergias da combinação de negócios.

A linha de outras receitas foi impulsionada pelo reconhecimento de R\$12,9 milhões em receitas de incorporação imobiliária em terrenos em Maceió e Goiânia.

Composição da Receita Líquida



Receitas por Natureza	3T24	3T23	3T24 / 3T23 Δ%	3T23 Proforma	3T24 / 3T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	471.992	496.392	-4,9%	458.787	2,9%
CDU	7.184	6.971	3,1%	6.639	8,2%
Resultado de estacionamento	116.726	114.038	2,4%	103.793	12,5%
Outras receitas¹	16.771	3.848	n/a	3.690	n/a
Receita de serviços	78.784	67.114	17,4%	67.114	17,4%
Ajuste aluguel linear	7.486	(6.906)	n/a	(6.035)	n/a
Impostos sobre faturamento	(48.479)	(47.436)	2,2%	(47.436)	2,2%
Receita Líquida	650.463	634.022	2,6%	586.552	10,9%
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	642.977	640.927	0,3%	592.587	8,5%

Receitas por Natureza	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	1.408.706	1.472.339	-4,3%	1.375.818	2,4%
CDU	19.108	17.778	7,5%	17.171	11,3%
Resultado de estacionamento	342.621	320.357	6,9%	295.940	15,8%
Outras receitas¹	34.493	20.794	65,9%	20.305	69,9%
Receita de serviços	221.294	199.039	11,2%	199.039	11,2%
Ajuste aluguel linear	18.753	(21.865)	n/a	(18.778)	n/a
Impostos sobre faturamento	(145.216)	(138.068)	5,2%	(138.068)	5,2%
Receita Líquida	1.899.760	1.870.374	1,6%	1.751.428	8,5%
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	1.881.007	1.892.239	-0,6%	1.770.206	6,3%

¹Inclui Incorporações imobiliárias e Novos negócios

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

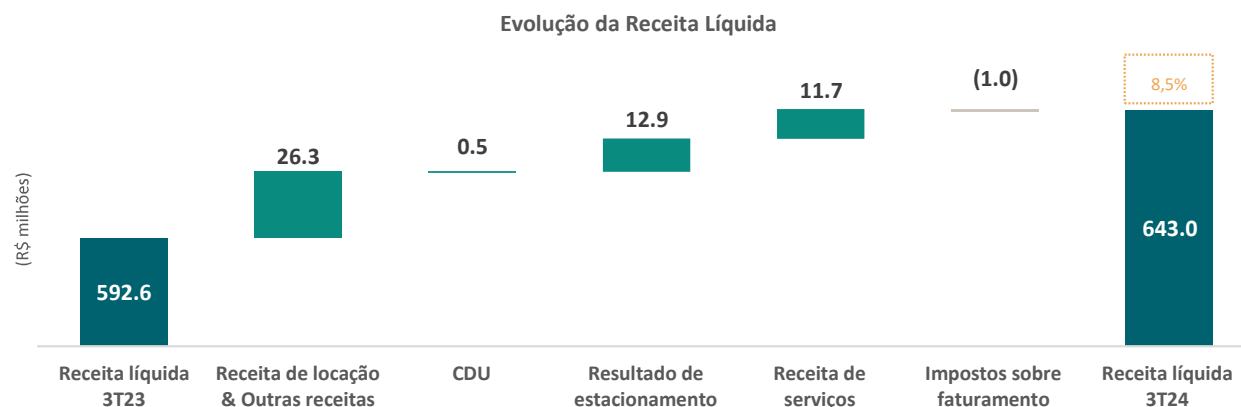
SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

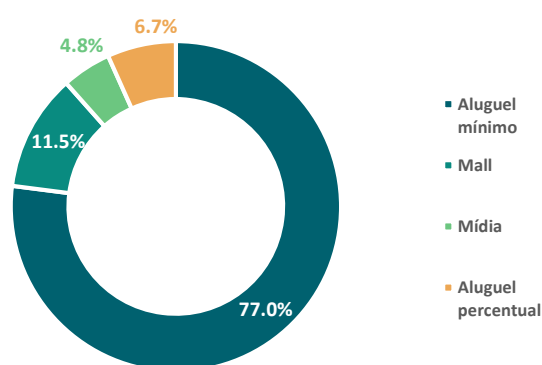


RECEITA DE LOCAÇÃO

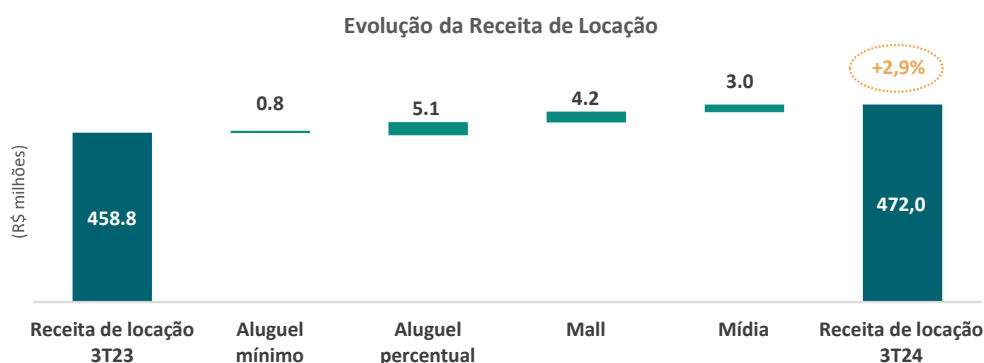
A receita de locação atingiu R\$472,0 milhões, um aumento de 2,9% versus o 3T23, já dando os primeiros sinais do retorno do IGP-DI pra o campo positivo. A performance robusta de Mall & Mídia, aliada ao forte crescimento em vendas capturado por meio do aluguel percentual, impulsionaram o desempenho positivo na linha de locação.

No 3T24, a receita de aluguel mínimo totalizou R\$363,4 milhões, uma aumento de 0,2% em relação ao 3T23. O aluguel percentual, por sua vez, somou R\$31,8 milhões, um crescimento de 19,1% em comparação ao mesmo período do ano anterior. Os indicadores de aluguel mesmas lojas (SSR) e aluguel mesmas áreas (SAR), líquidos de descontos, apresentaram crescimento de 4,2% e 4,9%, respectivamente, em comparação ao 3T23

Composição da Receita de Locação



No 3T24, a receita de Mall atingiu R\$54,1 milhões e as receitas com locação de Mídia totalizaram R\$22,7 milhões, com avanços de 8,5% e 15,5% versus 3T23, respectivamente. Por mais um trimestre destaca-se a consistência do crescimento da linha de negócios de mídia.



NOI

No 3T24, o NOI da ALLOS atingiu R\$556,1 milhões, já considerando o efeito de provisão de devedores duvidosos (PDD). O indicador apresentou crescimento de 4,5% versus o mesmo período do ano anterior, impactado principalmente pelo avanço de receita de locação e do resultado de estacionamento, que manteve sua trajetória ascendente no patamar de dois dígitos de crescimento ao longo do trimestre.



NOI	3T24	3T23	3T24 / 3T23 Δ%	3T23 Proforma	3T24 / 3T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	471.992	496.392	-4,9%	458.787	2,9%
Ajuste aluguel linear	7.486	(6.906)	n/a	(6.035)	n/a
CDU	7.184	6.971	3,1%	6.639	8,2%
Outras receitas	3.843	3.848	-0,1%	3.690	4,2%
Resultado de estacionamento	116.726	114.038	2,4%	103.793	12,5%
Resultado Operacional	607.230	614.343	-1,2%	566.873	7,1%
(-) Custos operacionais dos shoppings	(31.834)	(35.145)	-9,4%	(29.463)	8,0%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(11.861)	(13.045)	-9,1%	(11.551)	2,7%
(=) NOI	563.535	566.152	-0,5%	525.860	7,2%
Margem NOI	92,8%	92,2%	65 bps	92,8%	4 bps
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	556.050	573.058	-3,0%	531.895	4,5%
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	92,7%	92,2%	47 bps	92,8%	-13 bps
NOI	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
Receita de locação	1.408.706	1.472.339	-4,3%	1.375.818	2,4%
Ajuste aluguel linear	18.753	(21.865)	n/a	(18.778)	n/a
CDU	19.108	17.778	7,5%	17.171	11,3%
Outras receitas	16.712	13.002	28,5%	12.513	33,6%
Resultado de estacionamento	342.621	320.357	6,9%	295.940	15,8%
Resultado Operacional	1.805.900	1.801.611	0,2%	1.682.665	7,3%
(-) Custos operacionais dos shoppings	(94.244)	(102.998)	-8,5%	(89.249)	5,6%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(40.208)	(43.393)	-7,3%	(39.520)	1,7%
(=) NOI	1.671.448	1.655.221	1,0%	1.553.896	7,6%
Margem NOI	92,6%	91,9%	68 bps	92,3%	21 bps
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	1.652.695	1.677.086	-1,5%	1.572.674	5,1%
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	92,5%	92,0%	51 bps	92,4%	5 bps

EBITDA AJUSTADO

No terceiro trimestre de 2024, o EBITDA alcançou R\$468,0 milhões, crescimento de 6,6% em relação ao 3T23. Além da performance operacional, o avanço das receitas de serviços, principalmente pelo aumento de 47,3% em receitas de serviços de mídia, contribuíram para a performance do indicador. Considerando a equalização trimestral do efeito da harmonização da remuneração dos colaboradores da ALLOS, ocorrida no 4T23, o EBITDA apresenta crescimento de 8,6% em relação ao 3T23 harmonizado.

O resultado de R\$12,9 milhões de incorporação imobiliária é referente a uma nova venda de terreno anexo ao Parque Shopping Maceió e ao Passeio das Águas Shopping, para execução de projetos de multiuso.

As Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) foram de R\$114,8 milhões no 3T24. Considerando a equalização do efeito da harmonização mencionado acima, o crescimento da linha de SG&A seria de 7,5% no 3T24 versus o 3T23 harmonizado, principalmente pelo efeito do dissídio aplicado à folha e aos novos programas de incentivo de longo prazo outorgados em 2024.

EBITDA	3T24	3T23	3T24 / 3T23 Δ%	3T23 Proforma	3T24 / 3T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	556.050	573.058	-3,0%	531.895	4,5%
(-) Impostos sobre faturamento	(48.479)	(47.436)	2,2%	(47.436)	2,2%
(+) Receita líquida de serviços	61.908	51.355	20,5%	51.355	20,5%
(+) Incorporação imobiliária	12.928	-	n/a	-	n/a
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	325	1.929	-83,2%	1.929	-83,2%
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(114.758)	(98.819)	16,1%	(98.819)	16,1%
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	467.973	480.088	-2,5%	438.924	6,6%
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	72,8%	74,9%	-212 bps	74,1%	-129 bps
(=) EBITDA Ajustado (SG&A 2023 Harmonizado)	467.973	472.138	-0,9%	430.975	8,6%
Margem EBITDA Ajustado (SG&A Harmonizado)	72,8%	73,7%	-88 bps	72,7%	5 bps

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

EBITDA	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	1.652.695	1.677.086	-1,5%	1.572.674	5,1%
(-) Impostos sobre faturamento	(145.216)	(138.068)	5,2%	(138.068)	5,2%
(+) Receita líquida de serviços	171.345	153.228	11,8%	153.228	11,8%
(+) Incorporação imobiliária	17.781	7.792	128,2%	7.792	128,2%
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(1.408)	(734)	92,0%	(734)	92,0%
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(337.574)	(302.597)	11,6%	(302.597)	11,6%
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	1.357.623	1.396.707	-2,8%	1.292.295	5,1%
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	72,2%	73,8%	-164 bps	73,0%	-83 bps
(=) EBITDA Ajustado (SG&A 2023 Harmonizado)	1.357.623	1.378.174	-1,5%	1.273.762	6,6%
Margem EBITDA Ajustado (SG&A Harmonizado)	72,2%	72,8%	-66 bps	72,0%	22 bps

RECEITAS E DESPESAS NÃO-RECORRENTES

No 3T24, a linha de “Outras receitas/despesas operacionais não recorrentes” totalizou R\$31,2 milhões. O resultado pode ser explicado, majoritariamente, por:

- Plano de alinhamento e retenção de longo prazo em função da combinação de negócios para diretores executivos que não tiveram aceleração dos programas de incentivo de longo prazo. O programa que foi outorgado em 8 de dezembro de 2023, engloba 0,5% das ações emitidas pela ALLOS, possui 9 anos de duração, dividido em 7 tranches, sendo 15% nos 6 primeiros anos e 10% no último ano. Com exceção da primeira, cada tranche possui 2 anos de lock-up além do vesting. Este programa gera uma despesa não caixa e utilizou as ações referentes ao programa de recompra de ações anterior ao programa em aberto. Caso o executivo deixe a Companhia durante esse período, as ações não vestidas serão devolvidas.
- Despesas com reestruturação societária em subsidiária
- Efeito líquido na alienação de ativos
- Provisão para contingências de natureza Cíveis, em função da mudança de prognóstico de perda.
- Outros resultados não recorrentes

Outras Receitas/(Despesas) Operacionais

3T24

Informações Financeiras Gerenciais	(Valores em milhares de reais)
Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	325
Outras receitas/(despesas) operacionais não recorrentes	(31.210)
Plano de alinhamento e retenção de longo prazo	(8.788)
Despesas com reestruturação societária em subsidiária	(9.689)
Efeito líquido na alienação de ativos	(1.963)
Provisão (reversão) contingências	(7.736)
Outros resultados não recorrentes	(3.035)
Outras receitas/(despesas) operacionais	(30.885)

RESULTADO FINANCEIRO

No 3T24, as receitas financeiras da ALLOS somaram R\$120,0 milhões, um aumento de 85,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, devido a um maior saldo médio de caixa. Já as despesas financeiras totalizaram R\$232,4 milhões no 3T24, um crescimento de 8,7% em comparação ao 3T23, em função de uma maior dívida bruta. As despesas financeiras líquidas das receitas financeiras, atingiram R\$112,4 milhões no 3T24, uma redução de 24,6% em relação ao 3T23, esse resultado deriva majoritariamente das ações de gestão de passivo que vem sendo implementadas pela Companhia.

Resultado Financeiro	3T24	3T23	3T24 / 3T23 Δ%	3T23 Proforma	3T24 / 3T23 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receitas Financeiras	119.963	64.714	85,4%	64.714	85,4%
Receita Financeira	127.438	72.181	76,6%	72.181	76,6%
PIS & Cofins sobre receita financeira	(7.475)	(7.467)	0,1%	(7.467)	0,1%
Despesas Financeiras	(232.404)	(213.774)	8,7%	(213.774)	8,7%
Despesas com Juros & Variação Monetária	(206.740)	(191.592)	7,9%	(191.592)	7,9%
Custo de Estruturação	(6.752)	(5.426)	24,4%	(5.426)	24,4%
Outras Despesas Financeiras	(18.912)	(16.756)	12,9%	(16.756)	12,9%
SWAP (Valor Justo)	(25.355)	(4.510)	n/a	(4.510)	n/a
Resultado Financeiro Recorrente	(137.796)	(153.570)	-10,3%	(153.570)	-10,3%
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	(4.497)	(4.671)	-3,7%	(4.671)	-3,7%
Resultado Financeiro	(142.293)	(158.241)	-10,1%	(158.241)	-10,1%

Resultado Financeiro	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>					
Receitas Financeiras	300.862	204.093	47,4%	204.093	47,4%
Receita Financeira	326.551	224.600	45,4%	224.599	45,4%
PIS & Cofins sobre receita financeira	(25.690)	(20.506)	25,3%	(20.506)	25,3%
Despesas Financeiras	(608.751)	(637.662)	-4,5%	(637.663)	-4,5%
Despesas com Juros & Variação Monetária	(541.551)	(569.821)	-5,0%	(569.821)	-5,0%
Custo de Estruturação	(18.317)	(15.843)	15,6%	(15.843)	15,6%
Outras Despesas Financeiras	(43.446)	(51.999)	-16,4%	(51.999)	-16,4%
SWAP (Valor Justo)	(7.535)	1.559	n/a	1.560	n/a
Resultado Financeiro Recorrente	(315.424)	(432.010)	-27,0%	(432.010)	-27,0%
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	(6.415)	28.976	n/a	28.976	n/a
Resultado Financeiro	(321.839)	(403.034)	-20,1%	(403.034)	-20,1%

FFO

No 3T24, o FFO por ação cresceu 37,2%, impulsionado pelos programas de recompra de ações executados desde o 4T23, reforçando o compromisso da ALLOS em retornar capital ao acionista. O FFO atingiu R\$307,2 milhões, com crescimento de 27,7% comparado com o mesmo período do ano anterior. A margem FFO alcançou 47,8%, 7,2 p.p. maior que no mesmo período em 2023. A variação positiva do indicador no trimestre reflete, além do desempenho operacional, os efeitos das ações de gestão de passivo, um maior saldo médio de caixa e maior eficiência fiscal.

Funds from Operations - FFO	3T24	3T23	3T24 / 3T23 Δ%	3T23 Proforma	3T24 / 3T23 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
EBITDA Ajustado	475.459	473.182	0,5%	432.889	9,8%
(+) Receitas financeiras	119.963	64.714	85,4%	64.714	85,4%
(-) Despesas financeiras	(232.404)	(213.774)	8,7%	(213.774)	8,7%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(48.335)	(49.346)	-2,0%	(49.346)	-2,0%
(+) Ajuste aluguel linear	(7.486)	6.906	n/a	6.035	n/a
(=) FFO	307.197	281.682	9,1%	240.518	27,7%
Margem FFO %	47,8%	43,9%	383 bps	40,6%	719 bps
FFO por ação	0,58	0,50	17,1%	0,43	37,2%



Funds from Operations - FFO	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
EBITDA Ajustado	1.376.376	1.374.842	0,1%	1.273.517	8,1%
(+) Receitas financeiras	300.862	204.093	47,4%	204.093	47,4%
(-) Despesas financeiras	(608.751)	(637.662)	-4,5%	(637.662)	-4,5%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(140.765)	(172.103)	-18,2%	(172.103)	-18,2%
(+) Ajuste aluguel linear	(18.753)	21.865	n/a	18.778	n/a
(=) FFO	908.969	791.035	14,9%	686.623	32,4%
Margem FFO %	48,3%	41,8%	652 bps	38,8%	954 bps
FFO por ação	1,73	1,40	23,4%	1,22	42,2%

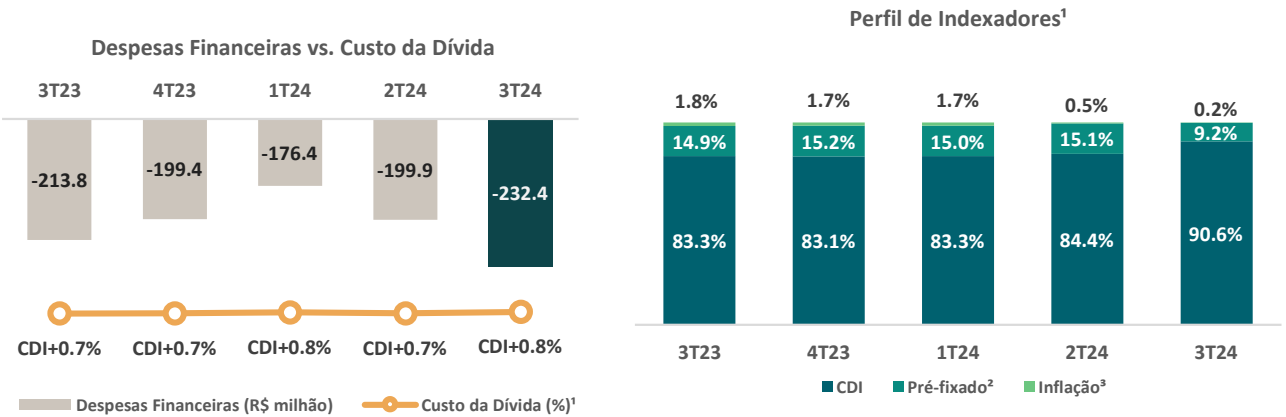
ENDIVIDAMENTO E ESTRATÉGIA DE CAPITAL

O custo médio da dívida da ALLOS foi de 11,9% no 3T24 (versus 12,5% no 2T24), o que equivale à taxa de CDI + 0,8%. O patamar alcançado decorre das ações de gestão de passivos realizadas nos últimos trimestres. No 3T24, a relação Dívida Líquida / EBITDA da Companhia foi de 1,7x.

Composição da Dívida	Curto Prazo	Longo Prazo	Endividamento Total
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI e debêntures	2.143.010	6.568.538	8.711.549
Obrigação para compra de ativos	438.194	19.572	457.766
Instrumentos financeiros derivativos	-	54.749	54.749
Dívida Bruta	2.581.204	6.642.859	9.224.064
Caixa e aplicações financeiras	(5.747.046)	(186.493)	(5.933.539)
Dívida Líquida	(3.165.842)	6.456.366	3.290.524

Ao final de setembro de 2024, a exposição das dívidas da ALLOS atrelada ao índice CDI era de 90,6%.

Mais informações sobre custos e vencimentos de cada dívida, bem como a reconciliação entre a dívida líquida consolidada e a dívida líquida gerencial, estão disponíveis no Anexo deste Relatório.



¹ Considera dívida ao final do período, excluindo obrigações por compra de ativos.
² Índices pré-fixados incluem TR.
³ Índices de inflação incluem IPCA e IGP-DI.

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

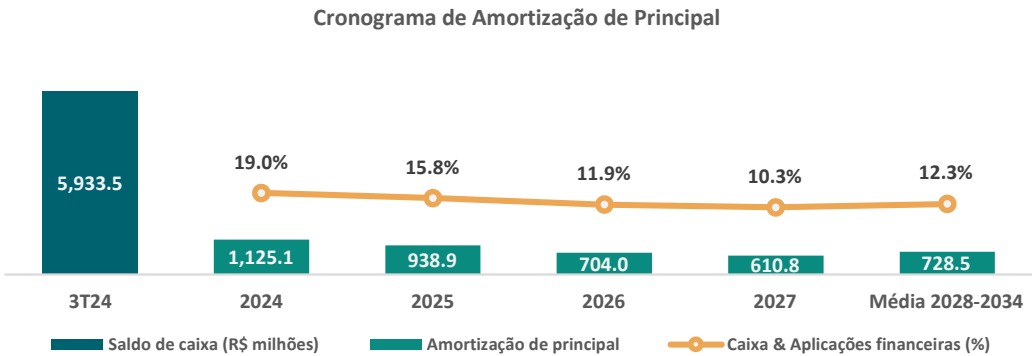
MÍDIA

M&A

ANEXOS



Os gráficos abaixo resumem o cronograma de amortização da dívida da Companhia e demonstram que a posição de caixa é suficientemente robusta para fazer uma boa gestão frente aos vencimentos dos próximos anos.



