



**RELATÓRIO
DE RESULTADOS
1T26**

ALLOS



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

PORTUGUÊS

Com tradução simultânea para inglês

8 de maio de 2026 – 6ª feira

11:00 (BRT) | 10:00 (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

Tel.: +55 (21) 2583-9800

E-mail: ri@allos.com.br

ri.allos.com.br

1T26

VENDAS ACELERAM NO 1T26 E CRESCEM 6,6%¹

Rio de Janeiro, 7 de maio de 2026 – A ALLOS S.A. (B3: ALOS3), a mais inovadora plataforma de experiências, entretenimento, serviços, lifestyle e compras da América Latina anuncia seus resultados do primeiro trimestre de 2026 (1T26). A Companhia, ao final do 1T26, detinha participação em 46 shopping centers, totalizando 1.931 mil m² de ABL Total e 1.262 mil m² de ABL Própria. A Companhia também prestou serviços de planejamento, administração e comercialização a 6 shopping centers de terceiros com uma ABL Total de 205,3 mil m².

DESTAQUES DO 1T26

AS VENDAS NOS SHOPPINGS DA ALLOS CRESCERAM 6,6%¹ NO 1T26

No 1T26, as vendas nos shoppings ALLOS aceleraram em relação ao final de 2025, com crescimento de 6,6%¹ na comparação com o 1T25. O SSS atingiu 5,0%¹, um avanço de 250 bps em relação ao 1T25.

RECEITA AVANÇA 10,9%

No 1T26, a ALLOS gerou receitas de R\$ 683,3 milhões, 10,9% maiores que no 1T25 (+12,8% ex-Tijuca), impulsionadas pelas verticais de desenvolvimento imobiliário e mídia.

FORTE CRESCIMENTO EM EBITDA E FFO

O EBITDA somou R\$ 493,1 milhões no 1T26, + 11,8% vs. 1T25 (+17,0% Ex-Tijuca), com margem de 72,2%. O FFO alcançou R\$ 298,8 milhões, +9,7% (+18,2% Ex-Tijuca), refletindo a forte performance operacional e a redução de despesas no trimestre.

SSR DE 5,5%¹

A ALLOS segue demonstrando a força e relevância do seu portfólio, com SSR de 5,5%¹ no 1T26, que reflete a capacidade de negociar renovações contratuais com leasing spreads relevantes.

GESTÃO DE PASSIVOS E DIVIDENDOS

ALLOS segue fazendo gestão de passivos e emite CRI de R\$1 bilhão, abaixo do CDI, em 3 séries com vencimentos em 5, 7 e 10 anos. Em linha com o guidance de remuneração aos acionistas, até maio de 2026, a Companhia distribuiu R\$ 730 milhões entre dividendos e juros sobre capital próprio.

QUEDA DE 13,2% EM SG&A

A ALLOS avançou na agenda de eficiência e simplificação entregando resultados relevantes no 1T26, com redução de 13,2% em despesas, em linha com o estimado para o início do ano.

KINEA ALLOS MALLS FII

ALLOS firma parceria com a Kinea para a criação do Kinea ALLOS Malls FII, que ampliará a flexibilidade de realocação de capital da Companhia e iniciará uma nova vertical de negócios com receitas recorrentes, marcando um novo ciclo de crescimento.

GESTÃO ATIVA DE PORTFÓLIO

ALLOS anuncia a assinatura de MOUs para transações estratégicas. As operações combinam o desinvestimento integral do Shopping Curitiba, a um cap rate de 9,5%, com a aquisição de participação no Amazonas Shopping — ativo com vendas anuais superiores a R\$ 1 bilhão — a um cap rate de 9,7%, além de uma permuta envolvendo participações adicionais no Shopping Campo Grande e no Shopping Village Caxias, em troca de participação no Shopping Taboão e R\$ 20 milhões em caixa.

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.

¹Indicador considera o portfólio sem o Shopping Tijuca.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2026 começou com forte desempenho operacional. No 1T26, as vendas dos nossos shoppings aceleraram em relação ao final do ano passado, com crescimento de 6,6%¹ na comparação com o 1T25. O SSS atingiu 5,0%¹, 250 bps maior do que o observado no 1T25, com destaque para os segmentos de Alimentação (7,9%¹) e Conveniência, serviços e lazer (6,0%¹).

A sazonalidade típica do início do ano levou a taxa de ocupação nesse trimestre a fechar em 96,3%¹. A demanda por espaços comerciais permaneceu elevada, com a assinatura de 140 novos contratos. Entre os destaques, estão novas lojas da Sephora e Nike no Parque Dom Pedro, Olive Garden no Tamboré Shopping e Decathlon no NorteShopping.

No 1T26, a nossa receita foi de R\$ 683,3 milhões, crescimento de 10,9% em relação ao 1T25 (+12,8% excluindo o efeito do Shopping Tijuca), impulsionada principalmente pelas verticais de desenvolvimento imobiliário e mídia. O SSR, por sua vez, atingiu 5,5%¹, 58 bps acima do mesmo período de 2025, mesmo em um cenário de IGP-DI negativo no trimestre, o que reflete a nossa capacidade de executar renovações contratuais com *leasing spreads* relevantes.

Seguimos avançando na agenda de eficiência e simplificação operacional por meio de um programa estruturado, com iniciativas de curto, médio e longo prazo, cujos impactos mais relevantes havíamos indicado que se materializariam a partir de 2026. Já neste 1T26, o programa entregou resultados importantes, com redução de 13,2% nas despesas, refletindo ações como ajustes na estrutura organizacional, revisão de mandatos e aprimoramento de processos. Trata-se de um processo contínuo e disciplinado, conduzido com cuidado e alinhado à cultura da ALLOS, sempre preservando a excelência na execução.

O EBITDA totalizou R\$ 493,1 milhões no primeiro trimestre, um crescimento de 11,8% em relação ao 1T25. A margem EBITDA alcançou 72,2%, alta de 57 bps em relação ao mesmo período de 2025, refletindo o crescimento das receitas, aliado à redução de despesas. O FFO somou R\$ 298,8 milhões no trimestre, avanço de 9,7% frente ao 1T25. Importante destacar que o maior nível de provisionamento no trimestre se deu principalmente em função de um incidente no Shopping Tijuca. Excluindo o shopping dos indicadores, os crescimentos de EBITDA e FFO seriam de 17,0% e 18,2%, respectivamente; a margem EBITDA seria de 73,0%.

Os projetos de desenvolvimento imobiliário seguem evoluindo, no trimestre, no Independência Shopping, foi obtida a aprovação junto à prefeitura de Juiz de Fora, para o lançamento de um empreendimento que terá 345 apartamentos, em mais de 14 mil m² de área privativa, no qual temos uma permuta com o incorporador local: Grupo Diamond.

Além disso, o empreendimento Only by Living, da Cyrela, ao lado do NorteShopping, segue em estágio avançado de obras, com 93% das unidades vendidas, e o empreendimento Now Reserva das Águas, com 3 torres entregues pelo grupo EBM, iniciando o fluxo recorrente de novos clientes ao Shopping Passeio das Águas. Os três projetos contribuíram para o reconhecimento de R\$ 24,1 milhões em receitas com desenvolvimento imobiliário no 1T26.

Nossa plataforma digital segue fortalecendo o relacionamento com os consumidores e ampliando a monetização do negócio. No 1T26, o crescimento de GMV capturado e de sessões entre os 2,3 milhões de membros do programa confirmou o aumento de engajamento, com avanço médio de 16% na recorrência dos clientes nos shoppings com o programa maduro, chegando a 25% em grupos específicos. As receitas da plataforma continuaram crescendo de forma expressiva, com destaque para as soluções de mídia e ativação do Programa de Benefícios, que atraíram anunciantes de diversos segmentos que triplicaram no período.