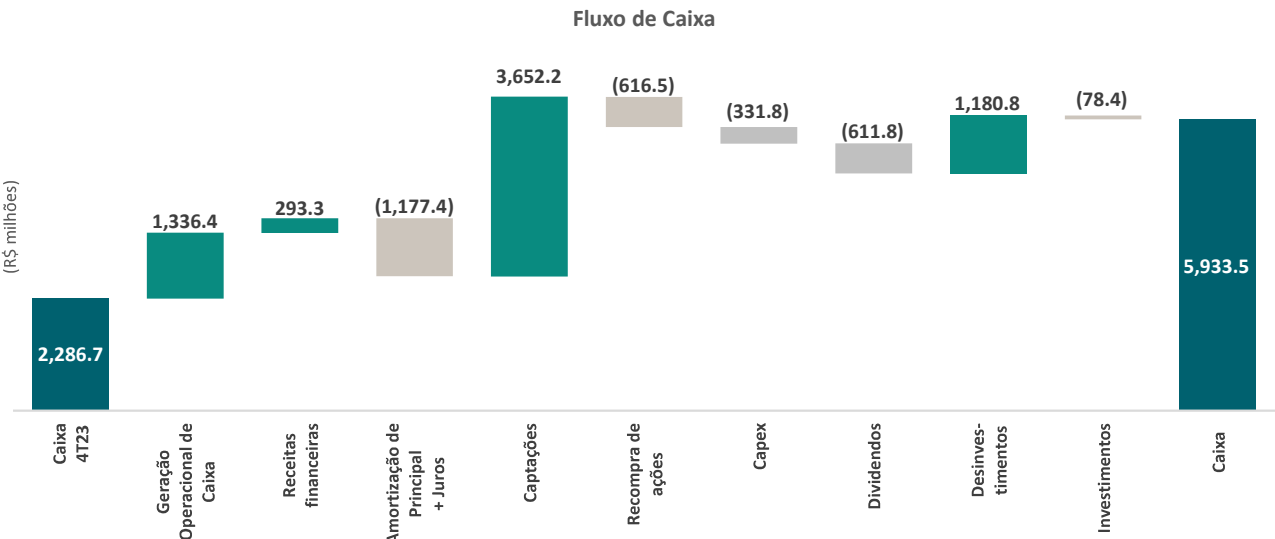
CAPEX

No terceiro trimestre de 2024, o Capex realizado da ALLOS foi de R\$167,1 milhões, investidos, principalmente, em manutenção, revitalizações e projetos de inovação, implementação e licenciamento de softwares. A linha de “Outros” foi impactada, principalmente, pela aquisição da loja C&A do Goiânia Shopping.

Capex Realizado	3T24	9M24
Informações Financeiras Gerenciais		
Manutenção	46.862	100.442
Revitalização	53.625	89.278
Expansões & Terrenos	7.630	10.461
Imobilizado & Intangível	43.460	95.079
Outros	15.569	36.566
Total	167.146	331.826
Total ex-Aquisições	156.437	308.456

FLUXO DE CAIXA

A ALLOS apresentou geração operacional de caixa de R\$1.336,4 milhões nos nove primeiros meses de 2024. A variação do saldo de caixa pode ser explicada, em grande parte por: i) recebimentos pelos desinvestimentos; ii) amortizações de principal e juros de financiamentos e novas captações; iii) recompra de ações; iv) pagamento de dividendos; v) Capex; e outras iniciativas alinhadas ao planejamento estratégico de longo prazo da Companhia.



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



DESEMPENHO OPERACIONAL

DESEMPENHO DE VENDAS

No terceiro trimestre de 2024, a ALLOS atingiu R\$9,5 bilhões em vendas totais. O crescimento mesmas bases versus o 3T23 foi de 8,0%, com destaque para o mês de agosto que apresentou crescimento de 12,1% em relação ao mesmo período de 2023. No 3T24, as vendas/m² alcançaram R\$1.862, com variação positiva de 9,2% versus o 3T23, evidenciando os efeitos positivos da gestão de portfólio e curadoria de mix.

O indicador “vendas mesmas lojas” (SSS) apresentou crescimento de 6,2% no trimestre e de 5,4% 9M24. No acumulado do ano, os segmentos de maior destaque foram: Acessórios, Itens de Beleza e Joalherias (+11,2%); Conveniência, Serviços, Lazer e Outros (+6,0%); e Alimentação (+5,1).

SSS% por Segmento	3T24	9M24
Informações Financeiras Gerenciais		
Acessórios, Itens de Beleza e Joalherias	10,5%	11,2%
Alimentação	4,3%	5,1%
Conveniência, Serviços, Lazer e Outros	6,0%	6,0%
Itens do Lar, Papelaria, Informática e Diversos	6,1%	3,4%
Roupas e Calçados	6,2%	4,9%
Total	6,2%	5,4%

As novas lojas também contribuíram positivamente para as vendas no período, registrando aumentos de 20,9% e 29,1% no 3T24 e no acumulado do ano, respectivamente. Além disso, contribuíram para que o indicador de vendas mesmas áreas (SAS) apresentasse um crescimento de 6,9% no 3T24.

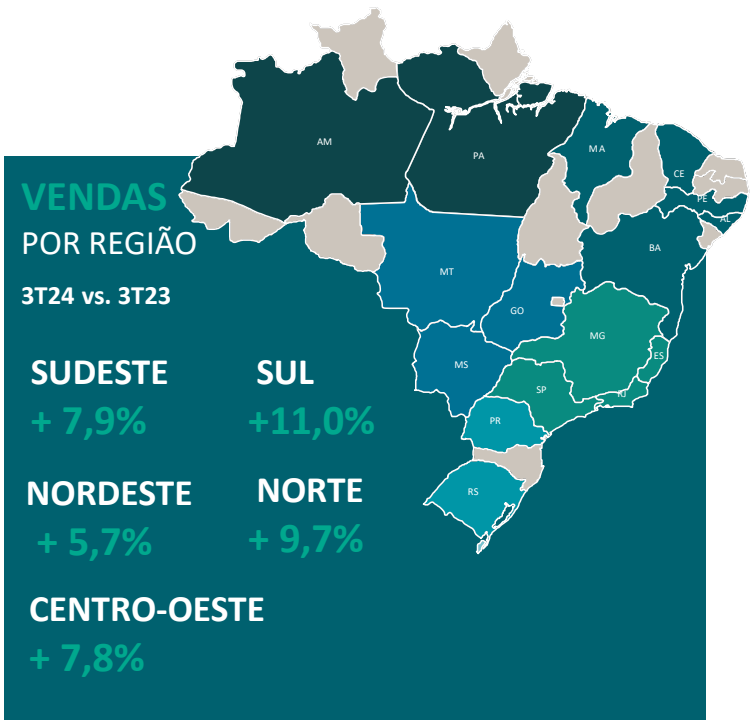
Os destaques no desempenho de vendas no trimestre foram: Shopping Campo Limpo (+29,1%), Caxias Shopping (16,9%), Passeio das Águas Shopping (14,8%), Parque Shopping Belém (+14,7%), Shopping Grande Rio (+14,0%), Catuaí Shopping Londrina (+13,8%) e Parque Shopping Maceió (+13,5%).

DESEMPENHO POR REGIÃO

Os shoppings da ALLOS estão presentes nas 5 regiões do país e localizados em importantes centros urbanos de 16 estados.

No terceiro trimestre de 2024, a região Sul se destacou, com crescimento de 11,0% na comparação com o 3T23.

As demais regiões também mantiveram um ritmo positivo de vendas no terceiro trimestre de 2024, com expansão de 9,7% no Norte, 7,9% na região Sudeste, e 7,8% na região Centro-Oeste.



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

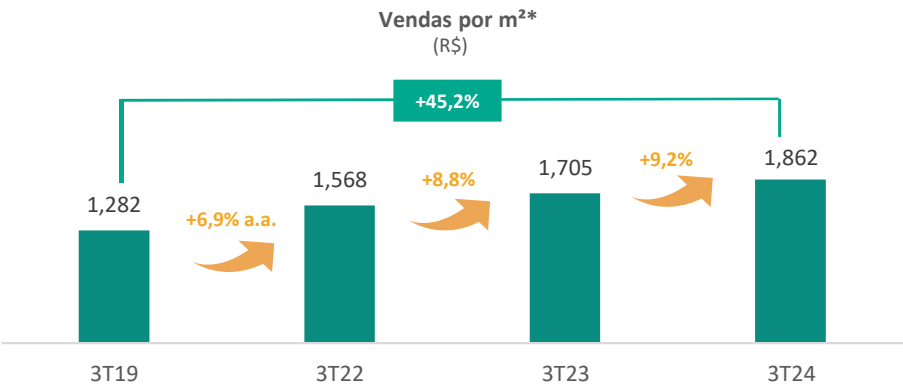
M&A

ANEXOS



VENDAS/M²

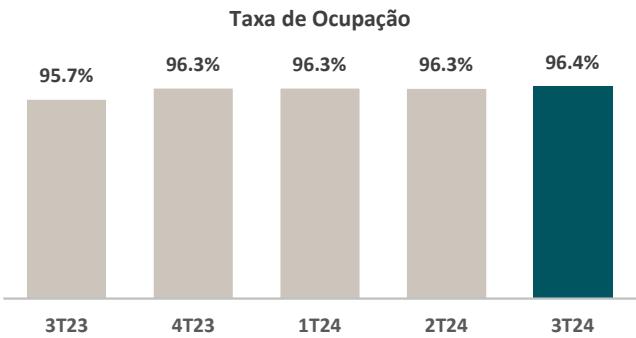
As vendas/m² no 3T24 atingiram R\$1.862, um aumento de 9,2% frente ao mesmo período do ano anterior. Esse patamar de vendas/m² reflete, em mais um trimestre, a trajetória de crescimento consistente que a Companhia vem apresentando desde 2019, a um CAGR de 7,7% no período, versus um IPCA médio para o mesmo período de 6,0%, o que representa um crescimento total de 45,2%.



*Considerando números divulgados nos respectivos trimestres

TAXA DE OCUPAÇÃO E ATIVIDADE COMERCIAL

No final do terceiro trimestre de 2024, a taxa de ocupação atingiu 96,4%, apresentando um crescimento de 76 bps em comparação ao mesmo período do ano anterior. Esse aumento demonstra a eficiência da equipe comercial e a crescente atratividade do portfólio de shoppings da Companhia.



No 3T24 foram assinados 253 contratos nos shoppings próprios da Companhia, representando uma adição de 40,5 mil m² em ABL. Considerando os shoppings de terceiros administrados, 315 novas operações foram comercializadas, equivalentes à 50,2 mil m².

Entre os destaques de contratos recém-assinados estão: SmartFit no Caxias Shopping; Centauro no Plaza Sul Shopping; Coco Bambu no Independência Shopping e Shopping Estação BH; Cineflix no Shopping Curitiba; e Fogo de Chão no Shopping Tamboré.

Entre os destaques de inaugurações recentes estão: Sephora e Hugo Boss no Center Shopping Uberlândia; Kiko Milano no Boulevard Shopping Belo Horizonte; NV no Shopping Estação Cuiabá; Puma e Irajá Redux no Parque Dom Pedro; e Coco Bambu no Carioca Shopping.

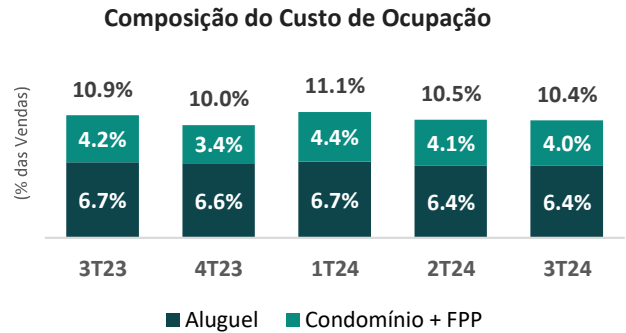


DESTAQUES
MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
PRINCIPAIS INDICADORES
DESEMPENHO FINANCEIRO
DESEMPENHO OPERACIONAL
SUSTENTABILIDADE
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
MÍDIA
M&A
ANEXOS



CUSTO DE OCUPAÇÃO

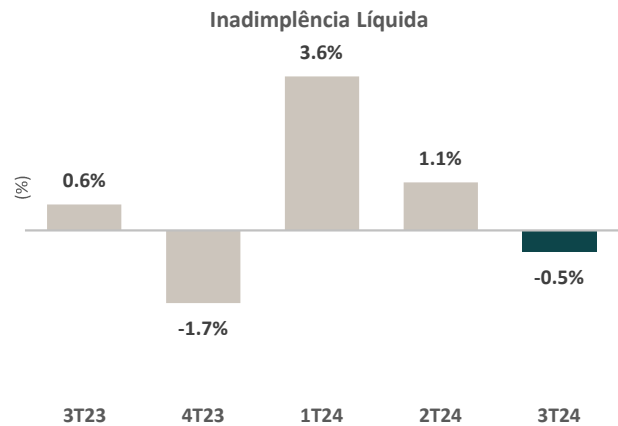
No terceiro trimestre de 2024, o custo de ocupação¹ foi de 10,4%, redução de 45 bps frente ao reportado no 3T23, em linha com o crescimento de vendas no trimestre. As despesas de aluguel representaram 6,4%, enquanto os encargos comuns e despesas com fundo de promoção (FPP) representaram 4,0% do custo total.



¹Considera apenas lojistas que realizaram vendas no período.

INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA

No 3T24, a inadimplência líquida foi de -0,5%, com redução de 104 bps na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior, refletindo uma melhora relevante na saúde financeira dos lojistas.



¹Considera apenas lojistas que venderam durante o período.

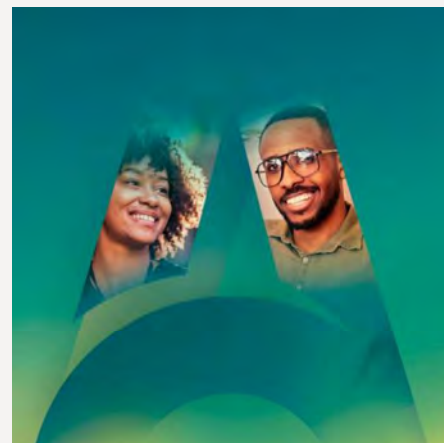
DESTAQUES
MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
PRINCIPAIS INDICADORES
DESEMPENHO FINANCEIRO
DESEMPENHO OPERACIONAL
SUSTENTABILIDADE
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
MÍDIA
M&A
ANEXOS

SUSTENTABILIDADE

O compromisso ALLOS com a sustentabilidade permeia uma série de iniciativas e projetos perenes, conduzidos pelos shoppings da Companhia, apoiando causas sociais e o desenvolvimento local. Seguem abaixo campanhas e realizações recentes de destaque.

Nova Meta Racial

A ALLOS valoriza a pluralidade e trabalha para promover a Diversidade, Equidade e Inclusão. Com o objetivo de agir de forma estratégica no pilar racial, a Companhia anunciou mais um compromisso: ter 48% de pessoas autodeclaradas negras em posições de liderança até 2030. A meta foi definida com base nos dados do último Censo de DE&I, e foi validada pelo MOVER – Movimento pela Equidade Racial. O novo percentual ALLOS foi anunciado pelo CEO, Rafael Sales, durante o lançamento do documentário Pequena África, no Shopping Leblon. Esse é mais um compromisso ALLOS que a fortalece e impulsiona a criar experiências cada vez mais inclusivas, com impactos positivos na sociedade.



Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol (PBGHG)

A ALLOS conquistou novamente o prestigioso Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol (PBGHG) para o ciclo de 2024. Esta reconhecida certificação reafirma o compromisso contínuo da Companhia com a transparência e a responsabilidade ambiental. O PBGHG, estabelecido em 2008, é a maior base de dados pública de inventários corporativos de gases de efeito estufa (GEE) na América Latina. Adaptando o método GHG Protocol ao contexto brasileiro, o programa oferece ferramentas essenciais para o cálculo e gerenciamento das emissões de GEE. Este reconhecimento reforça a posição da ALLOS de liderança no setor, evidenciando os esforços contínuos para mitigar os impactos ambientais e promover práticas sustentáveis em todas as operações.

Desafio Nas Escolas

A ALLOS acredita que a educação tem o poder de transformar realidades e está comprometida em criar um futuro melhor para todos. Por isso, a Companhia apoiou a terceira temporada do Desafio nas Escolas, programa exibido no Canal Futura e Globoplay. A iniciativa engaja alunos do ensino médio de quatro escolas do Rio de Janeiro a proporem soluções inovadoras para desafios encontrados em suas instituições de ensino. Por meio do protagonismo estudantil e do envolvimento da comunidade escolar, o projeto promove melhorias concretas nas escolas, como a revitalização de espaços abandonados. A educação e a cultura são pilares fundamentais da estratégia ESG da Companhia, refletidos em quase 3 mil projetos que beneficiaram mais de 500 mil pessoas no último ano.





TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Resultados contínuos do Programa de Loyalty

No 3T24, o Programa de Loyalty apresentou um crescimento de 85% no resgate de benefícios de lojistas e um crescimento de GMV absoluto de 538 milhões no 3T23 para 586 milhões no 3T24. Esse resultado reforça a tese de que o engajamento dos lojistas que oferecem benefícios relevantes garante um maior engajamento do consumidor.

Além da alavanca de benefícios, o aplicativo também vem constantemente evoluindo suas funcionalidades, visando aumentar a atratividade, aprimorar a experiência e trazer ainda mais conveniência para os consumidores e lojistas. Neste último trimestre as principais funcionalidades implementadas foram o mapa indoor, que permite que os usuários sejam guiados na busca por lojas, serviços lazer e conveniências dos shoppings com a localização em tempo real e a reserva de mesa, fila online e cardápio digital, que otimizam e proporcionam melhor experiência aos consumidores nos principais serviços em restaurantes de cada shopping.

Expansão do Programa de Loyalty – Lançamento Shoppings Parque Dom Pedro e Campo Grande

Em mais um marco importante para fortalecer sua presença na jornada de consumidores e lojistas, a ALLOS vem dando continuidade ao processo de expansão do programa de loyalty para todos os shoppings da Companhia com o lançamento nos shoppings Campo Grande e Parque Dom Pedro em outubro. Esses shoppings já nasceram com benefícios relevantes de mais de 20% da base total de lojistas.

Solar Shopping Leblon

O novo programa de loyalty do Shopping Leblon continuou ganhando relevância e conquistando resultados expressivos em mais um trimestre. Isso confirma que a ALLOSTECH está investindo de forma assertiva em iniciativas para estreitar cada vez mais o relacionamento com os consumidores e oferecer uma jornada ainda mais completa.



Além de um crescimento em relação ao ano anterior, o programa apresentou um aumento de 25% no GMV (*Gross Merchandise Value*) vs. o 2T24, evidenciando o engajamento contínuo dos membros do Programa. O número de notas fiscais enviadas cresceu 38% e o número de benefícios resgatados superou 175% vs. o 2T24.

3T24 VS 3T23

+559%	+143%	+106%	+93%
DE BENEFÍCIOS RESGATADOS	DE ENVIO DE NOTAS FISCAIS	GMV	DE COMPRADORES

3T24 VS 2T24

+175%	+38%	+25%	+24%
DE BENEFÍCIOS RESGATADOS	DE ENVIO DE NOTAS FISCAIS	GMV	DE COMPRADORES

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Case Nestlé | Dolce Gusto Neo

Aliando a conexão com a audiência e a inteligência de dados, no 3T24 a ALLOS conseguiu implementar uma estratégia eficaz para os membros do programa de fidelidade em parceria com o anunciante Dolce Gusto.

Essa abordagem aliou canais como telas instaladas em edifícios residenciais próximos aos shoppings e incentivou os consumidores a acessarem os aplicativos de loyalty e interagirem com as mídias disponíveis nos shoppings.

A estratégia alcançou mais de 2 milhões de membros do programa de fidelidade por meio de sorteios perenes. Além disso, impactou mensalmente mais de 1 milhão de pessoas nas áreas ao redor dos shoppings e atingiu um público de mais de 13 milhões de consumidores mensais em contato com a mídia nos shoppings com loyalty.

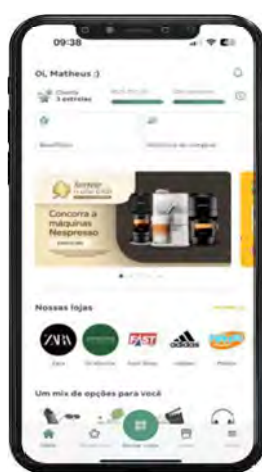
Na parceria fechada, além do serviço de mídia contratado, a marca disponibilizou 75 máquinas de café expresso para o sorteio perene de 5 shoppings com o loyalty, como forma de mídia adicional, onde a comunicação envelopada estava dentro da comunicação do aplicativo. Além disso, a marca disponibilizou cupons de descontos para os membros do Programa para a aquisição das máquinas.



Push Message



Banner Carrossel



Página da Promoção



Exemplo dos Produtos de Retail Media na jornada do Lojista e do Consumidor

Produtos de Retail Media helloo para o Lojista

- ✓ **Envio de Push Messages** para usuários com histórico de consumo no segmento
- ✓ **Identificação e envio de Push Message** para os clientes que estiverem no shopping
- ✓ **Banner comunicando o benefício** durante o período de vigência
- ✓ **Relatório** de utilização do benefício e geração de vendas

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

MÍDIA

PROCESSO DE EXPANSÃO

Seguindo a estratégia de expansão, no terceiro trimestre, 11 shoppings que possuíam apenas mídias estáticas, foram digitalizados. Essa iniciativa proporciona aos anunciantes maior flexibilidade e autonomia na comunicação, eliminando fricções no processo de produção.

Na vertical de edifícios residenciais, foram instaladas mais de 800 novas telas, com destaque para abertura de uma nova praça em Recife, que amplia significativamente a cobertura da helloo para além da vertical de shopping center.

HELLOO RETAIL | RETAIL MEDIA

Adotando uma abordagem consultiva, no último trimestre a aquisição de novos clientes foi escalada através do e-commerce de mídia, a Helloo Retail. Essa estratégia tem se revelado altamente eficaz para pequenos e médios anunciantes. A plataforma permite que empreendedores ajustem seus investimentos com precisão, personalizando suas campanhas conforme objetivos e orçamentos.

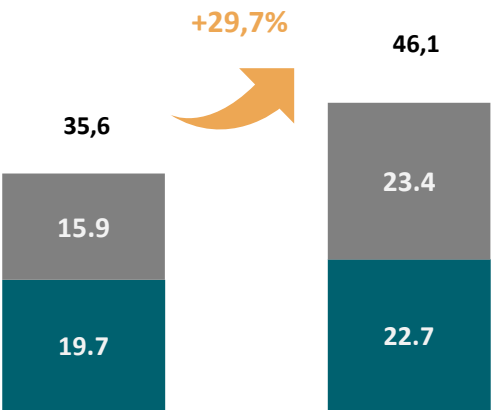
Até o mês de setembro de 2024, essa linha de negócios já havia crescido 38% em relação ao mesmo período de 2023, validando a eficácia da estratégia digital e destacando o grande potencial de crescimento futuro.



EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO DE MÍDIA

A linha de negócios de mídia segue como destaque de crescimento da Companhia, registrando faturamento de R\$ 46,1 milhões no terceiro trimestre de 2024, crescimento de 29,7% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Como percentual da receita total da ALLOS, a linha de negócios de mídia avançou 110 bps em relação ao 3T23, atingindo 6,7%.

Faturamento de Mídia
(R\$ Milhões)



■ Mídia | Locação ■ Mídia | Serviços

Mídia como % da receita bruta



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



M&A e Alocação de Capital

OPERAÇÕES DE M&A

Em relação aos desinvestimentos recentes anunciados nos últimos trimestres, todos foram concluídos, conforme tabela abaixo:

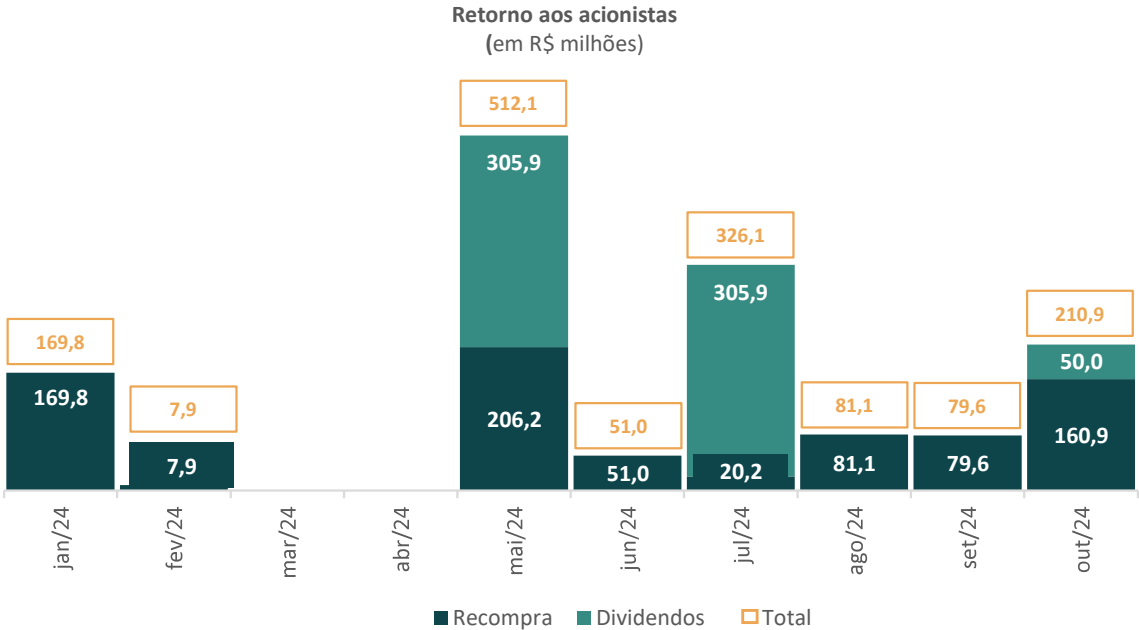
Shopping	Desinvestimento	Participação	Closing
Plaza Sul Shopping	Parcial	20,0%	nov-23
		5,0%	dez-23
		5,0%	mar-24
Boulevard Shopping Bauru	Total	100,0%	dez-23
Boulevard Shopping Campos	Total	75,0%	dez-23
Shopping Estação Curitiba	Total	100,0%	dez-23
Santana Parque Shopping	Total	36,7%	jan-24
Shopping Jardim Sul	Total	60,0%	abr-24
São Luís Shopping	Total	6,2%	jun-24
		8,8%	out-24
Carioca Shopping	Parcial	15,0%	abr-24
Shopping Villagio Caxias	Parcial	10,0%	abr-24
Bangu Shopping	Parcial	10,0%	mai-24
Top Shopping	Total	50,0%	abr-24

No início de Novembro de 2024, a ALLOS anunciou ao mercado os desinvestimentos parciais de 20% do Carioca Shopping, 10% do Shopping Tijuca e 9,9% do Plaza Sul Shopping, pelo total de R\$393 milhões, sendo que R\$230 milhões deverão ser recebidos a vista na data da conclusão da transação e o restante a prazo corrigidos pelo IPCA no primeiro ano e a 100% do CDI no segundo ano. Além disso, a ALLOS anunciou o desinvestimento total da participação de 50% no Rio Anil Shopping, totalizando R\$186,2 milhões, que corresponde ao cap rate de 8,5%. Do total, R\$177,4 milhões serão recebidos na data de conclusão da transação e R\$8,8 milhões a prazo, até 30 de junho de 2025, corrigido pelo CDI. As transações dão sequência ao plano de desinvestimentos no valor de R\$1 bilhão, divulgado no segundo trimestre do ano e reforça a capacidade da ALLOS em realizar transações que gerem valor para o acionista, com busca constante por oportunidades de otimizar a alocação de capital da Companhia. A conclusão das transações está condicionada ao cumprimento de condições precedentes a estes tipos de transações e aprovação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Até outubro de 2024, a ALLOS retornou R\$1,4 bilhão aos seus acionistas em função da execução dos programas de recompra de ações da Companhia e pagamento de dividendos. Considerando a capitalização de mercado da ALLOS em 31 de outubro de 2024, o total da remuneração em caixa aos acionistas já foi de 11,9% no ano.

Com o compromisso de remunerar o acionista de maneira consistente e previsível, a ALLOS implementou a prática de pagamentos mensais de dividendos, pela qual trimestralmente são submetidas à aprovação do Conselho de Administração, distribuições a serem realizadas nos três meses seguintes. Em outubro de 2024 foram aprovados R\$150 milhões em dividendos, que estão sendo distribuídos aos acionistas ao longo do 4T24 em três tranches iguais.



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

M&A e Alocação de Capital

EXPANSÃO Shopping Campo Grande

No terceiro trimestre de 2024, a ALLOS anunciou a segunda expansão do Shopping Campo Grande. O projeto de expansão do Shopping Campo Grande irá impactar 23,7 mil m² de Área Bruta Locável (ABL), incluindo 11,5 mil m² de ABL redeseñolvida e 12,2 mil m² de ABL adicional.

Com essa expansão, o shopping ganhará aproximadamente 150 novas operações, incluindo uma área gastronômica com restaurantes inéditos na região, e possibilitando a entrada de grandes marcas nacionais e internacionais exclusivas. A expansão será totalmente integrada ao shopping existente, trazendo mais espaço, conforto e conveniência para o consumidor, além de ter interligação direta com um projeto multiuso.

Este projeto já possui duas torres corporativas em operação e prevê a adição de três torres corporativas, quatro residenciais e um hotel, que somam um VGV potencial de quase R\$1 bilhão. Além disso, o shopping contará com uma nova e moderna fachada, inspirada na cultura local. Com a expansão, a ABL do shopping aumentará em 30%.

Por fim, seguindo a estratégia de inovação da ALLOS, o Shopping Campo Grande passará a ter seu próprio programa de fidelidade já em 2024, trazendo ainda mais benefícios para seus clientes e proporcionando uma audiência ampla e recorrente para seus lojistas. Com esta expansão, o Shopping Campo Grande reafirma sua posição como o principal destino de compras e entretenimento da região, oferecendo um mix de lojas ainda mais diversificado e comodidades aprimoradas para os consumidores.



DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS
INDICADORES

DESEMPENHO
FINANCEIRO

DESEMPENHO
OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

PORTFÓLIO

Shoppings Próprios	Estado	Participação	ABL Total (m²)	ABL Própria (m²)	Taxa de Ocupação	Prestação de Serviços
Amazonas Shopping	AM	28,0%	38.349	10.753	97,9%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50,0%	21.758	10.879	97,8%	-
Bangu Shopping	RJ	90,0%	57.872	52.085	95,3%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80,0%	39.428	31.538	98,0%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70,0%	41.479	29.036	97,6%	A / C / CSC
Carioca Shopping	RJ	85,0%	35.971	30.575	94,3%	A / C / CSC
Catuai Shopping Londrina	PR	93,0%	57.021	53.029	99,2%	A / C / CSC
Catuai Shopping Maringá	PR	100,0%	33.571	33.571	98,9%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65,0%	28.191	18.324	90,7%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21,0%	56.993	11.968	97,1%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60,0%	38.116	22.870	94,5%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76,9%	18.725	14.404	89,8%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48,8%	30.616	14.953	96,7%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83,4%	23.672	19.752	90,8%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100,0%	47.146	47.146	99,6%	A / C / CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	60,0%	41.814	25.088	99,1%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72,5%	71.208	51.626	96,5%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro	SP	51,6%	126.323	65.183	98,5%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51,0%	34.014	17.347	97,8%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	39.891	19.945	98,5%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90,0%	74.432	66.989	93,8%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100,0%	44.585	44.585	95,9%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	60,0%	23.987	14.392	95,7%	A / C / CSC
Rio Anil	MA	50,0%	39.519	19.760	96,2%	A / C
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60,0%	42.901	25.741	96,3%	A / C / CSC
São Luís Shopping	MA	8,8%	56.226	4.961	76,9%	-
Shopping ABC	SP	1,3%	47.237	600	90,9%	-
Shopping Campo Grande	MS	70,9%	40.243	28.532	96,0%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20,0%	29.951	5.990	97,2%	A / C / CSC
Shopping Curitiba	PR	49,0%	22.537	11.043	90,8%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71,5%	71.573	51.168	94,7%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80,0%	38.188	30.550	97,7%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75,0%	48.271	36.204	96,5%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50,0%	61.992	30.996	97,0%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51,0%	28.347	14.457	99,7%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100,0%	18.759	18.759	90,5%	A / C / CSC
Shopping Metrôpole	SP	100,0%	28.974	28.974	95,4%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40,0%	32.653	13.061	89,5%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75,3%	45.005	33.902	97,5%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30,8%	79.605	24.542	99,6%	C
Shopping Taboão	SP	92,0%	37.217	34.240	98,5%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100,0%	49.683	49.683	97,4%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	100,0%	35.523	35.523	94,3%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50,0%	71.175	35.588	97,4%	A / C / CSC
Shopping Villagio Caxias do Sul	RS	61,0%	29.662	18.094	97,2%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63,4%	28.217	17.890	96,9%	A / C / CSC
Via Parque Shopping	RJ	5,1%	55.105	2.792	90,5%	A / C / CSC
Rio Design Leblon	RJ	38,2%	5.376	2.056	79,3%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	87,4%	11.809	10.322	100,0%	N/A
Total Portfólio		62,1%	2.080.910	1.291.465	96,4%	

DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃOPRINCIPAIS
INDICADORESDESEMPENHO
FINANCEIRODESEMPENHO
OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

ANEXOS

DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃOPRINCIPAIS
INDICADORESDESEMPENHO
FINANCEIRODESEMPENHO
OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

DESENVOLVIMENTO

PORTFÓLIO

ANEXOS

PROJETOS DE EXPANSÃO, REVITALIZAÇÃO E REDESENVOLVIMENTO



Expansão:
Em Licitação



**PARQUE
SHOPPING
MACEIÓ**



Expansão:
Em desenvolvimento de projetos



**SHOPPING
CAMPO
GRANDE**



Expansão:
Em desenvolvimento de projetos



**SHOPPING
TIJUCA**



Revitalização:
Em construção

**SHOPPING
DA BAHIA**



Revitalização:
Em construção

**SHOPPING
VILLALOBOS**



EXPANSÃO



REVITALIZAÇÃO



REDESENVOLVIMENTO



Revitalização:
Em construção

SHOPPING DEL REY



Revitalização:
Em construção

CENTER UBERLÂNDIA



Revitalização:
1ª fase: Concluído em 2022
2ª fase: Concluído em 2023
3ª fase: Em construção

PARQUE DOM PEDRO



Revitalização:
Em construção

GOIÂNIA SHOPPING



Redesenvolvimento:
Em construção

SHOPPING LEBLON



Redesenvolvimento:
Em construção

SHOPPING RECIFE



EXPANSÃO



REVITALIZAÇÃO



REDESENVOLVIMENTO

DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS
INDICADORES

DESEMPENHO
FINANCEIRO

DESEMPENHO
OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

DESENVOLVIMENTO

PORTFÓLIO

ANEXOS



ESTRUTURA DE CAPITAL

Os valores abaixo estão na participação da ALLOS em cada dívida, excluem custos de estruturação, obrigações por compra de ativos, ajuste de *swap fair value* e do valor justo das dívidas, em função da combinação de negócios. Para maiores informações, consulte a respectiva Nota Explicativa contida nas demonstrações financeiras consolidadas da Companhia.

Endividamento	Índice	Juros	Custo Total	Endividamento Total	% Endividamento	Vencimento
TR			9,8%	810.154	9,2%	
Bradesco	TR	7,2%	8,0%	74.882	0,8%	ago-27
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	10,0%	10,9%	60.905	0,7%	jun-27
Itaú	TR	9,8%	10,7%	64.916	0,7%	mai-30
Santander	TR	6,8%	7,7%	29.407	0,3%	jun-25
CRI Mapa 4	TR	9,0%	9,9%	580.044	6,6%	mar-25
CDI			12,2%	7.986.454	90,6%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	1,0%	12,1%	100.352	1,1%	jun-29
Debenture (6ª emissão. 1ª serie)	CDI	1,4%	12,5%	1.011.290	11,5%	ago-27
Debenture (5ª emissão. 1ª serie)	CDI	1,4%	12,6%	235.570	2,7%	mar-27
Debenture (5ª emissão. 2ª serie)	CDI	1,6%	12,7%	266.724	3,0%	mar-29
Debenture XII (CRI - ICVM400)	CDI	1,2%	12,3%	502.982	5,7%	jul-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,0%	12,1%	316.110	3,6%	mar-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,2%	12,3%	298.526	3,4%	mar-30
Debenture (8ª emissão. 1ª serie)	CDI	0,6%	11,6%	369.933	4,2%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 2ª serie)	105% CDI	0,0%	11,6%	396.513	4,5%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 3ª serie)	CDI	0,5%	11,5%	494.051	5,6%	abr-31
10ª Debenture	CDI	1,3%	12,4%	940.073	10,7%	nov-27
CCB Bradesco	CDI	1,6%	12,8%	140.043	1,6%	abr-25
CCB Itaú	CDI	1,3%	12,4%	324.641	3,7%	out-26
CRI Villa Lobos	CDI	1,8%	12,9%	64.819	0,7%	mai-31
Debenture (11ª emissão. 1ª serie)	CDI	0,6%	11,7%	648.068	7,4%	ago-31
Debenture (11ª emissão. 2ª serie)	CDI	1,0%	12,1%	1.876.759	21,3%	ago-34
IGP-DI			12,4%	17.548	0,2%	
Gaia Securitizadora (CRI)	IGP-DI²	8,0%	12,4%	17.548	0,2%	mai-25
Total			11,9%	8.814.157	100,0%	
Total		CDI+	0,8%			

O quadro a seguir demonstra a conciliação entre a dívida líquida consolidada contábil e a dívida líquida gerencial.

Composição da Dívida Consolidado	Contábil 3T24	Efeitos CPC 18/19	Gerencial 3T24
(valores em milhares de reais)			
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	8.711.549	-	8.711.549
Obrigação para compra de ativos	458.551	(784)	457.766
Instrumentos financeiros derivativos	54.749	-	54.749
Dívida Bruta	9.224.848	(784)	9.224.064
Caixa e aplicações financeiras	(6.023.654)	90.114	(5.933.539)
Dívida Líquida	3.201.194	89.330	3.290.524

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS

CONCILIAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS

As informações financeiras gerenciais são apresentadas de forma consolidada e em milhares de reais (R\$), e refletem a participação da Companhia em cada shopping.

As informações financeiras gerenciais foram preparadas com base no balanço, demonstração de resultados e relatórios financeiros das respectivas companhias, Aliansce Sonae Shopping Centers e Br Malls Participações como se já estivessem combinadas desde o 1T22, além de incluírem premissas que a administração da Companhia julga serem razoáveis, e devem ser analisadas em conjunto com as informações financeiras consolidadas e notas explicativas.

DEMONSTRAÇÃO FINANCEIRA CONSOLIDADA CONTÁBIL E GERENCIAL DOS PERÍODOS FINDOS EM 30 DE SETEMBRO DE 2023 E 2024

Demonstrações Financeiras Consolidadas	3T24	3T23	3T24 / 3T23 Δ%	3T23 Proforma	3T24 / 3T23 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	707.275	701.523	0,8%	n/a	n/a
Impostos e contribuições e outras deduções	(49.895)	(48.486)	2,9%	n/a	n/a
Receita líquida	657.380	653.037	0,7%	n/a	n/a
Custo	(178.090)	(187.619)	-5,1%	n/a	n/a
Custo de aluguéis e serviços	(64.039)	(67.335)	-4,9%	n/a	n/a
Depreciação e Amortização	(114.050)	(120.284)	-5,2%	n/a	n/a
Lucro bruto	479.291	465.417	3,0%	n/a	n/a
Receitas/(despesas) operacionais	(165.888)	(247.780)	-33,1%	n/a	n/a
Despesas administrativas e gerais	(137.531)	(117.444)	17,1%	n/a	n/a
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(6.763)	(4.478)	51,0%	n/a	n/a
Resultado da equivalência patrimonial	18.325	19.935	-8,1%	n/a	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(37.445)	(32.424)	15,5%	n/a	n/a
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.475)	(113.369)	-97,8%	n/a	n/a
Resultado financeiro	(138.435)	(155.730)	-11,1%	n/a	n/a
Lucro antes dos impostos	174.968	61.908	n/a	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social corrente	(48.896)	(47.246)	3,5%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social diferido	8.995	36.985	-75,7%	n/a	n/a
Lucro líquido do período	135.068	51.646	n/a	-	n/a
Lucro Atribuível aos:					
Acionistas controladores	112.773	23.682	n/a	n/a	n/a
Acionistas não controladores	22.295	27.964	-20,3%	n/a	n/a
Lucro líquido do período	135.068	51.646	n/a	-	n/a

Demonstrações Financeiras Gerenciais	3T24	3T23	3T24 / 3T23 Δ%	3T23 Proforma	3T24 / 3T23 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	698.943	681.457	2,6%	633.987	10,2%
Impostos e contribuições e outras deduções	(48.479)	(47.436)	2,2%	(47.436)	2,2%
Receita líquida	650.463	634.022	2,6%	586.552	10,9%
Custo	(172.750)	(182.999)	-5,6%	(175.821)	-1,7%
Custo de aluguéis e serviços	(60.571)	(63.950)	-5,3%	(56.772)	6,7%
Depreciação e Amortização	(112.179)	(119.049)	-5,8%	(119.049)	-5,8%
Lucro bruto	477.713	451.023	5,9%	410.730	16,3%
Receitas (despesas) operacionais	(183.116)	(255.522)	-28,3%	(255.522)	-28,3%
Despesas administrativas e gerais	(107.995)	(94.341)	14,5%	(94.341)	14,5%
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(6.763)	(4.478)	51,0%	(4.478)	51,0%
Variação de valor justo de propriedades	-	-	n/a	-	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(37.473)	(32.553)	15,1%	(32.553)	15,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(30.885)	(124.151)	-75,1%	(124.151)	-75,1%
Resultado financeiro	(142.292)	(158.241)	-10,1%	(158.241)	-10,1%
Lucro antes dos impostos	152.304	37.260	n/a	(3.033)	n/a
Imposto de renda e contribuição social corrente	(48.335)	(49.346)	-2,0%	(49.346)	-2,0%
Imposto de renda e contribuição social diferido	8.804	35.768	-75,4%	35.768	-75,4%
Lucro líquido do período	112.773	23.681	n/a	(16.611)	n/a



BALANÇO PATRIMONIAL

Balança Patrimonial	ALLOS Consolidado		Ajustes		ALLOS Consolidado Gerencial	
	30/09/2024	31/12/2023	30/09/2024	31/12/2023	30/09/2024	31/12/2023
ATIVO	(Valores em milhares de reais)					
Circulante						
Caixa e equivalentes de caixa	40.581	44.317	(688)	(2.693)	39.892	41.625
Aplicações financeiras de curto prazo	5.796.580	2.088.913	(89.426)	(32.342)	5.707.154	2.056.571
Contas a receber	457.625	646.315	54.046	1.546	511.671	647.861
Dividendos e juros sobre capital próprio a receber	26	743	(26)	(743)	-	0
Impostos a recuperar	87.015	124.142	(431)	1.494	86.585	125.636
Despesas antecipadas	28.042	24.148	(2.028)	(390)	26.014	23.759
Valores a receber	-	-	-	-	-	-
Outros créditos	351.164	895.741	(4.408)	7.226	346.755	902.966
Total	6.761.033	3.824.320	(42.961)	(25.901)	6.718.072	3.798.419
Ativo não circulante mantido para venda	-	-	-	-	-	-
Total Ativo Circulante e Ativo não circulante mantido para venda	6.761.033	3.824.320	(42.961)	(25.901)	6.718.072	3.798.419
Não Circulante						
Impostos a recuperar	43.785	43.321	16	171	43.801	43.491
IRPJ e CSLL diferidos	627	722	(76)	(75)	551	647
Depósitos judiciais	181.618	149.184	(368)	(259)	181.250	148.925
Empréstimos, mútuos e outras contas a receber	4.518	17.098	(4.518)	(17.098)	-	-
Valores a receber	56.775	-	(56.775)	-	-	-
Instrumentos financeiros derivativos	29.783	3.378	-	-	29.783	3.378
Despesas antecipadas	23.334	27.474	(14)	(12)	23.320	27.462
Aplicações financeiras de longo prazo	186.493	188.521	-	0	186.493	188.522
Outros créditos	150.038	118.360	(172)	1.676	149.866	120.035
Investimentos	713.979	695.186	(689.961)	(688.555)	24.018	6.631
Propriedades para investimento	20.556.395	21.661.102	(71.183)	(404.499)	20.485.211	21.256.602
Imobilizado	89.887	86.970	(120)	(65)	89.767	86.905
Intangível	823.934	843.459	104.095	103.398	928.029	946.857
Total Ativo Não Circulante	22.861.167	23.834.775	(719.078)	(1.005.319)	22.142.090	22.829.456
Total do Ativo	29.622.200	27.659.094	(762.039)	(1.031.220)	28.860.161	26.627.874
PASSIVO	(Valores em milhares de reais)					
Circulante						
Fornecedores	75.567	91.535	(2.762)	2.575	72.805	94.109
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	2.143.010	636.456	-	(0)	2.143.010	636.456
Impostos e contribuições a recolher	90.839	94.933	(4.490)	(2.271)	86.349	92.662
Receitas diferidas	12.937	14.265	36	432	12.973	14.696
Dividendos a pagar	3.243	620.283	(3.243)	(7.186)	-	613.097
Obrigações por compra de ativos	438.798	423.723	(604)	(0)	438.194	423.722
Contas a Pagar Leasing	23.144	23.021	5.543	5.112	28.687	28.133
Provisão para contingências	-	-	-	14.787	-	14.787
Outras obrigações	240.362	233.119	(59.834)	203	180.528	233.323
Total Passivo Circulante	3.027.901	2.137.333	(65.354)	13.652	2.962.547	2.150.985
Não Circulante						
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	6.568.538	5.042.475	-	0	6.568.538	5.042.475
Impostos e contribuições a recolher	8.008	17.715	3.226	3.861	11.233	21.576
Receitas diferidas	33.374	31.956	544	1.308	33.918	33.264
Instrumentos financeiros derivativos	84.532	50.592	-	-	84.532	50.592
IRPJ e CSLL diferidos	4.755.109	4.840.550	(5.300)	(5.180)	4.749.809	4.835.371
Obrigações por compra de ativos	19.752	29.294	(180)	(0)	19.572	29.294
Contas a pagar leasing	161.140	163.688	78.503	82.697	239.643	246.385
Outras obrigações	9.385	11.558	(5.439)	(5.053)	3.946	6.505
Provisão para contingências	243.542	229.200	(1.740)	(15.655)	241.801	213.545
Total Passivo Não Circulante	11.883.380	10.417.028	69.613	61.979	11.952.993	10.479.007
PATRIMÔNIO LÍQUIDO						
Capital social	14.747.598	14.747.598	-	-	14.747.598	14.747.598
Gastos com emissões de ações	(72.332)	(72.332)	-	-	(72.332)	(72.332)
Reservas de capital	176.642	843.433	-	-	176.642	843.433
Reserva legal	199.339	199.339	-	-	199.339	199.339
Ações em tesouraria	(348.118)	(433.928)	-	-	(348.118)	(433.928)
Lucros acumulados	529.942	(1)	-	0	529.942	(1)
Reservas de lucros	2.715.864	2.718.089	-	-	2.715.864	2.718.089
Ajustes de avaliação patrimonial	(4.004.316)	(4.004.316)	-	-	(4.004.316)	(4.004.316)
Participação de não controladores	766.300	1.106.850	(766.300)	(1.106.850)	-	-
Total do patrimônio líquido	14.710.920	15.104.733	(766.300)	(1.106.850)	13.944.620	13.997.883
Total do Passivo e do Patrimônio Líquido	29.622.201	27.659.094	(762.041)	(1.031.219)	28.860.160	26.627.875