Recentemente, demos um passo relevante na expansão de nossa estratégia de alocação de capital ao firmar parceria com a Kinea para a criação do Kinea ALLOS Malls FII. A iniciativa cria um veículo que permite a realocação de capital e introduz uma nova vertical de negócios – a gestão de fundos – geradora de receitas recorrentes. Esse é o início de um novo ciclo de crescimento. A estrutura ampliará a flexibilidade para futuras aquisições e otimizará a gestão do portfólio e reforça nossa capacidade de manter o atual nível de remuneração aos acionistas.

Adicionalmente, anunciamos a assinatura de MOUs para transações estratégicas de gestão ativa do portfólio. As operações combinam o desinvestimento integral do Shopping Curitiba, a um cap rate de 9,5%, com a aquisição de 7,3% no Amazonas Shopping — ativo com vendas anuais superiores a R\$ 1 bilhão — a um cap rate de 9,7%, além de uma permuta envolvendo participações adicionais de 7,35% no Shopping Campo Grande e 5,0% no Shopping Villagio Caxias, em troca de participação de 8,56% no Shopping Taboão e R\$ 20 milhões em caixa. Essas transações promovem o rebalanceamento do portfólio e reforçam a disciplina de alocação de capital da Companhia.

Seguimos fazendo gestão de passivos e emitimos um CRI de R\$1 bilhão, abaixo do CDI, em 3 séries com vencimentos em 5, 7 e 10 anos. Em linha com o guidance de remuneração aos acionistas, até maio de 2026, a ALLOS distribuiu R\$ 730 milhões entre dividendos e juros sobre capital próprio.

Desejamos a todos uma boa leitura e nos encontramos no call de resultados.

Time ALLOS

¹Indicador considera o portfólio sem o Shopping Tijuca.

PRINCIPAIS INDICADORES

RESULTADO 1T26

O conceito Proforma abordado ao longo deste Relatório consiste em aplicar as participações atuais às bases históricas, de forma a torná-las comparáveis. Os indicadores ex-Tijuca foram ajustados para refletir o portfólio da ALLOS, desconsiderando o Shopping Tijuca. A conciliação dos números financeiros proforma e ex-Tijuca é demonstrada no anexo desse relatório.

Principais Indicadores	1T26	1T25	1T26 / 1T25 Δ%	1T25 Proforma	1T26 / 1T25 Δ% Proforma	1T26 ex-Tijuca / 1T25 Δ% Proforma ex-Tijuca
<i>Informações gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)</i>						
Desempenho Financeiro						
Receita Líquida	692.418	630.865	9,8%	628.374	10,2%	11,8%
NOI	562.446	559.925	0,5%	557.591	0,9%	4,1%
Margem %	90,8%	93,2%	-240 bps	93,2%	-240 bps	
EBITDA Ajustado	502.225	455.772	10,2%	453.439	10,8%	15,6%
Margem %	72,5%	72,2%	29 bps	72,2%	37 bps	
Lucro Líquido	248.302	254.670	-2,5%	252.337	-1,6%	5,8%
Margem %	35,0%	39,2%	-416 bps	38,9%	-395 bps	
FFO	298.835	274.718	8,8%	272.447	9,7%	18,2%
Margem %	43,7%	44,4%	-69 bps	44,2%	-50 bps	
FFO por ação	0,60	0,48	8,8%	0,54	10,0%	18,6%
Desempenho Financeiro Ex-Ajuste aluguel linear						
Receita Líquida	683.293	618.359	10,5%	615.931	10,9%	12,8%
NOI	553.321	547.419	1,1%	545.149	1,5%	5,1%
Margem %	90,7%	93,1%	-239 bps	93,1%	-239 bps	
EBITDA Ajustado	493.100	443.267	11,2%	440.997	11,8%	17,0%
Margem %	72,2%	71,7%	48 bps	71,6%	57 bps	
Lucro Líquido	239.177	242.165	-2,5%	239.895	-0,3%	8,2%
Margem %	35,0%	39,2%	-416 bps	38,9%	-395 bps	
FFO	298.835	274.718	8,8%	272.447	9,7%	18,2%
Margem %	43,7%	44,4%	-69 bps	44,2%	-50 bps	
FFO por ação	0,60	0,55	9,1%	0,54	10,0%	18,6%
Total de ações ex-ações em tesouraria	499.179.829	500.755.938	-	500.755.938	-0,3%	
Total de ações	504.190.947	542.936.909	-	542.936.909	-7,1%	
(-) Total de ações em tesouraria	(5.011.118)	(42.180.971)	-	(42.180.971)	-88,1%	