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS



FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa	ALLOS Contábil 30/09/2024	Ajustes 30/09/2024	ALLOS Consolidado Gerencial 30/09/2024
(valores em milhares de reais)			
Atividades operacionais			
Lucro líquido do período atribuível aos acionistas da Controladora	610.840	(80.898)	529.942
Ajustes ao lucro líquido ecorrentes de:			
Aluguel linear	(14.855)	(3.898)	(18.753)
Depreciação e amortização	460.699	(13.725)	446.974
Resultado de equivalência patrimonial	(55.818)	55.818	-
Constituição de provisão para perda de crédito esperada	40.881	(6.235)	34.646
Remuneração com base em ações	44.444	0	44.444
Juros e variações monetárias sobre operações financeiras	571.605	14.016	585.621
Valor justo dos instrumentos financeiros derivativos	23.869	0	23.869
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(90.347)	67.666	(22.681)
(Ganho) perda na venda de propriedades para investimento	(100.937)	(54.158)	(155.095)
Rendimentos de aplicações financeiras	(261.782)	7.481	(254.301)
Baixa de mais valia	566	(566)	-
(Ganho) perda na venda de terrenos	(13.345)	(0)	(13.345)
Provisão para perda de investimentos e propriedades para investimento	1.162	(0)	1.162
Outras provisões	6.092	131	6.223
	1.223.074	(14.369)	1.208.705
Redução (aumento) dos ativos	103.292	23.554	126.846
Contas a receber de clientes	75.883	15.965	91.848
Depósitos Judiciais	(18.107)	124	(17.983)
Impostos a recuperar	36.693	2.037	38.730
Outros	8.823	5.429	14.252
Aumento (redução) dos passivos	173.879	5.322	179.201
Fornecedores	(15.275)	(5.356)	(20.631)
Impostos e contribuições a recolher	219.731	8.472	228.203
Outras obrigações	(31.072)	3.416	(27.656)
Receitas diferidas	495	(1.211)	(716)
Impostos pagos - IRPJ e CSLL	(144.350)	1.246	(143.104)
Impostos pagos - PIS, COFINS e ISS	(113.767)	(1.348)	(115.115)
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	1.242.128	14.404	1.256.532
Atividades de investimento			
Aquisição de ativo imobilizado	(17.224)	55	(17.169)
Aquisição de ativo intangível	(73.526)	557	(72.969)
Aquisição de propriedade para investimento - shoppings	(211.416)	(24.351)	(235.767)
Aquisição de participações societárias	(78.400)	-	(78.400)
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas	(1.162)	1.162	-
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas/amortização de quotas	12.284	(162)	12.122
Redução (aumento) em aplicações financeiras	(3.297.003)	37.160	(3.259.843)
Juros sobre capital próprio e dividendos recebidos	39.746	(39.746)	0
Recebimento pela alienação de participação societária e/ou imobiliária de shoppings	1.270.456	(89.630)	1.180.826
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(2.356.245)	(114.954)	(2.471.199)
Atividades de financiamento			
Recebimento de empréstimos para partes relacionadas	10.205	(10.205)	-
Pagamento juros - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(126.328)	(0)	(126.328)
Pagamento principal - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(616.355)	(0)	(616.355)
Emissão de debêntures	3.700.000	-	3.700.000
Pagamento de juros de debêntures	(363.995)	(0)	(363.995)
Pagamento principal de debêntures	(51.858)	(0)	(51.858)
Pagamento de custos de estruturação debêntures	(47.772)	0	(47.772)
Pagamento de juros de arrendamento por direito de uso	(1.234)	(0)	(1.234)
Pagamento de principal de arrendamento por direito de uso	(21.500)	(10.832)	(32.332)
Recompra de ações	(616.463)	-	(616.463)
Dividendos pagos aos acionistas	(611.829)	-	(611.829)
Dividendos pagos aos acionistas não controladores	(123.591)	123.591	-
Pagamento de obrigações por compra de empresas	(18.899)	0	(18.899)
Caixa líquido gerado nas (consumido pelas) atividades de financiamento	1.110.381	102.553	1.212.934
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	(3.736)	2.003	(1.733)
Saldo de caixa e equivalente no final do período	40.581	(689)	39.892
Saldo de caixa e equivalente no início do período	44.317	(2.692)	41.625
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	(3.736)	2.004	(1.732)

DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS
INDICADORES

DESEMPENHO
FINANCEIRO

DESEMPENHO
OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS



CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS | 2024

Conciliação Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial Período findo em 30 de setembro de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Receita bruta de aluguel e serviços	2.092.003	(47.027)	2.044.975
Impostos e contribuições e outras deduções	(148.605)	3.390	(145.216)
Receita líquida	1.943.397	(43.637)	1.899.760
Custo de aluguéis e serviços	(538.739)	12.167	(526.572)
Lucro bruto	1.404.659	(31.471)	1.373.188
(Despesas)/Receitas operacionais	(399.964)	(3.360)	(403.324)
Despesas administrativas e gerais	(396.304)	77.610	(318.694)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(18.880)	-	(18.880)
Resultado da equivalência patrimonial	55.818	(55.818)	-
Despesa com depreciação	(111.521)	(83)	(111.604)
Outras (despesas)/receitas operacionais	70.923	(25.069)	45.854
Resultado financeiro	(307.667)	(14.172)	(321.838)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	697.028	(49.003)	648.026
Imposto de renda e contribuição social	(86.186)	(31.898)	(118.084)
Lucro líquido do período	610.843	(80.901)	529.942
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	529.942	(0)	529.942
Participações minoritárias	80.901	(80.901)	-
Lucro líquido do período	610.843	(80.901)	529.942

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 30 de setembro de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Lucro líquido	610.843	(80.901)	529.942
(+) Depreciação / Amortização	460.698	(6.924)	453.774
(+) Resultado financeiro	307.667	14.172	321.838
(+) Imposto de renda e contribuição social	86.186	31.898	118.084
EBITDA	1.465.393	(41.755)	1.423.638
Margem EBITDA %	75,4%		74,9%
(+) Despesas não recorrentes	(70.923)	23.661	(47.262)
EBITDA Ajustado	1.394.470	(18.094)	1.376.376
Margem EBITDA Ajustado %	71,8%		72,5%

Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 30 de setembro de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro Líquido no período	610.843	(80.901)	529.942
(+) Depreciação e amortização	460.698	(6.924)	453.774
(=) FFO *	1.071.541	(87.825)	983.716
Margem FFO %			
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(70.923)	23.661	(47.262)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(16.205)	(2.548)	(18.753)
(+)/(-) Impostos não caixa	(90.347)	67.666	(22.681)
(+)/(-) Efeito SWAP	7.535	-	7.535
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	6.415	-	6.415
(=) FFO ajustado *	908.015	954	908.969
Margem AFFO %	47,1%		48,3%

* Indicadores não-contábeis

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS



CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS | 2023

Conciliação Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial Período findo em 30 de setembro de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Receita bruta de aluguel e serviços	2.066.256	(57.814)	2.008.442
Impostos e contribuições e outras deduções	(141.625)	3.557	(138.068)
Receita líquida	1.924.631	(54.257)	1.870.374
Custo de aluguéis e serviços	(627.161)	17.270	(609.890)
Lucro bruto	1.297.470	(36.987)	1.260.484
(Despesas)/Receitas operacionais	3.932.654	(26.270)	3.906.384
Despesas administrativas e gerais	(337.725)	47.905	(289.819)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(12.778)	-	(12.778)
Resultado da equivalência patrimonial	69.474	(69.474)	-
Despesa com depreciação	(91.899)	(1.082)	(92.981)
Outras (despesas)/receitas operacionais	4.305.581	(3.619)	4.301.963
Resultado financeiro	(395.197)	(7.837)	(403.034)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	4.834.927	(71.093)	4.763.834
Imposto de renda e contribuição social	(1.604.763)	(7.424)	(1.612.187)
Lucro líquido do período	3.230.164	(78.518)	3.151.647
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	3.151.648	(1)	3.151.647
Participações minoritárias	78.517	(78.517)	-
Lucro líquido do período	3.230.164	(78.518)	3.151.647

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 30 de setembro de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro líquido	3.230.164	(78.518)	3.151.647
(+) Depreciação / Amortização	514.674	(4.003)	510.671
(+) Resultado financeiro	395.197	7.837	403.034
(+) Imposto de renda e contribuição social	1.604.763	7.424	1.612.187
EBITDA	5.744.798	(67.259)	5.677.539
Margem EBITDA %	298,5%		303,6%
(+) Despesas não recorrentes	(4.305.581)	2.885	(4.302.696)
EBITDA Ajustado	1.439.216	(64.374)	1.374.842
Margem EBITDA Ajustado %	74,8%		73,5%

Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 30 de setembro de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro Líquido no período	3.230.164	(78.518)	3.151.647
(+) Depreciação e amortização	514.674	(4.003)	510.671
(=) FFO *	3.744.838	(82.520)	3.662.318
Margem FFO %			
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(4.305.581)	2.885	(4.302.696)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	24.618	(2.753)	21.865
(+)/(-) Impostos não caixa	1.438.524	1.559	1.440.084
(+)/(-) Efeito SWAP	(1.559)	-	(1.559)
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	(28.976)	-	(28.976)
(=) FFO ajustado *	871.864	(80.829)	791.035
Margem AFFO %	44,7%		41,8%

* Indicadores não-contábeis

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS

GLOSSÁRIO

ABL (Área Bruta Locável): Correspondente ao somatório de todas as áreas disponíveis para locação em shopping centers, exceto quiosques e áreas vendidas.

ABL Próprio: Refere-se à ABL total ponderada pela participação da Companhia em cada shopping.

Abrasce: Associação Brasileira de Shopping Centers.

Aluguel Mínimo: É o aluguel mínimo do contrato de locação de um lojista.

Aluguel Percentual: É o aluguel calculado com base na diferença (quando positiva) entre as vendas realizadas e o ponto de equilíbrio determinado em contrato, multiplicadas por uma alíquota percentual, também determinada em contrato.

CAGR: Taxa composta de crescimento anual.

CAPEX: Capital Expenditure. É a estimativa do montante de recursos a ser desembolsado para o desenvolvimento, expansão, melhoria ou aquisição de um ativo, entre outros.

CCI: Cédula de Crédito Imobiliário.

CDU (Cessão de Direito de Uso): Valor cobrado do lojista a título de direito de uso de infraestrutura técnica do empreendimento.

CPC: Comitê de Pronunciamentos Contábeis.

CRI: Certificado de Recebíveis Imobiliários.

Custo de Ocupação: É o custo de locação de uma loja como percentual das vendas: Aluguel (mínimo + percentual) + encargos comuns + fundo de promoção.

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization): Receita líquida – custos e despesas operacionais + depreciação e amortização.

EBITDA Ajustado: EBITDA + gastos pré-operacionais +/- outras despesas/(receitas) não recorrentes.

FFO Ajustado (Funds From Operations): Lucro líquido dos controladores + depreciação e amortização +/- despesas / (receitas) não recorrentes (-) ajuste de aluguel linear +/- impostos não caixa +/- efeito SWAP +/- despesas financeiras eventuais.

Greenfield: Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

Inadimplência líquida: É a relação entre o total faturado no período (aluguel faturado, excluindo cancelamentos) e o total recebido dentro do mesmo período.

Lei 11.638: Em 28 de dezembro de 2007, a Lei nº 11.638 foi promulgada com a finalidade de inserir as companhias abertas no processo de convergência contábil internacional. Dessa forma, alguns resultados financeiros e operacionais sofreram alguns efeitos contábeis decorrentes das mudanças definidas pela nova Lei.

Lojas Âncoras: Grandes lojas (com mais de 1.000 m² de ABL) conhecidas do público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do shopping center.

Lojas Satélites: Pequenas lojas (com menos de 250 m² de ABL), sem características estruturais e mercadológicas especiais, localizadas no entorno das Lojas Âncoras e destinadas ao comércio em geral.

GLOSSÁRIO

Megalojas e Semi âncoras: Lojas de médio porte (entre 250 e 1000 m² de ABL), frequentemente com características estruturais e mercadológicas especiais, em menor escala, porém com razoável força de atração e retenção de clientes, e também conhecidas como “mini-âncoras”.

Mix de Lojistas: Composição estratégica das lojas definida pelo administrador dos shoppings.

NOI (Net Operating Income): Receita bruta dos shoppings (sem incluir receita de serviços) + resultado do estacionamento - custos operacionais dos shoppings - provisão para devedores duvidosos.

PDD: Provisão para Devedores Duvidosos.

SAR (Aluguel Mesma Área): É a variação entre o aluguel faturado em uma mesma área no período versus no ano anterior. Considera a participação da Companhia em cada shopping.

SAS (Vendas Mesma Área): É a variação entre as vendas em uma mesma área no período versus no ano anterior. Considera a participação da Companhia em cada shopping.

SSR (Aluguel Mesma Loja): É a variação entre o aluguel faturado para uma mesma operação no período versus no ano anterior. Considera a participação atual da Companhia em cada shopping.

SSS (Vendas Mesma Loja): É a variação entre as vendas em uma mesma operação no período versus no ano anterior. Considera a participação atual da Companhia em cada shopping.

Taxa de Ocupação: Área locada dividida pela ABL própria de cada shopping no final do período indicado.

Taxa de Administração: Tarifa cobrada aos locatários e aos demais sócios do shopping para custear a administração do shopping.

Vacância: Área bruta locável no shopping disponível para ser alugada.

Vendas Totais: Vendas de produtos e serviços declarados pelas lojas em cada um dos shoppings durante o período, incluindo vendas de quiosques.

Vendas/m²: O valor de vendas dividido pela área que reporta vendas no período. Não inclui área de quiosques, pois essas operações não estão incluídas na ABL total dos shoppings.

**EARNINGS
RELEASE
3Q24**

ALLOS



RESULTS CONFERENCE CALL

ENGLISH

With simultaneous translation into
Portuguese

November 14th, 2024 – Thursday
2:00 p.m. (BRT) | 01:00 p.m. (US ET)

Webcast – [Click here](#)

**For analysts who wish to participate in
the Q&A session – [Click here](#)**

IR CONTACTS

Daniella Guanabara

CFO and IRO

André Coutinho

IR Director

Diego Canuto

IR Manager

Clara Costa

IR Analyst

Juliana Bedante

IR Analyst

Phone: +55 (21) 2583-9800

E-mail: ri@allos.co
ri.allos.co/en

3Q24

FFO GROWS 37%

Rio de Janeiro, November 14th, 2024 – ALLOS (B3: ALOS3), the most complete experience, entertainment, services, lifestyle and shopping platform in Latin America announces its results for the third quarter of 2024 (3Q24). At the end of 3Q24, the Company held ownership of 46 shopping malls, totaling 2,081 thousand sqm of Total GLA and 1,291 thousand sqm of Owned GLA. The Company also provided planning, management and leasing services to 11 third-party shopping malls with a Total GLA of 347 thousand sqm.

3Q24 HIGHLIGHTS

FFO GROWS 37.2%

FFO reached R\$307.2 million in 3Q24, a growth of 27.7% compared to the same period of the previous year. FFO per share grew 37.2%, driven by the operational performance and the latest share buyback programs.

SALES GROW 8.0% AND SALES/SQM 9.2%

Total sales reached R\$9.5 billion, advancing 8.0% YoY. Sales/sqm reached R\$1,862/sqm, growing 9.2% YoY, strengthened by mix qualification initiatives and robust portfolio management.

SSR INCREASES BY 4.2%

In 3Q24, the inflation index returned to positive levels, which, together with strong sales performance, contributed to the quarter's 4.2% SSR.

HELLOO/MEDIA GROWS 29.7%

Helloo has shown significant growth for another consecutive quarter. In 3Q24, media revenues reached R\$46.1 million, up 29.7% compared to 3Q23. Media accounted for 6.7% of the company's total gross revenue versus 5.2% in the 2Q24.

ADVANCE IN DIVESTMENT PLAN

In November, documents were signed for divestments in four of the Company's malls, three partial and one total, amounting to R\$579.2 million. The stakes to be sold are 20% of Carioca Shopping, 10% of Shopping Tijuca, 9.9% of Plaza Sul Shopping, and 50% of Rio Anil Shopping.

MONTHLY DIVIDENDS AND BUYBACK OF R\$777 MILLION IN 2024

ALLOS adopted the practice of monthly dividend distribution to shareholders. The Board of Directors will approve the dividend amount every three months, with R\$150 million to be paid to shareholders in the 4Q24. Additionally, throughout the year, the Company repurchased R\$777 million of its shares, representing 6.3% of the total capital.

ALLOS RAISES R\$2.5B AT CDI + 0.87%

In August, R\$2.5 billion was raised through two series of debentures in the institutional market, with maturities in 2031 and 2034 and a weighted average cost of CDI+0.87%. Most of the funds were used for liability management.

ALLOS RECOGNIZED AS COMPANY OF THE YEAR BY EXAME

In a memorable ceremony, ALLOS was awarded the title of Company of the Year 2024 and Best Company in the Real Estate and Construction sector by the renowned magazine EXAME. This recognition celebrates the Company's commitment to transforming the future of retail, consistently dedicated to providing exceptional experiences, serving, and delighting every day. Additionally, ALLOS was named the best company in the real estate sector by Valor Econômico.

The managerial financial information contained in this document, as well as other non-accounting information of the Company presented in this Results Report, were not reviewed by the independent auditors. For analysis of the reconciliation between such managerial financial information and the Company's consolidated financial statements, and other relevant information, see charts and tables in the "Appendices" section. The comparisons shown throughout the document consider current ownerships applied to the historical basis.



MESSAGE FROM MANAGEMENT

The third quarter of 2024 was marked by significant achievements for ALLOS. We continue to strengthen the Company's ability to execute transactions that generate value for shareholders, with a constant focus on optimizing capital allocation.

Regarding operational indicators, we continue to benefit from the active management of our portfolio and our precise mix qualification. The sales/sqm indicator grew 9.2% in 3Q24 compared to 3Q23, reaching R\$1,862/sqm. Our tenants' sales reached R\$9.5 billion in the quarter, an 8.0% increase, driven by shopping malls in the South and North regions, which grew by 11.0% and 9.7%, respectively. The same-store sales (SSS) and same-area sales (SAS) reached 6.2% and 6.9% in 3Q24, respectively. The accessories, beauty, and jewelry segment was a highlight, achieving an SSS of 10.5%.

The occupancy rate returned to its ascending trajectory in 3Q24, ending the period at 96.4%, an increase of 70 basis points compared to 3Q23. This improvement was driven by a slower pace on the return of large areas and a higher volume of commercial contracts signed throughout the year, totaling 253 new contracts in the quarter. Among the openings of the quarter, we highlight the addition of one more Sephora store, this time at Center Shopping Uberlândia, which was a major success and a great addition to the city. Additionally, we signed two new contracts with the restaurant Coco Bambu at Shopping Independência and Shopping Estação BH and inaugurated a new unit at Carioca Shopping. These examples portray ALLOS's strength and relevance in expanding brands across Brazil.

We also announced the second expansion of Shopping Campo Grande. The project will add more than 12.2 thousand sqm of additional GLA and redevelop 11.5 thousand sqm, transforming the customer's experience. With this expansion, the mall will gain nearly 150 new operations, improving even more the mix qualification and reinforcing its leading position in the region.

We also achieved another milestone in strengthening our presence in the journey of consumers and tenants by rolling out the loyalty program to two more of the company's malls: Shopping Campo Grande and Parque Dom Pedro. These locations now offer benefits supported by over 20% of the total tenant base. Our goal is to implement the program in all malls in the portfolio by the end of 2025. We recorded an 85% increase in benefit redemptions compared to 3Q23, reinforcing the importance of tenant engagement in providing relevant benefits to drive consumer participation.

Regarding financial indicators, net revenue reached R\$643.0 million in 3Q24, an 8.5% increase over 3Q23, driven by a 30% increase in media and a 13% rise in parking results. Helloo continues to gain relevance, with media revenue as a percentage of the Company's total revenue reaching 6.7% in 3Q24 versus 5.6% in 3Q23, an increase of 110 basis points. Rental revenue reached R\$472.0 million, representing a positive variation of 2.9% compared to 3Q23. The SSR and SAR also showed consistent growth of 4.2% and 4.9%, respectively.

EBITDA grew 6.6% in 3Q24 over 3Q23, due to strong operational performance, which benefited from ongoing improvements in service, parking, and media revenues.

FFO per share continues to present consistent growth quarter after quarter, with an increase of 37% in 3Q24. This performance was driven by successful liability management, which contributed to a 7.2 p.p. increase in the FFO margin, ending the quarter at 48%. Additionally, this result was boosted by the execution of share buyback programs, which reduced the Company's capital base.

In August, we successfully issued debentures in the institutional market, raising R\$2.5 billion in two series, with maturities scheduled for 2031 and 2034. With excess investor demand and the full exercise of the additional lot option, we were able to reduce the total expected cost and closed the issuance with a weighted average cost of CDI + 0.87% per year. This transaction allowed us to extend the average term and lengthen the amortization schedule of the Company's debt, further strengthening our financial position. This result reflects the market's positive perception of our low risk and demonstrates confidence in ALLOS's strategy and solid business trajectory. On October 28, Fitch Ratings reaffirmed the Company's rating at AAA(bra), reinforcing the strength of our balance sheet.

We have maintained our commitment to consistently and predictably return to shareholders. As part of this, we implemented the practice of monthly dividend payments, submitting distributions for the following three months for approval by the Board of Directors each quarter. In October, we approved R\$150 million in dividends, which are being distributed to shareholders over the fourth quarter of 2024 in three equal installments. Additionally, R\$777 million worth of shares have been repurchased over the year, representing 6.3% of the Company's capital. Of the current buyback program, approximately 12.8 million shares remain to be repurchased.

In November, we announced a new round of divestments, with two new transactions in line with the plan disclosed in May 2024. The first transaction involves the sale of stakes of 20% in Carioca Shopping, 10% in Shopping Tijuca, and 9.9% in Plaza Sul Shopping, totaling R\$393 million, with a cap rate of 7.3%. Of this amount, R\$230 million will be received on the closing date, with the remainder to be paid in up to two years, adjusted by the IPCA inflation index in the first year and by the CDI rate in the second year. The second transaction involves the complete divestment of our 50% stake in Rio Anil Shopping, totaling R\$186.2 million, corresponding to a cap rate of 8.5%. Of the total amount, R\$177.4 million will be received upon the transaction's closing date, with R\$8.8 million to be paid up to June 30, 2025, adjusted by the CDI rate.

It was with great joy that ALLOS, in less than two years since its creation, was named 51st Company of the Year 2024 by Exame magazine and the Best Company in the Real Estate and Construction category by Exame magazine and Valor Econômico. These recognitions celebrate the Company's commitment to transforming the future of retail, inspiring us to go even further as we strive to deliver solid results, provide exceptional experiences, and serve and delight our consumers every day.

ALLOS Team

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

OPERATIONAL PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

MAIN INDICATORS

3Q24 RESULTS

Between the third quarter of 2023 and the third quarter of 2024, ALLOS executed total and partial divestments of eleven shopping malls. The Proforma concept addressed throughout this report consists of applying current ownerships to historical bases to make them comparable.

Main indicators	3Q24	3Q23 Proforma	3Q24 / 3Q23 Δ% Proforma	9M24	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ% Proforma
<i>Managerial information (Amounts in thousands of Reals, except percentages)</i>						
Financial Performance						
Net revenue	650,463	586,552	10.9%	1,899,760	1,751,428	8.5%
NOI	563,535	525,860	7.2%	1,671,448	1,553,896	7.6%
Margin %	92.8%	92.8%	4 bps	92.6%	92.3%	21 bps
Adjusted EBITDA	475,459	432,889	9.8%	1,376,376	1,273,517	8.1%
Margin %	73.1%	73.8%	-71 bps	72.5%	72.7%	-26 bps
Net Income	112,773	(16,611)	n/a	529,942	3,050,322	-82.6%
Margin %	17.3%	-2.8%	n/a	27.9%	n/a	n/a
FFO	307,197	240,518	27.7%	908,969	686,623	32.4%
Margin %	47.8%	40.6%	719 bps	48.3%	38.8%	954 bps
FFO per share	0.58	0.43	37.2%	1.73	1.22	42.2%
Financial Performance Ex-Straight-line rent adj.						
Net revenue	642,977	592,587	8.5%	1,881,007	1,770,206	6.3%
NOI	556,050	531,895	4.5%	1,652,695	1,572,674	5.1%
Margin %	92.7%	92.8%	-13 bps	92.5%	92.4%	5 bps
Adjusted EBITDA	467,973	438,924	6.6%	1,357,623	1,292,295	5.1%
Margin %	72.8%	74.1%	-129 bps	72.2%	73.0%	-83 bps
Net Income	105,288	(10,576)	n/a	511,188	3,069,100	-82.6%
Margin %	16.4%	-2.8%	n/a	27.9%	n/a	n/a
FFO	307,197	240,518	27.7%	908,969	686,623	32.4%
Margin %	47.8%	40.6%	719 bps	48.3%	38.8%	954 bps
FFO per share	0.58	0.43	37.2%	1.73	1.22	42.2%
Total shares ex- treasury shares	525,702,980	564,600,063	-6.9%			
Total shares	542,936,909	573,936,909	-5.4%			
(-) Total treasury shares	(17,233,929)	(9,336,846)	84.6%			
Main indicators	3Q24	3Q23	3Q24 / 3Q23 Δ%	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%
<i>Managerial information (Amounts in thousands of Reals, except percentages)</i>						
Operating Performance						
Total Sales @100% ('000 R\$) ¹	9,488,025	8,783,874	8.0%	27,633,107	25,738,968	7.4%
Total Sales @share ('000 R\$) ¹	6,237,512	5,854,786	6.5%	18,210,904	17,160,695	6.1%
Total Sales @Proforma ('000 R\$) ¹	6,237,512	5,769,963	8.1%	18,210,904	16,964,820	7.3%
Sales/sqm (R\$)	1,862	1,705	9.2%	1,805	1,624	11.1%
Sales/sqm @Proforma (R\$)	1,862	1,743	6.8%	1,805	1,689	6.9%
SSS (% same store sales)	6.2%	3.5%	271 bps	5.4%	5.8%	-42 bps
SSR (% same store rent)	4.2%	6.9%	-262 bps	3.7%	8.9%	-515 bps
Occupancy Cost (% of sales)	10.4%	10.8%	-45 bps	10.6%	11.0%	-39 bps
Net Delinquency (% of revenues)	-0.5%	0.6%	-107 bps	1.5%	2.7%	-117 bps
Occupancy Rate (%)	96.4%	95.7%	76 bps	96.4%	95.7%	76 bps
Total GLA (sqm)	2,080,910	2,075,195	0.3%	2,080,910	2,075,195	0.3%
Owned GLA (sqm)	1,291,465	1,389,810	-7.1%	1,291,465	1,389,810	-7.1%

¹ Via Parque Shopping, São Luís Shopping and Araguaia Shopping are not considered.

FINANCIAL PERFORMANCE

REVENUES

In the third quarter of 2024, ALLOS reported net revenue of R\$643.0 million, growing 8.5% compared to the same quarter of the previous year. The main growth highlights for the quarter were the overage rent, media and parking results, which will be detailed below.

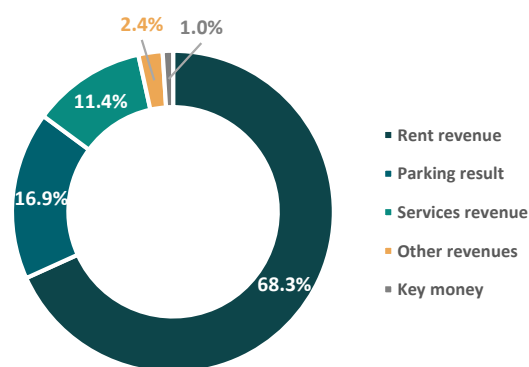
Rent revenue totaled R\$472.0 million, an increase of 2.9% versus 3Q23. The growth mainly occurred due to Mall & Media revenues and overage rent, which registered 8.5%, 15.5% and 19.1% when compared to 3Q23, respectively. It is worth mentioning that July marked the return of the IGP-DI index to positive levels, which contributed to the ascending trend in minimum rent.

Parking results totaled R\$116.7 million in 3Q24, a significant 12.5% expansion compared to the same quarter in 2023. The growth can be mostly explained by an increase in parking fees.

In 3Q24, services revenue was R\$78.8 million, an increase of 17.4% compared to the previous year, driven by the continuous growth of Helloo's media services. This growth registered 47.3% versus 3Q23, reflects the synergies achieved through the business combination.

Other revenues were driven by R\$12.9 million in real estate development in Maceió and Goiânia.

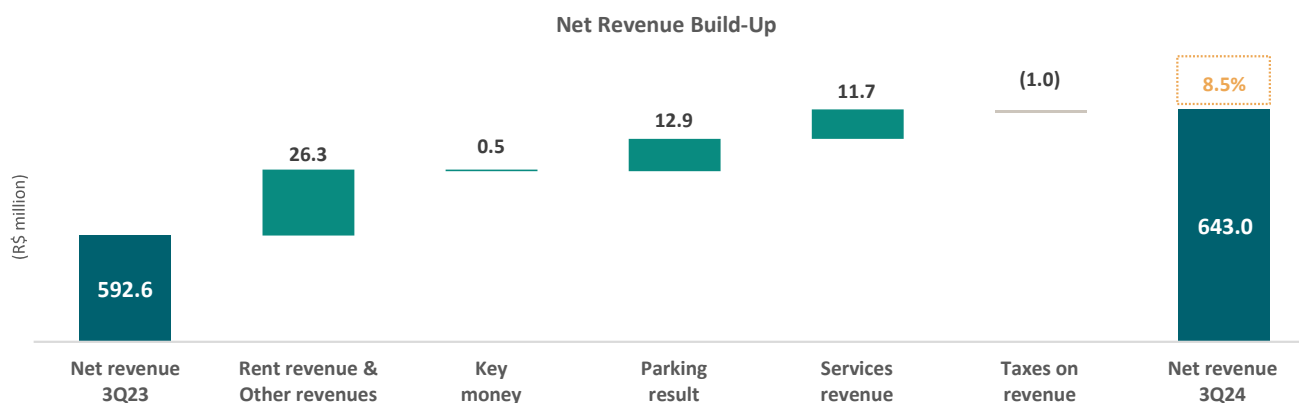
Net Revenue Composition



Revenues per Type	3Q24	3Q23	3Q24 / 3Q23 Δ%	3Q23 Proforma	3Q24 / 3Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information (Amounts in thousands of Reals, except percentages)</i>					
Rent revenue	471,992	496,392	-4.9%	458,787	2.9%
Key money	7,184	6,971	3.1%	6,639	8.2%
Parking result	116,726	114,038	2.4%	103,793	12.5%
Other revenues ¹	16,771	3,848	n/a	3,690	n/a
Services revenue	78,784	67,114	17.4%	67,114	17.4%
Straight-line rent adjustment	7,486	(6,906)	n/a	(6,035)	n/a
Taxes on revenue	(48,479)	(47,436)	2.2%	(47,436)	2.2%
Net Revenue	650,463	634,022	2.6%	586,552	10.9%
Net Revenue (ex-Straight-line rent adj.)	642,977	640,927	0.3%	592,587	8.5%

Revenues per Type	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
<i>Managerial Financial Information (Amounts in thousands of Reals, except percentages)</i>					
Rent revenue	1,408,706	1,472,339	-4.3%	1,375,818	2.4%
Key money	19,108	17,778	7.5%	17,171	11.3%
Parking result	342,621	320,357	6.9%	295,940	15.8%
Other revenues ¹	34,493	20,794	65.9%	20,305	69.9%
Services revenue	221,294	199,039	11.2%	199,039	11.2%
Straight-line rent adjustment	18,753	(21,865)	n/a	(18,778)	n/a
Taxes on revenue	(145,216)	(138,068)	5.2%	(138,068)	5.2%
Net Revenue	1,899,760	1,870,374	1.6%	1,751,428	8.5%
Net Revenue (ex-Straight-line rent adj.)	1,881,007	1,892,239	-0.6%	1,770,206	6.3%

¹Includes Real estate developments and New businesses



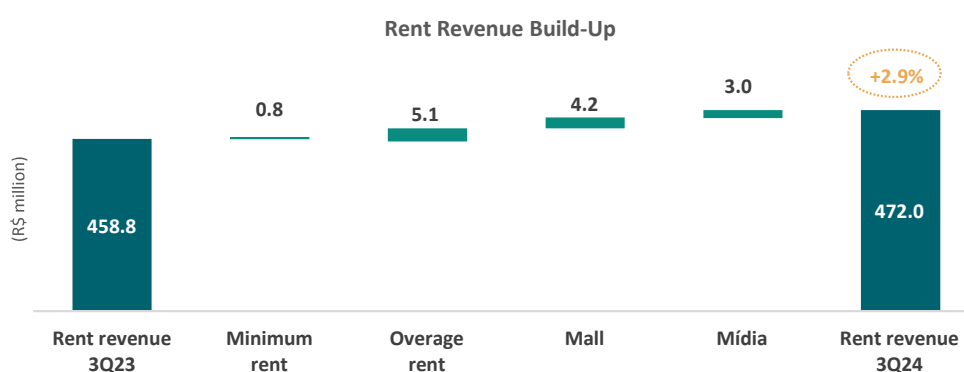
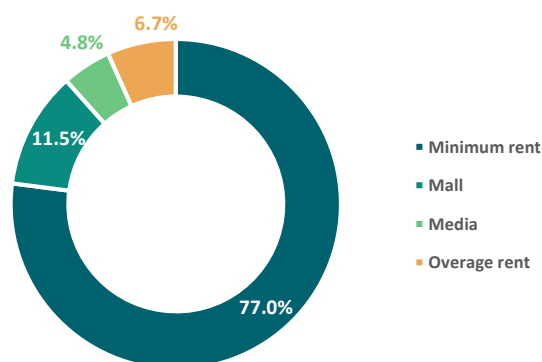
RENT REVENUE

Rent revenue reached R\$472.0 million, an increase of 2.9% compared to 3Q23, showing the first signs of the return of the IGP-DI index to positive levels. Mall&Media's robust performance, aligned with the strong sales growth captured through the overage rent, boosted the positive result of the rent revenue line.

In 3Q24, minimum rent revenue totaled R\$363.4 million, an increase of 0.2% compared to 3Q23. Overage rent reached R\$31.8 million, an increase of 19.1% compared to the same period last year. The SSR and SAR indicators, net of discounts, grew by 4.2% and 4.9%, respectively, compared to 3Q23.

In 3Q24, Mall revenues totaled R\$54.1 million, while Media reached R\$22.7 million, representing a positive variation of 8.5% and 15.5%, respectively, compared to 3Q23. For another quarter, the media business line presented consistent growth.

Rent Revenue Composition



NOI

In 3Q24, ALLOS's NOI totaled R\$556.1 million, net of the effect of the provision for doubtful accounts (PDA). The indicator grew by 4.5% compared to the same period last year, reflecting the strong performance of rent revenue and parking results, which kept a positive double-digit growth throughout the quarter.

NOI	3Q24	3Q23	3Q24 / 3Q23 Δ%	3Q23 Proforma	3Q24 / 3Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> (Amounts in thousands of Reals, except percentages)					
Rent revenue	471,992	496,392	-4.9%	458,787	2.9%
Straight-line rent adjustment	7,486	(6,906)	n/a	(6,035)	n/a
Key money	7,184	6,971	3.1%	6,639	8.2%
Other revenues	3,843	3,848	-0.1%	3,690	4.2%
Parking Result	116,726	114,038	2.4%	103,793	12.5%
Operational Income	607,230	614,343	-1.2%	566,873	7.1%
(-) Mall operating costs	(31,834)	(35,145)	-9.4%	(29,463)	8.0%
(-) Provision for doubtful accounts	(11,861)	(13,045)	-9.1%	(11,551)	2.7%
(=) NOI	563,535	566,152	-0.5%	525,860	7.2%
NOI Margin	92.8%	92.2%	65 bps	92.8%	4 bps
(=) NOI (ex-Straight-line rent adj.)	556,050	573,058	-3.0%	531,895	4.5%
NOI Margin (ex-Straight-line rent adj.)	92.7%	92.2%	47 bps	92.8%	-13 bps
NOI	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
<i>Managerial Financial Information</i>					
Rent revenue	1,408,706	1,472,339	-4.3%	1,375,818	2.4%
Straight-line rent adjustment	18,753	(21,865)	n/a	(18,778)	n/a
Key money	19,108	17,778	7.5%	17,171	11.3%
Other revenues	16,712	13,002	28.5%	12,513	33.6%
Parking Result	342,621	320,357	6.9%	295,940	15.8%
Operational Income	1,805,900	1,801,611	0.2%	1,682,665	7.3%
(-) Mall operating costs	(94,244)	(102,998)	-8.5%	(89,249)	5.6%
(-) Provision for doubtful accounts	(40,208)	(43,393)	-7.3%	(39,520)	1.7%
(=) NOI	1,671,448	1,655,221	1.0%	1,553,896	7.6%
NOI Margin	92.6%	91.9%	68 bps	92.3%	21 bps
(=) NOI (ex-Straight-line rent adj.)	1,652,695	1,677,086	-1.5%	1,572,674	5.1%
NOI Margin (ex-Straight-line rent adj.)	92.5%	92.0%	51 bps	92.4%	5 bps

ADJUSTED EBITDA

In the third quarter of 2024, EBITDA reached R\$468.0 million, a growth of 6.6% compared to 3Q23. In addition to the operational performance, the advance of services revenues, especially by the 47.3% growth in media contributed to the overall indicator performance. Considering the quarterly rebalanced SG&A resulting from the wage adjustment of ALLOS's employees in 4Q23, EBITDA had a 8.6% growth compared to the rebalanced 3Q23.

The result of R\$12.9 million from real estate developments refers to the sale of a new area near Parque Shopping Maceió and Passeio das Águas Shopping for the execution of a mixed-use project.

Sales, General, and Administrative Expenses (SG&A) totaled R\$114.8 million in 3Q24. Considering the quarterly rebalanced SG&A mentioned above, the growth of the SG&A line would be 7.5% in 3Q24 compared to the rebalanced 3Q23, mainly due to the effect of the collective bargaining agreement applied to the payroll and the new long-term incentive programs granted in 2024.

EBITDA	3Q24	3Q23	3Q24 / 3Q23 Δ%	3Q23 Proforma	3Q24 / 3Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> (Amounts in thousands of Reals, except percentages)					
NOI (ex-Straight-line rent adjustment)	556,050	573,058	-3.0%	531,895	4.5%
(-) Taxes on revenue	(48,479)	(47,436)	2.2%	(47,436)	2.2%
(-) Net service revenue	61,908	51,355	20.5%	51,355	20.5%
(+) Real estate developments	12,928	-	n/a	-	n/a
(+) Other recurring operational revenues/(expenses)	325	1,929	-83.2%	1,929	-83.2%
(+) SG&A	(114,758)	(98,819)	16.1%	(98,819)	16.1%
(=) Adjusted EBITDA (ex-Straight-line rent adj.)	467,973	480,088	-2.5%	438,924	6.6%
Adjusted EBITDA Margin (ex-Straight-line rent adj.)	72.8%	74.9%	-212 bps	74.1%	-129 bps
(=) Adjusted EBITDA (SG&A 2023 Rebalanced)	467,973	472,138	-0.9%	430,975	8.6%
Adjusted EBITDA Margin (ex-Straight-line rent adj.)	72.8%	73.7%	-88 bps	72.7%	5 bps

EBITDA	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
<i>Managerial Financial Information</i>					
NOI (ex-Straight-line rent adjustment)	1,652,695	1,677,086	-1.5%	1,572,674	5.1%
(-) Taxes on revenue	(145,216)	(138,068)	5.2%	(138,068)	5.2%
(-) Net service revenue	171,345	153,228	11.8%	153,228	11.8%
(+) Real estate developments	17,781	7,792	128.2%	7,792	128.2%
(+) Other recurring operational revenues/(expenses)	(1,408)	(734)	92.0%	(734)	92.0%
(+) SG&A	(337,574)	(302,597)	11.6%	(302,597)	11.6%
(=) Adjusted EBITDA (ex-Straight-line rent adj.)	1,357,623	1,396,707	-2.8%	1,292,295	5.1%
Adjusted EBITDA Margin (ex-Straight-line rent adj.)	72.2%	73.8%	-164 bps	73.0%	-83 bps
(=) Adjusted EBITDA (SG&A 2023 Rebalanced)	1,357,623	1,378,174	-1.5%	1,273,762	6.6%
Adjusted EBITDA Margin (ex-Straight-line rent adj.)	72.2%	72.8%	-66 bps	72.0%	22 bps

NON-RECURRING REVENUE AND EXPENSES

In 3Q24, the "Other operating income/expenses" totaled R\$31.2 million. The result can be mainly explained by:

- i. Long-term alignment and retention plan for executive officers who did not receive acceleration of long-term incentive programs. This program, which was granted on December 8th, 2023, includes 0.5% of the shares issued by ALLOS and a 9 years duration, divided into 7 tranches. In the first 6 years, 15% of each tranche will vest, while the remaining 10% will vest in the final year. Excepting the first tranche, all tranches have a lock-up period of 2 years in addition to vesting. This program generates a non-cash expense and will use the shares related to the share buyback program before the open program. If an executive officer leaves the Company during this period, the unvested shares will be returned.
- ii. Expenses with corporate restructuring in subsidiary
- iii. Non-cash effect from the disposal of assets
- iv. Provision for civil contingencies resulting from a change in the loss probability
- v. Other non recurring results

Other Operational Revenues/(Expenses)

3Q24

<i>Managerial financial information</i>		<i>(Amounts in thousands of Reais)</i>
Other recurring operational revenues/(expenses)	325	
Other non recurring operational revenues/(expenses)	(31,210)	
Long term incentive related to the business combination	(8,788)	
Expenses with corporate restructuring in subsidiary	(9,689)	
Net effect of assets divestment	(1,963)	
Provision for contingencies	(7,736)	
Other non-recurring results	(3,035)	
Other operational revenues/(expenses)	(30,885)	

FINANCIAL RESULT

In 3Q24, ALLOS' financial revenues totaled R\$120.0 million, an 85.4% increase compared to the same period in the previous year due to a higher average cash balance. Financial expenses totaled R\$232.4 million in 3Q24, a growth of 8.7% compared to 3Q23, due to a larger gross debt. Net financial expenses, after financial revenues, reached R\$112.4 million in 3Q24, a decrease of 24.6% compared to 3Q23. This result is mainly driven by the liability management actions implemented by the company.