Principais Indicadores	1T26	1T25	1T26/1T25 Δ%	1T26 ex-Tijuca	1T25 ex-Tijuca	1T26 ex-Tijuca/ 1T25 Δ% ex-Tijuca
<i>Informações gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)</i>						
Desempenho Operacional						
Vendas Totais @100% (R\$ mil) ¹	9.462	9.033	4,7%	9.323	8.746	6,6%
Vendas Totais @Proforma (R\$ mil) ¹	6.107	5.853	4,3%	5.982	5.594	6,9%
Vendas/m ² (R\$)	1.846	1.773	4,1%	1.843	1.742	5,8%
Vendas/m ² @Proforma (R\$)	1.846	1.772	4,2%	1.843	1.742	5,8%
SSS (% vendas mesmas lojas)	3,8%	2,4%	136 bps	5,0%	2,5%	246 bps
SSR (% aluguel mesmas lojas)	3,1%	5,0%	-187 bps	5,5%	5,0%	56 bps
Custo de Ocupação (% vendas)	11,1%	11,2%	-10 bps	11,0%	11,1%	-11 bps
Inadimplência Líquida (% receita)	3,6%	2,7%	84 bps	2,8%	2,8%	8 bps
Taxa de Ocupação (%)	96,2%	96,8%	-62 bps	96,3%	96,8%	-46 bps
ABL Total Final (m ²)	1.931.700	1.930.698	0,1%	-	-	-
ABL Própria Final (m ²)	1.262.098	1.254.323	0,6%	-	-	-

¹Desconsidera Araguaia Shopping, Rio Design Leblon e Brasília Shopping

DESEMPENHO FINANCEIRO

RECEITAS

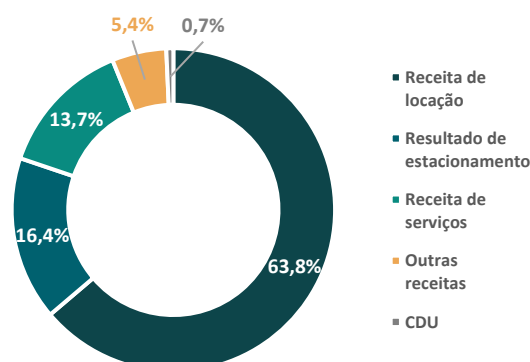
No primeiro trimestre de 2026, a ALLOS registrou receita líquida de R\$ 683,3 milhões, crescimento de 10,9% em relação ao 1T25 (+12,8% ex-Tijuca), impulsionada principalmente pelas verticais de desenvolvimento imobiliário e de mídia. A receita de locação totalizou R\$ 468,5 milhões no período, o que representa uma evolução de 1,7% (+4,0% ex-Tijuca), mesmo em um cenário de IGP-DI negativo no trimestre.

O resultado de estacionamento foi de R\$ 120,5 milhões no 1T26, crescimento de 3,7% (+5,9% ex-Tijuca) em relação ao ano anterior, impulsionado pelo aumento do ticket e pelo fluxo de pagantes.

As receitas de serviços somaram R\$ 100,4 milhões no trimestre, um aumento de 26,9% em relação ao ano anterior, impulsionadas pelas receitas de mídia, que estão sendo uma avenida importante de crescimento, especialmente a partir de julho de 2025, quando iniciou as operações em aeroportos.

Por fim, a linha de outras receitas — que inclui as receitas de incorporação imobiliária, caracterizadas por um reconhecimento não linear — foi impulsionada por receitas de desenvolvimento imobiliário no Independência Shopping, no NorteShopping e no Shopping Passeio das Águas. Neste último, foram entregues 3 torres no condomínio Now Reserva das Águas, iniciando o fluxo recorrente de novos clientes ao Shopping. As unidades foram comercializadas, em média, por um preço 35% maior que o preço mínimo garantido.