Financial Result	3Q24	3Q23	3Q24 / 3Q23 Δ%	3Q23 Proforma	3Q24 / 3Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> (Amounts in thousands of Reals, except percentages)					
Financial Revenues	119,963	64,714	85.4%	64,714	85.4%
Financial revenue	127,438	72,181	76.6%	72,181	45.4%
Taxes on financial revenue	(7,475)	(7,467)	0.1%	(7,467)	0.1%
Financial Expenses	(232,404)	(213,774)	8.7%	(213,774)	8.7%
Interest expenses	(206,740)	(191,592)	7.9%	(191,592)	7.9%
Structuring cost	(6,752)	(5,426)	24.4%	(5,426)	24.4%
Other financial expenses	(18,912)	(16,756)	12.9%	(16,756)	12.9%
SWAP (Fair Value)	(25,355)	(4,510)	n/a	(4,510)	n/a
Recurring Financial Result	(137,796)	(153,570)	-10.3%	(153,570)	-10.3%
Non-recurring financial revenues and expenses	(4,497)	(4,671)	-3.7%	(4,671)	-3.7%
Financial Result	(142,293)	(158,241)	-10.1%	(158,241)	-10.1%

Financial Result	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
<i>Managerial Financial Information</i>					
Financial Revenues	300,862	204,093	47.4%	204,093	47.4%
Financial revenue	326,551	224,600	45.4%	224,599	45.4%
Taxes on financial revenue	(25,690)	(20,506)	25.3%	(20,506)	25.3%
Financial Expenses	(608,751)	(637,662)	-4.5%	(637,663)	-4.5%
Interest expenses	(541,551)	(569,821)	-5.0%	(569,821)	-5.0%
Structuring cost	(18,317)	(15,843)	15.6%	(15,843)	15.6%
Other financial expenses	(43,446)	(51,999)	-16.4%	(51,999)	-16.4%
SWAP (Fair Value)	(7,535)	1,559	n/a	1,560	n/a
Recurring Financial Result	(315,424)	(432,010)	-27.0%	(432,010)	-27.0%
Non-recurring financial revenues and expenses	(6,415)	28,976	n/a	28,976	n/a
Financial Result	(321,839)	(403,034)	-20.1%	(403,034)	-20.1%

FFO

In 3Q24, the FFO per share grew 37.2%, driven by the buyback programs executed since the 4Q23, reinforcing ALLOS' commitment to return value to its shareholders. The FFO reached R\$307.2 million, 27.7% higher than the previous year. The FFO margin reached 47.8%, which is 7.2 p.p. higher than the same period in 2023. The positive variation in the ratio reflects, besides the solid operational performance, the liability management, higher average cash balance and a higher fiscal efficiency.

Funds from Operations - FFO	3Q24	3Q23	3Q24 / 3Q23 Δ%	3Q23 Proforma	3Q24 / 3Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> (Amounts in thousands of Reals, except percentages)					
Adjusted EBITDA	475,459	473,182	0.5%	432,889	9.8%
(+) Financial revenue	119,963	64,714	85.4%	64,714	85.4%
(-) Financial expenses	(232,404)	(213,774)	8.7%	(213,774)	8.7%
(-) Current income and social contribution taxes	(48,335)	(49,346)	-2.0%	(49,346)	-2.0%
(-) Straight-line rent adjustment	(7,486)	6,906	n/a	6,035	n/a
(=) FFO	307,197	281,682	9.1%	240,518	27.7%
FFO Margin %	47.8%	43.9%	383 bps	40.6%	719 bps
FFO per share	0.58	0.50	17.1%	0.43	37.2%

Funds from Operations - FFO	9M24	9M23	9M24 / 9M23 Δ%	9M23 Proforma	9M24 / 9M23 Δ%Proforma
<i>Managerial Financial Information</i>					
Adjusted EBITDA	1,376,376	1,374,842	0.1%	1,273,517	8.1%
(+) Financial revenue	300,862	204,093	47.4%	204,093	47.4%
(-) Financial expenses	(608,751)	(637,662)	-4.5%	(637,662)	-4.5%
(-) Current income and social contribution taxes	(140,765)	(172,103)	-18.2%	(172,103)	-18.2%
(-) Straight-line rent adjustment	(18,753)	21,865	n/a	18,778	n/a
(=) FFO	908,969	791,035	14.9%	686,623	32.4%
FFO Margin %	48.3%	41.8%	652 bps	38.8%	954 bps
FFO per share	1.73	1.40	0.23	1.22	0.42

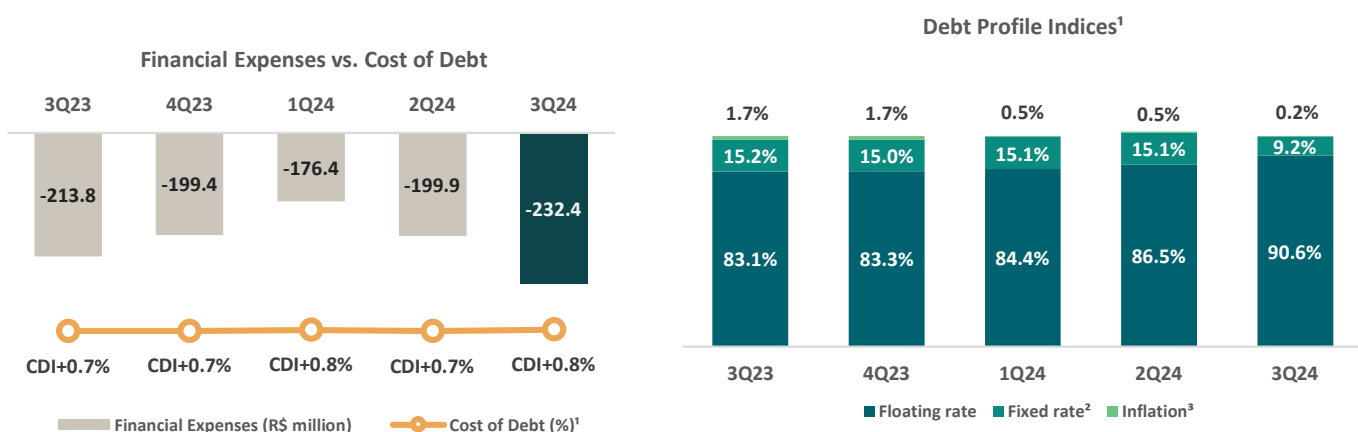
INDEBTEDNESS AND CAPITAL STRATEGY

ALLOS' average cost of debt was 11.9% in 3Q24 (versus 12.5% in 2Q24), equivalent to the CDI floating rate + 0.8%. The level achieved is a result of liability management initiatives from past quarters. In 3Q24, the Company's Net Debt / EBITDA was 1.7x.

Debt Breakdown	Short-Term	Long-Term	Total Debt
<i>Managerial financial information (Amounts in thousands of Reals)</i>			
Loans and financing, real estate credit notes and debentures ¹	2,143,010	6,568,538	8,711,549
Obligations for the purchase of assets	438,194	19,572	457,766
Financial securities	-	54,749	54,749
Gross Debt	2,581,204	6,642,859	9,224,064
Cash and Cash Equivalents	(5,747,046)	(186,493)	(5,933,539)
Net debt	(3,165,842)	6,456,366	3,290,524

At the end of September 2024, ALLOS' debt exposure linked to the CDI index was 90.6%.

More information about the costs and maturities of each debt, as well as the reconciliation between consolidated net debt and managerial net debt, are available in the Appendix of this Report.



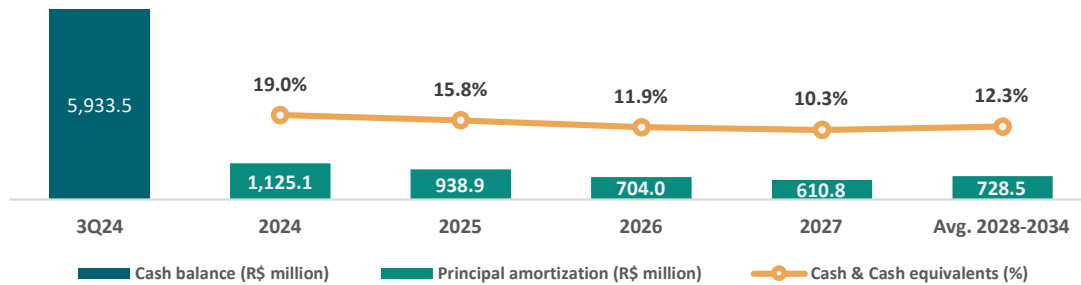
¹Considers debt at the end of the period, excluding obligations for purchasing assets.

²Pre-fixed indices include TR;

³Inflation indices include IPCA and IGP-DI.

The charts below summarize the Company's debt amortization schedule and demonstrate that its cash position is sufficiently robust to support the maturities of the coming years.

Principal Amortization Schedule



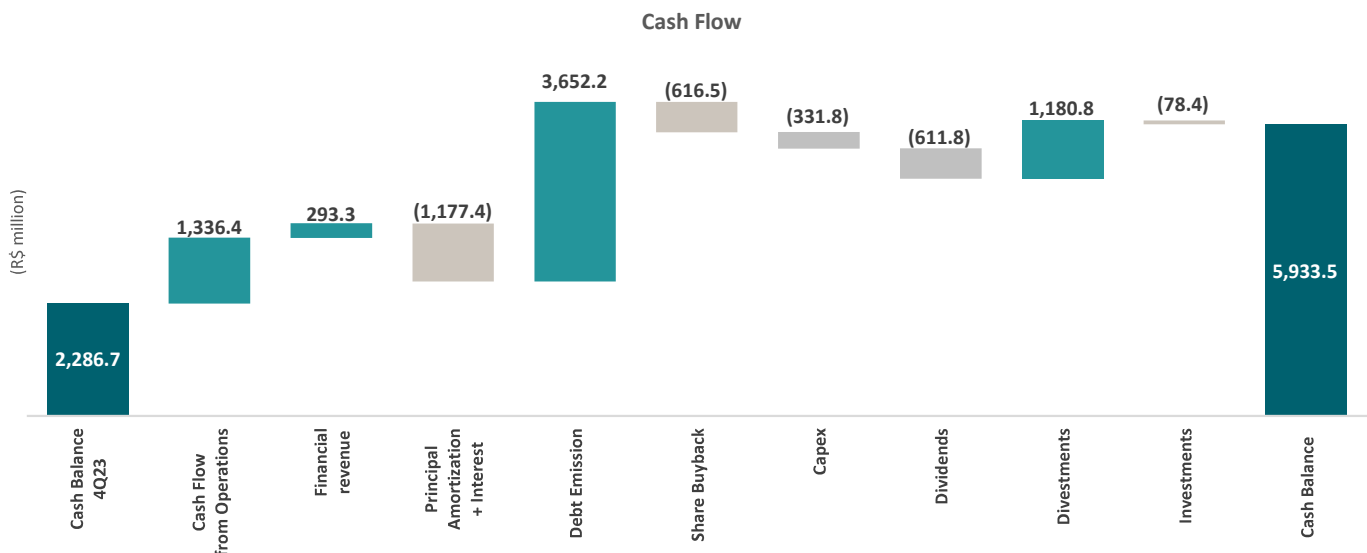
CAPEX

In the third quarter of 2024, ALLOS's Capex was R\$167.1 million, invested mainly in maintenance, refurbishment, innovation projects, implementation, and licensing of software. The "Others" line was mainly impacted by the acquisition of C&A store of Goiânia Shopping.

Capex	3Q24	9M24
<i>Managerial financial information</i>		
Maintenance	46,862	100,442
Refurbishment	53,625	89,278
Expansions & Landbank	7,630	10,461
PP&E and Intangible	43,460	95,079
Other	15,569	36,566
Total	167,146	331,826
Total ex-Acquisitions	156,437	308,456

CASHFLOW

ALLOS presented operational cash generation of R\$1,336.4 million in the first nine months of 2024. The cash balance change is mainly explained by i) the amount received from divestments, ii) principal and interest amortizations of loans and new fundraising, iii) share buybacks, iv) dividends payment, v) capex, and vi) other initiatives aligned with the Company's long-term strategic planning.



OPERATIONAL PERFORMANCE

SALES PERFORMANCE

In the third quarter of 2024, ALLOS achieved total sales of R\$9.5 billion. Same-base growth compared to 3Q23 was 8.0%, particularly notable in August, which experienced a growth of 12.1% compared to the same month in 2023. In 3Q24, sales per square meter reached R\$1,862, reflecting a positive variation of 9.2% compared to 3Q23. This demonstrates the favorable impact of effective portfolio management and precise mix qualification.

The same-store sales (SSS) indicator grew 6.2% in the quarter and 5.4% in the last nine months. In the cumulative report for the year, the most notable segments were: Accessories, Beauty Items, and Jewelry (+11.2%); Convenience, Services, Leisure, and Others (+6.0%); and Food (+5.1%).

SSS% by Segment	3Q24	9M24
<i>Managerial Financial Information</i>		
Accessories, Beauty Items and Jewelry	10.5%	11.2%
Food	4.3%	5.1%
Services, Convenience, Leisure and others	6.0%	6.0%
Housewares, Stationary, Tech and others	6.1%	3.4%
Apparel and Shoes	6.2%	4.9%
Total	6.2%	5.4%

The new stores also contributed positively to sales in the period, registering increases of 20.9% and 29.1% in 3Q24 and year-to-date, respectively. They also contributed to the SAS indicator, which presented a 6.9% growth in 3Q24.

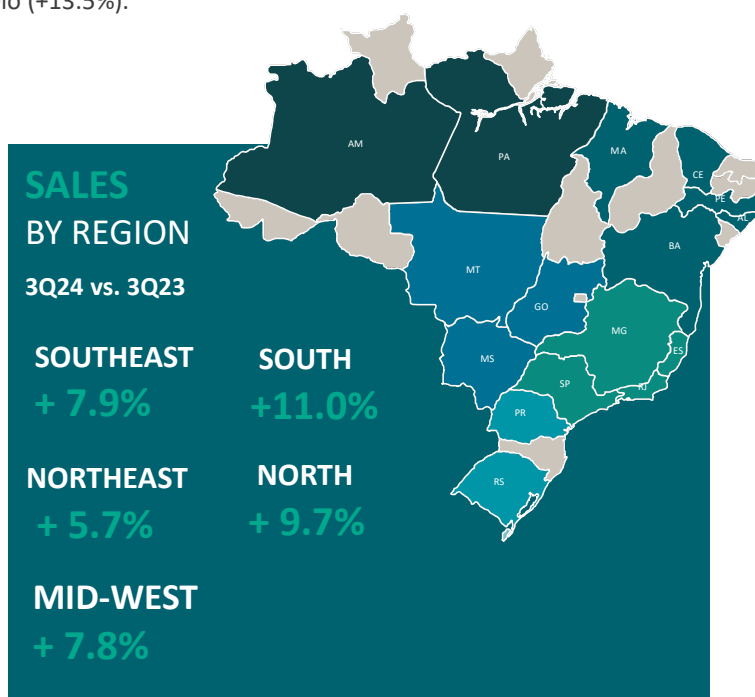
The highlights in sales performance in the quarter were: Shopping Campo Limpo (+29.1%), Caxias Shopping (16.9%), Passeio das Águas Shopping (14.8%), Parque Shopping Belém (+14.7%), Shopping Grande Rio (+14.0%), Catuaí Shopping Londrina (+13.8%) and Parque Shopping Maceió (+13.5%).

PERFORMANCE BY REGION

ALLOS has wide geographic capillarity, with shopping malls located in relevant urban centers, spread across 16 different states in Brazil.

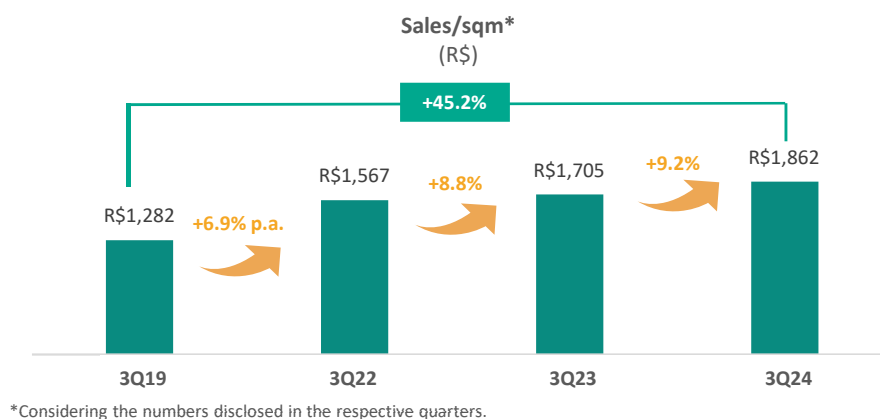
In the third quarter of 2024, the South region stood out, with growth of 11.0% compared to 3Q23.

The other regions also maintained a positive pace of sales in the third quarter of 2024, with expansion of 9.7% in the North, 7.9% in the Southeast region, and 7.8% in the Mid-West region.



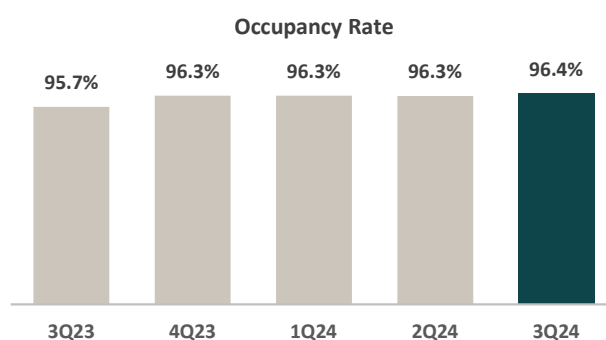
Sales/sqm

In 3Q24, sales/sqm reached R\$1,862/sqm, an increase of 9.2% compared to the same period of the previous year. This level of sales/sqm reflects, for another quarter, the consistent growth the Company has been presenting since 2019, with a CAGR of 7.7% during the period compared to an average IPCA of 6.0% for the same period, which represents a 45.2% growth.



OCCUPANCY RATE AND LEASING ACTIVITY

At the end of 3Q24, the occupancy rate was 96.4%, a 76bps increase compared to 3Q23. This evidences the commercial strength effectiveness, and greater attractiveness of the Company's portfolio.



In 3Q24, 253 new contracts were signed in the Company's owned malls, representing an additional 40.5 thousand sqm of GLA. Considering managed third-party malls, 315 new operations were leased, equivalent to 50.2 thousand sqm.

Between recent signed contracts are: Smartfit at Caxias Shopping; Centauro at Plaza Sul Shopping; Coco Bambu at Independência Shopping and Shopping Estação BH; Cineflix at Shopping Curitiba; and Fogo de Chão at Shopping Tamboré.

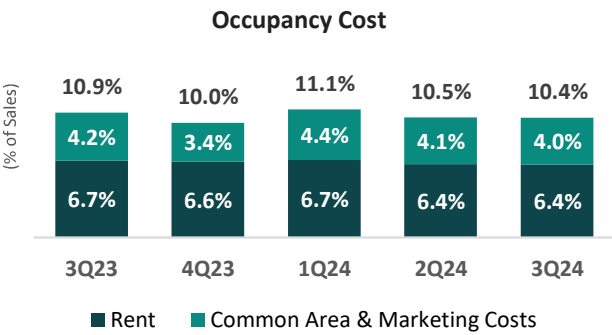
Regarding the recent openings from the quarter, the highlights are Sephora and Hugo Boss at Center Shopping Uberlândia; Kiko Milano no Boulevard Shopping BH; NV at Shopping Estação Cuiabá; Puma and Irajá Redux at Parque Dom Pedro; and Coco Bambu at Carioca Shopping.





OCCUPANCY COST

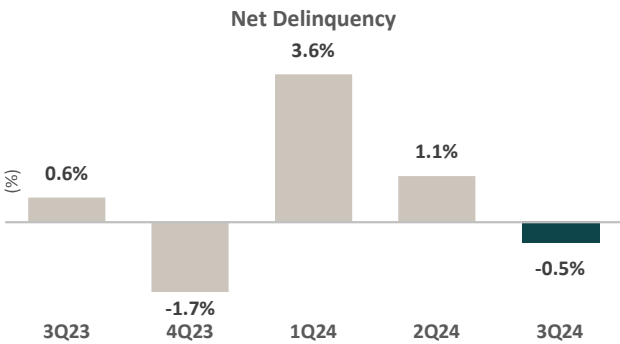
In the third quarter of 2024, occupancy cost¹ was 10.4%, 45 bps lower than in 3Q23, due to strong sales during the period. Rent expenses represented 6.4%, while common-area charges and mall marketing fund expenses accounted for 4.0% of the total cost.



¹Considers tenants who reported sales during the period.

NET DELINQUENCY

In 3Q24, the net delinquency rate decreased by 104 basis points compared to the same quarter of the previous year, reaching -0.5%. This reflects the relevant improvement of tenants’ financial health.



HIGHLIGHTS
MESSAGE FROM MANAGEMENT
MAIN INDICATORS
FINANCIAL PERFORMANCE
OPERATIONAL PERFORMANCE
SUSTAINABILITY
PHYGITAL TRANSFORMATION
MEDIA
M&A
APPENDIX



SUSTAINABILITY

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

OPERATIONAL PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

ALLOS' commitment to sustainability leads a series of ongoing initiatives and projects, carried out by the Company's shopping malls, supporting social causes and local development. Below are recent relevant campaigns and achievements.

New Racial Goal

ALLOS values plurality and works to promote Diversity, Equity and Inclusion. To act strategically in the racial pillar, the Company announced another commitment: have 48% of self-declared black people in leadership positions by 2030. The goal was defined based on data from the last DE&I Census and was validated by MOVER – Movimento pela Equidade Racial. The CEO, Rafael Sales, announced the new ALLOS percentage during the Little Africa documentary's launch at Shopping Leblon. This is another commitment that strengthens it and drives it to create more inclusive experiences with positive impacts on society.



Gold Seal of the Brazilian GHG Protocol Program (PBGHG)

ALLOS has once again won the prestigious Gold Seal of the Brazilian GHG Protocol Program (PBGHG) for the 2024 cycle. This recognized certification reaffirms the Company's ongoing commitment to transparency and environmental responsibility. The PBGHG, established in 2008, is the largest public database of corporate greenhouse gas (GHG) inventories in Latin America. Adapting the GHG Protocol method to the Brazilian context, the program offers essential tools for calculating and managing GHG emissions. This recognition reinforces ALLOS' position as a leader in the industry, highlighting the continuous efforts to mitigate environmental impacts and promote sustainable practices in all operations.

“Desafio Nas Escolas”

ALLOS believes that education has the power to transform lives and is committed to creating a better future for all. For this reason, the Company supported the third season of the *Desafio nas Escolas*, a program shown on Canal Futura and Globoplay. The initiative engages high school students from four schools in Rio de Janeiro to propose innovative solutions to challenges encountered in their educational institutions. Through student protagonism and the involvement of the school community, the project promotes concrete improvements in schools, such as the revitalization of abandoned spaces. Education and culture are fundamental pillars of the Company's ESG strategy, reflected in almost 3 thousand projects that benefited more than 500 thousand people in the last year.