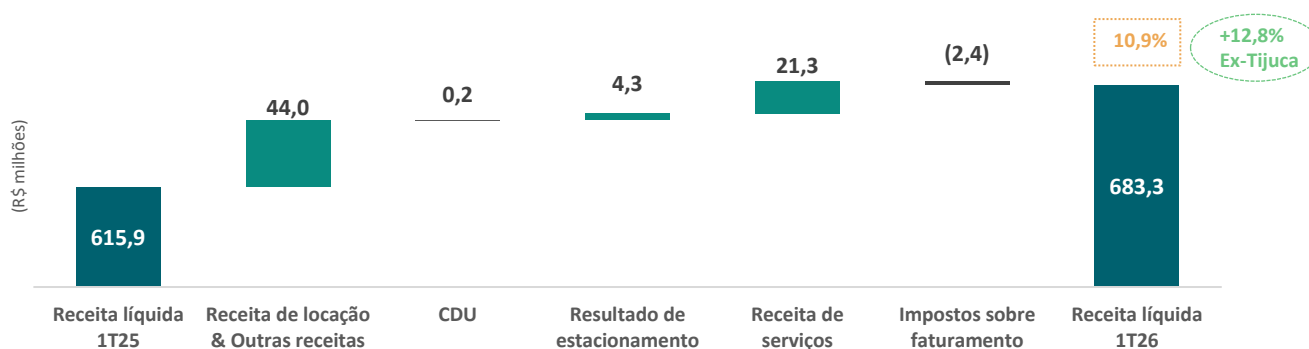
Composição da Receita Líquida



Receitas por Natureza	1T26	1T25	1T26 / 1T25 Δ%	1T25 Proforma	1T26 / 1T25 Δ% Proforma	1T26 ex-Tijuca / 1T25 Δ% Proforma ex-Tijuca
<i>Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>						
Receita de locação	468.515	462.542	1,3%	460.525	1,7%	4,0%
CDU	5.160	4.971	3,8%	4.954	4,1%	4,9%
Resultado de estacionamento	120.452	116.534	3,4%	116.159	3,7%	5,9%
Outras receitas ¹	39.950	3.945	n/a	3.925	n/a	n/a
Receita de serviços	100.427	79.155	26,9%	79.155	26,9%	26,9%
Ajuste aluguel linear	9.125	12.505	-27,0%	12.442	-26,7%	-41,2%
Impostos sobre faturamento	(51.211)	(48.787)	5,0%	(48.787)	5,0%	5,0%
Receita Líquida	692.418	630.865	9,8%	628.374	10,2%	11,8%
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	683.293	618.359	10,5%	615.931	10,9%	12,8%

¹inclui incorporações imobiliárias e novos negócios

Evolução da Receita Líquida

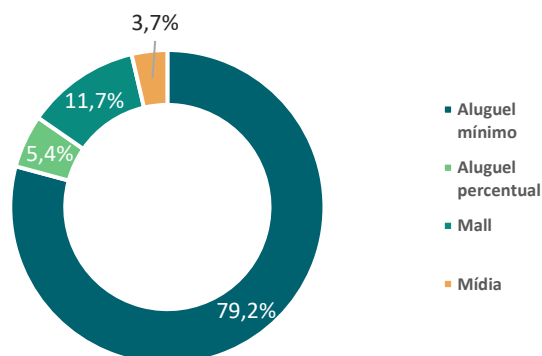


RECEITA DE LOCAÇÃO

A receita de locação atingiu R\$ 468,5 milhões no trimestre, um aumento de 1,7% (+4,0% ex-Tijuca) em relação ao 1T25.

No 1T26, a receita de aluguel mínimo totalizou R\$ 371 milhões, em linha com o 1T25 (+2,2% ex-Tijuca). Adicionalmente, o aluguel percentual no 1T26 foi de R\$ 25,5 milhões, crescimento de 9,3% (+13,9% ex-Tijuca), refletindo o forte desempenho em vendas dos lojistas.