PHYGITAL TRANSFORMATION

Continued Loyalty Program Results

In 3Q24, the loyalty program presented an 85% growth in benefit redemption and an absolute GMV growth from 538 million in 3Q23 to 586 million in 3Q24. This result reinforces the thesis that the engagement of tenants, who offer relevant benefits, ensures greater consumer engagement.

In addition to the lever of benefits, the app has also been constantly evolving its features, aiming to increase attractiveness, improve the experience and bring even more convenience to consumers and tenants. In this last quarter, the main features implemented were the indoor map, which allows users to be guided in the search for stores, leisure services and conveniences in the mall with real-time location and table reservation, online queue and digital menu, which optimize and provide a better experience to consumers in the main services in restaurants in each mall.

Expansion of the Loyalty Program – Launch of Parque Dom Pedro and Campo Grande shopping malls

In another important milestone to strengthen its presence in the journey of consumers and tenants, ALLOS has been continuing the process of expanding the loyalty program to all of the Company's malls with the launch of the Campo Grande and Parque Dom Pedro malls in October. These malls were born with relevant benefits of more than 20% of the total tenant base.

Solar Shopping Leblon

Shopping Leblon's new loyalty program continued to gain relevance and achieve significant results in another quarter. This confirms that ALLOSTECH is investing assertively in initiatives to increasingly strengthen the relationship with consumers and offer an even more complete journey.



In addition to year-over-year growth, the program presented a 25% increase in GMV (Gross Merchandise Value) vs. 2Q24, evidencing the continued engagement of Program members. The number of invoices sent grew 38% and the number of benefits redeemed exceeded 175% vs. 2Q24.

3T24 VS 3T23			
+559%	+143%	+106%	+93%
BENEFITS REDEEMED	INVOICES SENT	GMV	BUYERS
3T24 VS 2T24			
+175%	+38%	+25%	+24%
BENEFITS REDEEMED	INVOICES SENT	GMV	BUYERS

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

OPERATIONAL PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYGITAL TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

PHYGITAL TRANSFORMATION

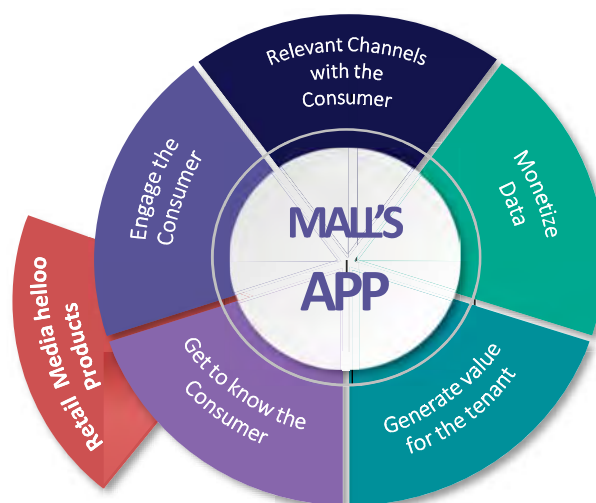
Case Nestlé | Dolce Gusto Neo

In the 3Q24, ALLOS was able to implement an effective strategy combining its 'connection with the audience' and 'data intelligence' to implement an effective strategy for loyalty program members in partnership with the advertiser Dolce Gusto.

This approach combined different channels, including Mall and residential building screens, and encouraged consumers to access the loyalty apps to interact with the advertiser's promotion.

In this partnership, in addition to the contracted media, the brand made 75 espresso machines available for promotional sweepstakes in the 5 malls with a loyalty program. This was a form of additional media that was promoted using the mall's app. The brand also made discount coupons available to loyalty members for the purchase of machines.

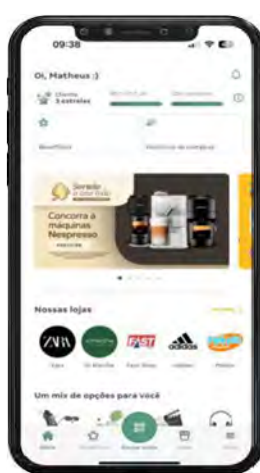
The strategy reached more than 2 million loyalty program members through promotional sweepstakes. In addition, it impacted more than 1 million people per month in the areas around the malls and reached an audience of more than 13 million per month with the media screens in the malls.



Push Message



Banner Carousel



Promotion Page



Example of Retail Media Products in the Tenant and Consumer Journey

Helloo Retail Media products for the tenants

- ✓ **Sending Push Messages** to users with a history of consumption in the segment
- ✓ **Identification and sending of Push Message** to customers who are in the mall
- ✓ **Banner communicating** the benefit during the period of validity
- ✓ **Benefit usage and sales generation report**



MEDIA

EXPANSION PROCESS

Following the expansion strategy, in the third quarter, 11 malls that had only static media were digitized. This initiative provides advertisers with greater flexibility and autonomy in communication, eliminating friction in the production process.

More than 800 new screens were installed in the residential buildings this quarter. Hello expanded coverage of its residential business to Recife, in the northeast of Brazil, expanding beyond the mall market and increasing its audience in the City.

HELLOO RETAIL | RETAIL MEDIA

Adopting a consultative approach, in the last quarter the acquisition of new customers was scaled through the media e-commerce, 'Helloo Retail'. This strategy has proven highly effective for small and medium-sized advertisers. The platform allows entrepreneurs to adjust their investments precisely, customizing their campaigns according to objectives and budgets.

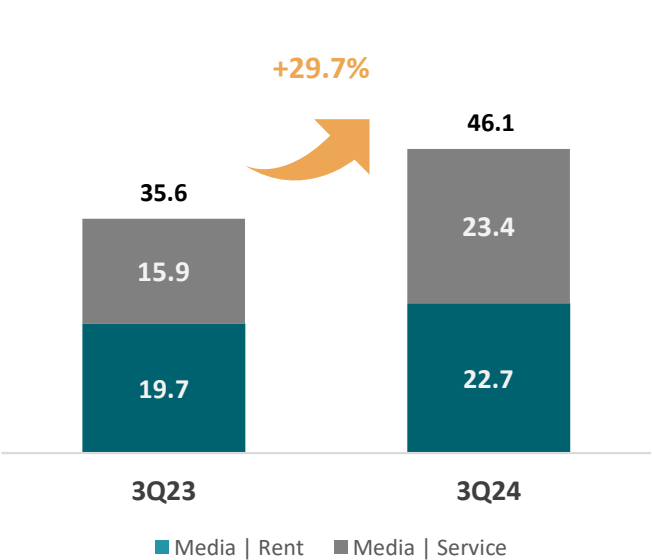
By September 2024, this line of business had already grown by 38% compared to the same period in 2023, validating the effectiveness of the digital strategy and highlighting the great potential for future growth.

MEDIA REVENUE EVOLUTION

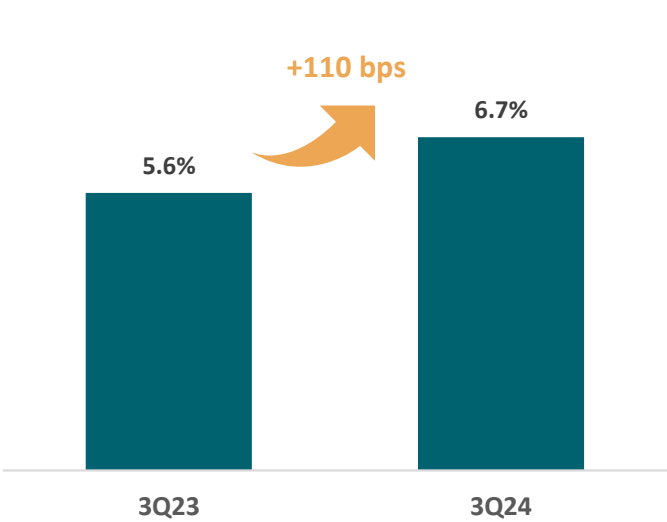
The media business line remains the key driver of the Company's growth, generating revenues of R\$46.1 million in the third quarter of 2024, reflecting a 29.7% increase compared to the same quarter of the previous year. As a percentage of ALLOS' total revenue, the media business line advanced by 110 bps compared to 3Q23, reaching 6.7%.



Media Gross Revenue
(R\$ million)



Media as a % of Gross Revenue



HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

OPERATIONAL PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

M&A and Expansions

RECENT M&A TRANSACTIONS

Regarding the recent divestments announced in the past quarters, all have been completed, as shown in the table below:

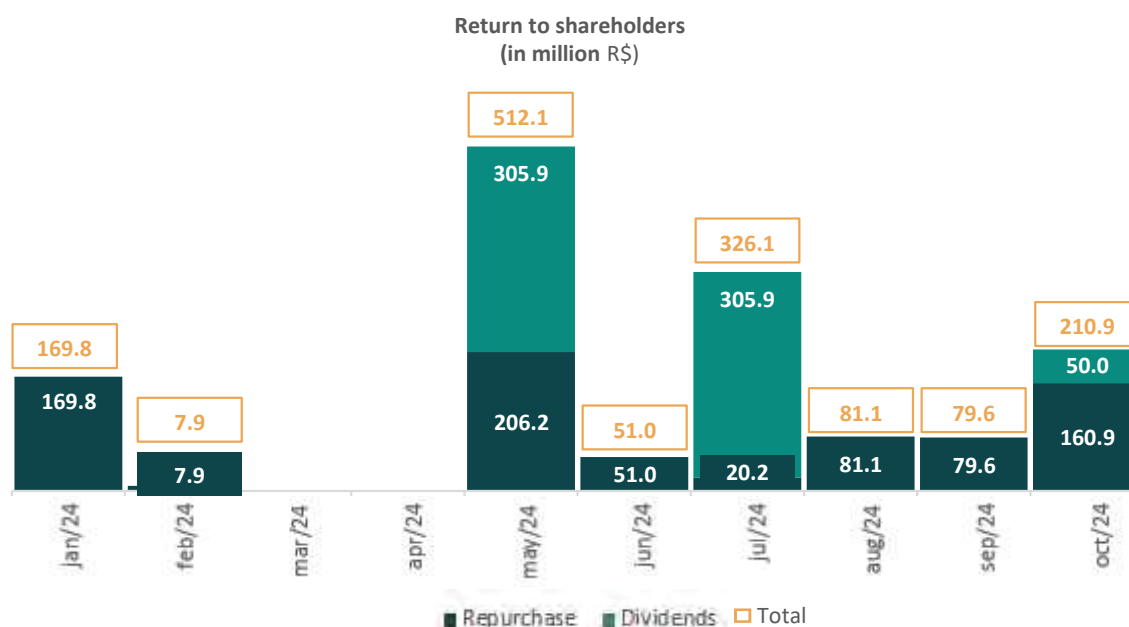
Shopping	Divestment	Share	Closing
Plaza Sul Shopping	Partial	20.0%	Nov-23
		5.0%	Dec-23
		5.0%	Mar-24
Boulevard Shopping Bauru	Total	100.0%	Dec-23
Boulevard Shopping Campos	Total	75.0%	Dec-23
Shopping Estação Curitiba	Total	100.0%	Dec-23
Santana Parque Shopping	Total	36.7%	Jan-24
Shopping Jardim Sul	Total	60.0%	Apr-24
São Luís Shopping	Total	6.2%	Jun-24
		8.8%	Oct-24
Carioca Shopping	Partial	15.0%	Apr-24
Shopping Villagio Caxias	Partial	10.0%	Apr-24
Bangu Shopping	Partial	10.0%	May-24
Top Shopping	Total	50.0%	Apr-24

In November, we announced a new round of divestments, with two new transactions in line with the plan disclosed in May 2024. The first transaction involves the sale of stakes of 20% in Carioca Shopping, 10% in Shopping Tijuca, and 9.9% in Plaza Sul Shopping, totaling R\$393 million, with a cap rate of 7.3%. Of this amount, R\$230 million will be received on the closing date, with the remainder to be paid in up to two years, adjusted by the IPCA inflation index in the first year and by the CDI rate in the second year. The second transaction involves the complete divestment of our 50% stake in Rio Anil Shopping, totaling R\$186.2 million, corresponding to a cap rate of 8.5%. Of the total amount, R\$177.4 million will be received upon the transaction's closing date, with R\$8.8 million to be paid up to June 30, 2025, adjusted by the CDI rate. The transactions follow the divestment plan disclosed in 2Q24 and reinforce ALLOS' ability to carry out transactions that generate shareholder value with a constant search for opportunities to optimize the Company's capital allocation. The conclusion of the transactions is subject to the fulfillment of conditions precedent usual to these types of transactions and approval by the Brazilian anti-trust authority (CADE).

SHAREHOLDER REMUNERATION

As of October 2024, ALLOS returned R\$1.4 billion to its shareholders due to the execution of the Company's share buyback and dividend payment programs. Considering ALLOS' market capitalization as of October 31, 2024, total cash compensation to shareholders was already 11.9% for the year.

With the commitment to remunerate the shareholder consistently and predictably, ALLOS has implemented the practice of monthly dividend payments. Quarterly distributions are submitted to the Board of Directors for approval to be made in the following three months. In October 2024, R\$150 million in dividends were approved, which will be distributed to shareholders throughout 4Q24 in three equal installments.





M&A and Expansions

EXPANSION

Shopping Campo Grande

In 3Q24, ALLOS announced Shopping Campo Grande’s second expansion. The expansion project at Shopping Campo Grande will impact 23.7 thousand sqm of Gross Leasable Area (GLA), including 11.5 thousand sqm of redeveloped GLA and 12.2 thousand sqm of newly added GLA

With this expansion, the mall will add approximately 150 new operations, featuring a gastronomic area with unique restaurants in the region, and allowing the entry of exclusive major national and international brands. The expansion will be integrated with the existing mall, offering consumers more space, comfort, and convenience and will also provide direct access to a mixed-use project.

This project already features two corporate towers and plans to add three more, as well as four residential buildings, and one hotel, with a potential sales value (PSV) of nearly R\$1 billion. Additionally, the mall will have a new, modern facade inspired by the local culture. As a result of the expansion, the mall's GLA is expected to increase by 30%.

Aligned with ALLOS' innovation strategy, Shopping Campo Grande will launch its own loyalty program in 2024, offering additional benefits to consumers and ensuring a broad and loyal consumer base to its tenants. This expansion reinforces Shopping Campo Grande’s position as the region’s leading shopping mall and entertainment destination, offering consumers an even more diverse store mix and amenities.



HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCE

OPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

PORTFOLIO

Owned Malls	State	Ownership	Total GLA (sqm)	Owned GLA (sqm)	Occupancy Rate (%)	Services rendered
Amazonas Shopping	AM	28.0%	38,349	10,753	97.9%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50.0%	21,758	10,879	97.8%	-
Bangu Shopping	RJ	90.0%	57,872	52,085	95.3%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80.0%	39,428	31,538	98.0%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70.0%	41,479	29,036	97.6%	A / C / CSC
Carioca Shopping	RJ	85.0%	35,971	30,575	94.3%	A / C / CSC
Catuai Shopping Londrina	PR	93.0%	57,021	53,029	99.2%	A / C / CSC
Catuai Shopping Maringá	PR	100.0%	33,571	33,571	98.9%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65.0%	28,191	18,324	90.7%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21.0%	56,993	11,968	97.1%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60.0%	38,116	22,870	94.5%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76.9%	18,725	14,404	89.8%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48.8%	30,616	14,953	96.7%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83.4%	23,672	19,752	90.8%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100.0%	47,146	47,146	99.6%	A / C / CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	60.0%	41,814	25,088	99.1%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72.5%	71,208	51,626	96.5%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro	SP	51.6%	126,323	65,183	98.5%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51.0%	34,014	17,347	97.8%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceió	AL	50.0%	39,891	19,945	98.5%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90.0%	74,432	66,989	93.8%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100.0%	44,585	44,585	95.9%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	60.0%	23,987	14,392	95.7%	A / C / CSC
Rio Anil	MA	50.0%	39,519	19,760	96.2%	A / C
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60.0%	42,901	25,741	96.3%	A / C / CSC
São Luís Shopping	MA	8.8%	56,226	4,961	76.9%	-
Shopping ABC	SP	1.3%	47,237	600	90.9%	-
Shopping Campo Grande	MS	70.9%	40,243	28,532	96.0%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20.0%	29,951	5,990	97.2%	A / C / CSC
Shopping Curitiba	PR	49.0%	22,537	11,043	90.8%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71.5%	71,573	51,168	94.7%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80.0%	38,188	30,550	97.7%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75.0%	48,271	36,204	96.5%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50.0%	61,992	30,996	97.0%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51.0%	28,347	14,457	99.7%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100.0%	18,759	18,759	90.5%	A / C / CSC
Shopping Metrôpole	SP	100.0%	28,974	28,974	95.4%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40.0%	32,653	13,061	89.5%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75.3%	45,005	33,902	97.5%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30.8%	79,605	24,542	99.6%	C
Shopping Taboão	SP	92.0%	37,217	34,240	98.5%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100.0%	49,683	49,683	97.4%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	100.0%	35,523	35,523	94.3%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50.0%	71,175	35,588	97.4%	A / C / CSC
Shopping Village Caxias do Sul	RS	61.0%	29,662	18,094	97.2%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63.4%	28,217	17,890	96.9%	A / C / CSC
Via Parque Shopping	RJ	5.1%	55,105	2,792	90.5%	A / C / CSC
Rio Design Leblon	RJ	38.2%	5,376	2,056	79.3%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	87.4%	11,809	10,322	100.0%	N/A
Total Portfolio		62.1%	2,080,910	1,291,465	96.4%	

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCEOPERATIONAL
PERFORMANCE

ESG

PHYSICAL
TRANSFORMATIONM&A &
DEVELOPMENT

PORTFOLIO

ANNEX



APPENDIX

EXPANSION, RENOVATION AND REDEVELOPMENT PROJECTS



Expansion:
In Bidding



PARQUE
SHOPPING
MACEIÓ



Expansion:
In project development



SHOPPING
CAMPO
GRANDE



Expansion:
In project development



SHOPPING
TIJUCA



Renovation:
Under construction

SHOPPING
DA BAHIA



Renovation:
Under construction

SHOPPING
VILLALOBOS



EXPANSION



RENOVATION



REDEVELOPMENT

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCE

OPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX



Renovation:
Under construction

SHOPPING
DEL REY



Renovation:
Under construction

CENTER
UBERLÂNDIA



Renovation:
1st phase: Completed in 2022
Phase 2: Completed in 2023
Phase 3: Under construction

PARQUE
DOM PEDRO



Renovation:
Under construction

GOIÂNIA
SHOPPING



Redevelopment:
Under construction

SHOPPING
LEBLON



Redevelopment:
Under construction

SHOPPING
RECIFE



EXPANSION



RENOVATION



REDEVELOPMENT

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCE

OPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYGITAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

CAPITAL STRUCTURE

The values below relate to ALLOS's share in each debt, excluding structuring costs, obligations for asset purchases, fair value swap adjustments, and the fair value of debts related to the business combination. For further information, please refer to the corresponding Explanatory Note within the Company's consolidated financial statements.

Debts	Index	Interest	Total Cost	Total Debt	(%) Total Debt	Maturity
TR			9.8%	810,154	9.2%	
Bradesco	TR	7.2%	8.0%	74,882	0.8%	Aug-27
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	10.0%	10.9%	60,905	0.7%	Jun-27
Itaú	TR	9.8%	10.7%	64,916	0.7%	May-30
Santander	TR	6.8%	7.7%	29,407	0.3%	Jun-25
CRI Mapa 4	TR	9.0%	9.9%	580,044	6.6%	Mar-25
CDI			12.2%	7,986,454	90.6%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	1.0%	12.1%	100,352	1.1%	Jun-29
Debenture (6ª emissão. 1ª série)	CDI	1.4%	12.5%	1,011,290	11.5%	Aug-27
Debenture (5ª emissão. 1ª série)	CDI	1.4%	12.6%	235,570	2.7%	Mar-27
Debenture (5ª emissão. 2ª série)	CDI	1.6%	12.7%	266,724	3.0%	Mar-29
Debenture XII (CRI - ICVM400)	CDI	1.2%	12.3%	502,982	5.7%	Jul-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1.0%	12.1%	316,110	3.6%	Mar-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1.2%	12.3%	298,526	3.4%	Mar-30
Debenture (8ª emissão. 1ª série)	CDI	0.6%	11.6%	369,933	4.2%	Apr-29
Debenture (8ª emissão. 2ª série)	105% CDI	0.0%	11.6%	396,513	4.5%	Apr-29
Debenture (8ª emissão. 3ª série)	CDI	0.5%	11.5%	494,051	5.6%	Apr-31
10ª Debenture	CDI	1.3%	12.4%	940,073	10.7%	Nov-27
CCB Bradesco	CDI	1.6%	12.8%	140,043	1.6%	Apr-25
CCB Itaú	CDI	1.3%	12.4%	324,641	3.7%	Oct-26
CRI Villa Lobos	CDI	1.8%	12.9%	64,819	0.7%	May-31
Debenture (11ª emissão. 1ª série)	CDI	0.6%	11.7%	648,068	7.4%	Aug-31
Debenture (11ª emissão. 2ª série)	CDI	1.0%	12.1%	1,876,759	21.3%	Aug-34
IGP-DI			12.4%	17,548	0.2%	
Gaia Securitizadora (CRI)	IGP-DI ²	8.0%	12.4%	17,548	0.2%	May-25
Total			11.9%	8,814,157	100.0%	
Total		CDI+	0.8%			

The table below shows the reconciliation between the consolidated accounting net debt and the managerial net debt.

Debt Breakdown Consolidated	Financial Statements 3Q24	Effects of CPC 18/19	Managerial 3Q24
(amounts in thousands of reais)			
Loans and financing, CCI/CRI's and debentures	8,711,549	-	8,711,549
Obligation for purchase of assets	458,551	(784)	457,766
Derivative financial instruments	54,749	-	54,749
Gross Debt	9,224,848	(784)	9,224,064
Cash and Cash Equivalents	(6,023,654)	90,114	(5,933,539)
Net debt	3,201,194	89,330	3,290,524

RECONCILIATION OF THE CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS

The managerial financial information is shown as consolidated in thousands of Reais (R\$), and reflects the Company's ownership in each mall, in line with the consolidated financial statements.

The managerial financial statements were prepared based on the balance sheets, income statements and financial reports of the respective companies, Aliansce Sonae Shopping Centers and Br Malls Participações as if they both had already been combined by 1Q22, as well as assumptions that the Company's Management considers to be reasonable and should be read in conjunction with the period's financial statements and explanatory notes.

CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS FOR SEPTEMBER 30th, 2023 AND 2024

Consolidated Income Statement	3Q24	3Q23	3Q24 / 3Q23 Δ%	3Q23 Proforma	3Q24 / 3Q23 Δ% Proforma
<i>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</i>					
Gross revenue from rent and services	707,275	701,523	0.8%	n/a	n/a
Taxes, contributions and other deductions	(49,895)	(48,486)	2.9%	n/a	n/a
Net revenue	657,380	653,037	0.7%	n/a	n/a
Cost	(178,090)	(187,619)	-5.1%	n/a	n/a
Cost of rent and services	(64,039)	(67,335)	-4.9%	n/a	n/a
Depreciation and amortization	(114,050)	(120,284)	-5.2%	n/a	n/a
Gross income	479,291	465,417	3.0%	n/a	n/a
Operating income/(expenses)	(165,888)	(247,780)	-33.1%	n/a	n/a
Sales, general and administrative expenses	(137,531)	(117,444)	17.1%	n/a	n/a
Long-term incentive plan	(6,763)	(4,478)	51.0%	n/a	n/a
Equity income	18,325	19,935	-8.1%	n/a	n/a
Depreciation and Amortization expenses	(37,445)	(32,424)	15.5%	n/a	n/a
Other net income (expenses)	(2,475)	(113,369)	-97.8%	n/a	n/a
Financial income/(expenses)	(138,435)	(155,730)	-11.1%	n/a	n/a
Net income before taxes and social contributions	174,968	61,908	n/a	n/a	n/a
Current income and social contribution taxes	(48,896)	(47,246)	3.5%	n/a	n/a
Deferred income and social contribution taxes	8,995	36,985	-75.7%	n/a	n/a
Net income in the period	135,068	51,646	n/a	-	n/a
Income (loss) attributable to:					
Controlling Shareholders	112,773	23,682	n/a	n/a	n/a
Minority Shareholders	22,295	27,964	-20.3%	n/a	n/a
Net income in the period	135,068	51,646	n/a	-	n/a

Managerial Income Statement	3Q24	3Q23	3Q24 / 3Q23 Δ%	3Q23 Proforma	3Q24 / 3Q23 Δ% Proforma
<i>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</i>					
Gross revenue from rent and services	698,943	681,457	2.6%	633,987	10.2%
Taxes, contributions and other deductions	(48,479)	(47,436)	2.2%	(47,436)	2.2%
Net revenue	650,463	634,022	2.6%	586,552	10.9%
Cost	(172,750)	(182,999)	-5.6%	(175,821)	-1.7%
Cost of rent and services	(60,571)	(63,950)	-5.3%	(56,772)	6.7%
Depreciation and amortization	(112,179)	(119,049)	-5.8%	(119,049)	-5.8%
Gross income	477,713	451,023	5.9%	410,730	16.3%
Operating income/(expenses)	(183,116)	(255,522)	-28.3%	(255,522)	-28.3%
Sales, general and administrative expenses	(107,995)	(94,341)	14.5%	(94,341)	14.5%
Long-term incentive plan	(6,763)	(4,478)	51.0%	(4,478)	51.0%
Equity Income	-	-	n/a	-	n/a
Depreciation and Amortization expenses	(37,473)	(32,553)	15.1%	(32,553)	15.1%
Other net income (expenses)	(30,885)	(124,151)	-75.1%	(124,151)	-75.1%
Financial income/(expenses)	(142,292)	(158,241)	-10.1%	(158,241)	-10.1%
Net income before taxes and social contributions	152,304	37,260	n/a	(3,033)	n/a
Current income and social contribution taxes	(48,335)	(49,346)	-2.0%	(49,346)	-2.0%
Deferred income and social contribution taxes	8,804	35,768	-75.4%	35,768	-75.4%
Net income in the period	112,773	23,681	n/a	(16,611)	n/a

BALANCE SHEET

Managerial Balance Sheet	ALLOS Financial Statements		Adjustments		ALLOS Managerial Consolidated	
	30/09/2024	31/12/2023	30/09/2024	31/12/2023	30/09/2024	31/12/2023
ASSETS	<i>(amounts in thousands of Reais)</i>					
Current						
Cash and cash equivalents	40,581	44,317	(688)	(2,693)	39,892	41,625
Short-term investments	5,796,580	2,088,913	(89,426)	(32,342)	5,707,154	2,056,571
Accounts receivable	457,625	646,315	54,046	1,546	511,671	647,861
Dividends receivable	26	743	(26)	(743)	-	0
Taxes recoverable	87,015	124,142	(431)	1,494	86,585	125,636
Anticipated expenses	28,042	24,148	(2,028)	(390)	26,014	23,759
Values receivable	-	-	-	-	-	-
Other receivables	351,164	895,741	(4,408)	7,226	346,755	902,966
Total	6,761,033	3,824,320	(42,961)	(25,901)	6,718,072	3,798,419
Non-Current Assets held for sale	-	-	-	-	-	-
Total Current Assets and non-current assets held for sale	6,761,033	3,824,320	(42,961)	(25,901)	6,718,072	3,798,419
Non-Current						
Taxes recoverable	43,785	43,321	16	171	43,801	43,491
Deferred income and social contribution tax	627	722	(76)	(75)	551	647
Legal deposits	181,618	149,184	(368)	(259)	181,250	148,925
Borrowings and other accounts receivable	4,518	17,098	(4,518)	(17,098)	-	-
Values receivable	56,775	-	(56,775)	-	-	-
Derivative financial instruments	29,783	3,378	-	-	29,783	3,378
Anticipated expenses	23,334	27,474	(14)	(12)	23,320	27,462
Long-term investments	186,493	188,521	-	0	186,493	188,522
Other receivables	150,038	118,360	(172)	1,676	149,866	120,035
Investments	713,979	695,186	(689,961)	(688,555)	24,018	6,631
Properties for investment	20,556,395	21,661,102	(71,183)	(404,499)	20,485,211	21,256,602
Property, plant and equipment	89,887	86,970	(120)	(65)	89,767	86,905
Intangible assets	823,934	843,459	104,095	103,398	928,029	946,857
Total Non-current Assets	22,861,167	23,834,775	(719,078)	(1,005,319)	22,142,090	22,829,456
Total Assets	29,622,200	27,659,094	(762,039)	(1,031,220)	28,860,161	26,627,874
LIABILITIES	<i>(amounts in thousands of Reais)</i>					
Current						
Suppliers	75,567	91,535	(2,762)	2,575	72,805	94,109
Loans and financing, real estate credit notes and debentures	2,143,010	636,456	-	(0)	2,143,010	636,456
Taxes and contributions payable	90,839	94,933	(4,490)	(2,271)	86,349	92,662
Deferred income	12,937	14,265	36	432	12,973	14,696
Dividends payable	3,243	620,283	(3,243)	(7,186)	-	613,097
Obligations for purchase of assets	438,798	423,723	(604)	(0)	438,194	423,722
Leasing	23,144	23,021	5,543	5,112	28,687	28,133
Provision for contingencies	-	-	-	14,787	-	14,787
Other liabilities	240,362	233,119	(59,834)	203	180,528	233,323
Total Current Liabilities and liabilities related to non-current assets held for sale	3,027,901	2,137,333	(65,354)	13,652	2,962,547	2,150,985
Non-Current						
Loans and financing, real estate credit notes and debentures	6,568,538	5,042,475	-	0	6,568,538	5,042,475
Taxes and contributions to collect	8,008	17,715	3,226	3,861	11,233	21,576
Deferred income	33,374	31,956	544	1,308	33,918	33,264
Financial securities	84,532	50,592	-	-	84,532	50,592
Deferred income and social contribution tax	4,755,109	4,840,550	(5,300)	(5,180)	4,749,809	4,835,371
Obligations for the purchase of assets	19,752	29,294	(180)	(0)	19,572	29,294
Leasing	161,140	163,688	78,503	82,697	239,643	246,385
Other liabilities	9,385	11,558	(5,439)	(5,053)	3,946	6,505
Provision for contingencies	243,542	229,200	(1,740)	(15,655)	241,801	213,545
Total Non-Current Liabilities	11,883,380	10,417,028	69,613	61,979	11,952,993	10,479,007
Shareholders' Equity	<i>(amounts in thousands of Reais)</i>					
Share capital	14,747,598	14,747,598	-	-	14,747,598	14,747,598
Expenditure on issuance of shares	(72,332)	(72,332)	-	-	(72,332)	(72,332)
Capital reserves	176,642	843,433	-	-	176,642	843,433
Legal reserve	199,339	199,339	-	-	199,339	199,339
Shares held in treasury	(348,118)	(433,928)	-	-	(348,118)	(433,928)
Retained earnings (losses)	529,942	(1)	-	0	529,942	(1)
Income reserves	2,715,864	2,718,089	-	-	2,715,864	2,718,089
Carrying value adjustments	(4,004,316)	(4,004,316)	-	-	(4,004,316)	(4,004,316)
Minority Interest	766,300	1,106,850	(766,300)	(1,106,850)	-	-
Total Shareholders' Equity	14,710,920	15,104,733	(766,300)	(1,106,850)	13,944,620	13,997,883
Total liabilities and shareholders' equity	29,622,201	27,659,094	(762,041)	(1,031,219)	28,860,160	26,627,875

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCEOPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

CASH FLOW

Cash Flow Statement	ALLOS Financial Statements	Adjustments	ALLOS Managerial Consolidated
	30/09/2024	30/09/2024	30/09/2024
(amounts in thousands of reais)			
Operating Activities			
Net Profit for the period	610,840	(80,898)	529,942
Adjustments to net profit due to:	-	-	-
Straight line rent adjustment	(14,855)	(3,898)	(18,753)
Depreciation and Amortization	460,699	(13,725)	446,974
Equity Income	(55,818)	55,818	-
Provisions for doubtful accounts	40,881	(6,235)	34,646
Stock Option plan	44,444	0	44,444
Monetary variation over financial debts	571,605	14,016	585,621
Fair value of financial derivatives instruments	23,869	0	23,869
Deferred income and social contribution tax	(90,347)	67,666	(22,681)
(Gain) loss on sale of investment property	(100,937)	(54,158)	(155,095)
Income financial debts	(261,782)	7,481	(254,301)
Write-off of asset added value	566	(566)	-
(Gain) loss on sale of lands	(13,345)	(0)	(13,345)
Provision for loss of investments and investment properties	1,162	(0)	1,162
Others	6,092	131	6,223
	1,223,074	(14,369)	1,208,705
Decrease (increase) in assets			
Accounts receivable	103,292	23,554	126,846
Legal deposits	75,883	15,965	91,848
Taxes recoverable	(18,107)	124	(17,983)
Others	36,693	2,037	38,730
	8,823	5,429	14,252
Increase (decrease) in liabilities			
Suppliers	173,879	5,322	179,201
Collectable taxes	(15,275)	(5,356)	(20,631)
Other obligations	219,731	8,472	228,203
Deferred income	(31,072)	3,416	(27,656)
Taxes paid - IRPJ e CSLL	495	(1,211)	(716)
Taxes paid - PIS, COFINS e ISS	(144,350)	1,246	(143,104)
	(113,767)	(1,348)	(115,115)
Net Cash Used in Operating Activities	1,242,128	14,404	1,256,532
Investment Activities			
Acquisition of fixed assets	(17,224)	55	(17,169)
Acquisition of Intangible Assets	(73,526)	557	(72,969)
Acquisition of properties for investment - Shopping malls	(211,416)	(24,351)	(235,767)
Acquisition of equity interesting	(78,400)	-	(78,400)
Capital increase/Decrease in controlled companies	(1,162)	1,162	-
Capital Increase (decrease) in subsidiaries/ associates/ amortization of cotas	12,284	(162)	12,122
Decrease (increase) in short-term investments	(3,297,003)	37,160	(3,259,843)
Dividends and interest on capital received	39,746	(39,746)	0
Receipt for the sale of equity and/or real estate interests in shopping malls	1,270,456	(89,630)	1,180,826
Net Cash Used in Investment Activities	(2,356,245)	(114,954)	(2,471,199)
Financing Activities			
Receipt of loans to related parties	10,205	(10,205)	-
Interest payment - loans, financings and real estate credit notes	(126,328)	(0)	(126,328)
Principal payment loans and financing and real estate credit notes	(616,355)	(0)	(616,355)
Issuance of debentures	3,700,000	-	3,700,000
Interest payment - debentures	(363,995)	(0)	(363,995)
Principal payment - debentures	(51,858)	(0)	(51,858)
Payment of debenture structuring costs	(47,772)	0	(47,772)
Leasing - Payment of interest	(1,234)	(0)	(1,234)
Leasing - Payment of principal	(21,500)	(10,832)	(32,332)
Buyback Program	(616,463)	-	(616,463)
Dividends paid to stockholders	(611,829)	-	(611,829)
Dividends paid to non-controlled stockholders	(123,591)	123,591	-
Payment of obligations for the purchase of companies	(18,899)	0	(18,899)
Net Cash Used in Financing Activities	1,110,381	102,553	1,212,934
Net cash and cash equivalent increase (reduction)	(3,736)	2,003	(1,733)
Cash and Cash Equivalents at the end of the period	40,581	(689)	39,892
Cash and Cash Equivalents at the beginning of the period	44,317	(2,692)	41,625
Net change in Cash and Cash Equivalents	(3,736)	2,004	(1,732)

RECONCILIATION BETWEEN CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS | 2024

Conciliation Financial statements vs. Managerial financial information Period ended September 30th, 2024	ALLOS Consolidated 2024 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais)</i>			
Gross revenue from rental and services	2,092,003	(47,027)	2,044,975
Taxes and contributions and other deductions	(148,605)	3,390	(145,216)
Net revenues	1,943,397	(43,637)	1,899,760
Cost of rentals and services	(538,739)	12,167	(526,572)
Gross income	1,404,659	(31,471)	1,373,188
Operating income/expenses	(399,964)	(3,360)	(403,324)
Sales, general and administrative expenses	(396,304)	77,610	(318,694)
Long-term incentive plan	(18,880)	-	(18,880)
Equity Income	55,818	(55,818)	-
Depreciation and Amortization	(111,521)	(83)	(111,604)
Other net operating income (expenses)	70,923	(25,069)	45,854
Financial income/(expenses)	(307,667)	(14,172)	(321,838)
Net income before taxes and social contributions	697,028	(49,003)	648,026
Income and social contribution taxes	(86,186)	(31,898)	(118,084)
Net income in the period	610,843	(80,901)	529,942
Income attributable to:			
Controlling shareholders	529,942	(0)	529,942
Minority shareholders	80,901	(80,901)	-
Net income in the period	610,843	(80,901)	529,942
Conciliation between EBITDA / Adjusted EBITDA			
Period ended September 30th, 2024	ALLOS Consolidated 2024 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais, except percentages)</i>			
Net income for the period	610,843	(80,901)	529,942
(+) Depreciation and amortization	460,698	(6,924)	453,774
(+)/(-) Financial expenses / (income)	307,667	14,172	321,838
(+) Income and social contribution taxes	86,186	31,898	118,084
EBITDA	1,465,393	(41,755)	1,423,638
EBITDA margin %	75.4%		74.9%
(+)/(-) Non-recurring (expenses)/income	(70,923)	23,661	(47,262)
Adjusted EBITDA	1,394,470	(18,094)	1,376,376
Adjusted EBITDA margin %	71.8%		72.5%
Conciliation between FFO / Adjusted FFO			
Period ended September 30th, 2024	ALLOS Consolidated 2024 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais, except percentages)</i>			
Net income for the period	610,843	(80,901)	529,942
(+) Depreciation and amortization	460,698	(6,924)	453,774
(=) FFO *	1,071,541	(87,825)	983,716
FFO margin %			
(+)/(-) Non-recurring expenses	(70,923)	23,661	(47,262)
(-) Straight line rent adjustments - CPC 06	(16,205)	(2,548)	(18,753)
(+)/(-) Non-cash taxes	(90,347)	67,666	(22,681)
(+)/(-) SWAP	7,535	-	7,535
(+)/(-) Other non-recurring financial expenses	6,415	-	6,415
(=) Adjusted FFO *	908,015	954	908,969
AFFO margin %	47.1%		48.3%

* Non-accounting indicators

RECONCILIATION BETWEEN CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS | 2023

Conciliation Financial statements vs. Managerial financial information Period ended September 30th, 2023	ALLOS Consolidated 2023 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2023 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais)</i>			
Gross revenue from rental and services	2,066,256	(57,814)	2,008,442
Taxes and contributions and other deductions	(141,625)	3,557	(138,068)
Net revenues	1,924,631	(54,257)	1,870,374
Cost of rentals and services	(627,161)	17,270	(609,890)
Gross income	1,297,470	(36,987)	1,260,484
Operating income/expenses	3,932,654	(26,270)	3,906,384
Sales, general and administrative expenses	(337,725)	47,905	(289,819)
Long-term incentive plan	(12,778)	-	(12,778)
Equity Income	69,474	(69,474)	-
Depreciation and Amortization	(91,899)	(1,082)	(92,981)
Other net operating income (expenses)	4,305,581	(3,619)	4,301,963
Financial income/(expenses)	(395,197)	(7,837)	(403,034)
Net income before taxes and social contributions	4,834,927	(71,093)	4,763,834
Income and social contribution taxes	(1,604,763)	(7,424)	(1,612,187)
Net income in the period	3,230,164	(78,518)	3,151,647
Income attributable to:	-	-	-
Controlling shareholders	3,151,648	(1)	3,151,647
Minority shareholders	78,517	(78,517)	-
Net income in the period	3,230,164	(78,518)	3,151,647

Conciliation between EBITDA / Adjusted EBITDA Period ended September 30th, 2023	ALLOS Consolidated 2023 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2023 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais, except percentages)</i>			
Net income for the period	3,230,164	(78,518)	3,151,647
(+) Depreciation and amortization	514,674	(4,003)	510,671
(+)/(-) Financial expenses / (income)	395,197	7,837	403,034
(+) Income and social contribution taxes	1,604,763	7,424	1,612,187
EBITDA	5,744,798	(67,259)	5,677,539
EBITDA margin %	298.5%		303.6%
(+)/(-) Non-recurring (expenses)/income	(4,305,581)	2,885	(4,302,696)
Adjusted EBITDA	1,439,216	(64,374)	1,374,842
Adjusted EBITDA margin %	74.8%		73.5%

Conciliation between FFO / Adjusted FFO Period ended September 30th, 2023	ALLOS Consolidated 2023 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2023 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais, except percentages)</i>			
Net income for the period	3,230,164	(78,518)	3,151,647
(+) Depreciation and amortization	514,674	(4,003)	510,671
(=) FFO *	3,744,838	(82,520)	3,662,318
FFO margin %	0.0%		0.0%
(+)/(-) Non-recurring expenses	(4,305,581)	2,885	(4,302,696)
(-) Straight line rent adjustments - CPC 06	24,618	(2,753)	21,865
(+)/(-) Non-cash taxes	1,438,524	1,559	1,440,084
(+)/(-) SWAP	(1,559)	-	(1,559)
(+)/(-) Other non-recurring financial expenses	(28,976)	-	(28,976)
(=) Adjusted FFO *	871,864	(80,829)	791,035
AFFO margin %	44.7%		41.8%

* Non-accounting indicators

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCEOPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

GLOSSARY

Abrasce: Brazilian Association of Shopping Centers.

Adjusted EBITDA: EBITDA + pre-operational expenses +/- other non-recurring expenses/(revenues).

Adjusted FFO (Funds From Operations): Net income from controlling shareholders + depreciation + amortization + non-recurring expenses / (revenue) – straight-line rent +/- non-cash taxes – capitalized interest + SWAP effect.

Anchor Stores: Large, well-known stores (with more than 1,000 sqm of GLA) with special marketing and structural features that can attract customers, thereby ensuring permanent flows and uniform traffic in all areas of the mall.

CAGR: Compound annual growth rate.

Capex: Capital Expenditure. Estimate of the amount of funds to be spent on the development, expansion, improvement or acquisition of an asset and others.

CCI: Real Estate Credit Note.

Key Money: The amount charged to the tenant for the right to use the technical infrastructure of the real estate development.

CPC: Accounting Pronouncements Committee.

CRI: Real Estate Receivables Certificates.

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization): Net revenue - operating costs and expenses + depreciation and amortization.

Federal Law 11.638: on December 28th, 2007, Federal Law 11,638 was enacted with the purpose of including publicly-held companies in the international accounting convergence process. Consequently, certain financial and operating results were subject to accounting effects due to the changes introduced by the new law.

GLA (Gross Leasable Area): Equivalent to the sum of all areas available for leasing in shopping malls, except for kiosks and sold areas.

Greenfield: development of new shopping center projects.

In-line Stores: Small stores (less than 250 sqm of GLA) with no special marketing and structural features located around the anchor stores and intended for general retailing.

Mega Stores and Jr. Anchors: Medium-sized stores (between 250 and 1,000 sqm of GLA), which frequently have special marketing and structural features on a lesser scale, but which still attract and retain customers. They are also known as “mini-anchors”.

Management Fee: Fee charged to tenants and other partners of the mall to defray management costs.

Minimum Rent: The minimum monthly rent determined in a tenant's lease agreement.

Net delinquency: The ratio between total period billings (rent receivables, excluding cancelled invoices), and total revenue received over the same period.

NOI (Net Operating Income): Gross mall revenue (excluding revenue from services) + parking result – mall operating costs – provision for doubtful accounts.

Occupancy Cost: The cost of leasing a store as a percentage of sales: Rent (minimum + overage) + common charges + marketing fund (FPP).

Occupancy Rate: Leased area divided by total mall GLA at the end of the period in question.

Overage Rent: The rent whose calculation is based on the difference (when positive) between the value of a tenant's monthly sales and the breakeven point determined on the tenant's lease contract, multiplied by a percentage also determined on the lease contract.



GLOSSARY

Owned GLA: Refers to total GLA weighted by the Company’s ownership in each shopping mall.

PDA: Provision for doubtful accounts.

Total Sales: Sales of products and services in the period declared by the stores in each mall, including kiosk sales.

Sales/sqm: Sales in the period divided by the area that report sales. Does not include kiosk sales, given that these operations are not included in total mall GLA.

SAR (Same-Area Rent): Ratio between the rent earned in a same area in the current period versus the previous year. Includes the interest held by the Company in each shopping mall.

SAS (Same-Area Sales): Ratio between sales in the same area in the current period versus the previous year. Includes the interest held by the Company in each shopping mall.

SSR (Same-Store Rent): Ratio between the rent earned in the same operation in the current period versus the previous year. Considers the current ownership held by the Company in each shopping mall.

SSS (Same-Store Sales): Ratio between sales in the same operation in the current period versus the previous year. Considers the current ownership held by the Company in each shopping mall.

Tenant Mix: Strategic composition of stores defined by the mall manager.

Vacancy: The mall's gross leasable area available for rent.

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCE

OPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYGITAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX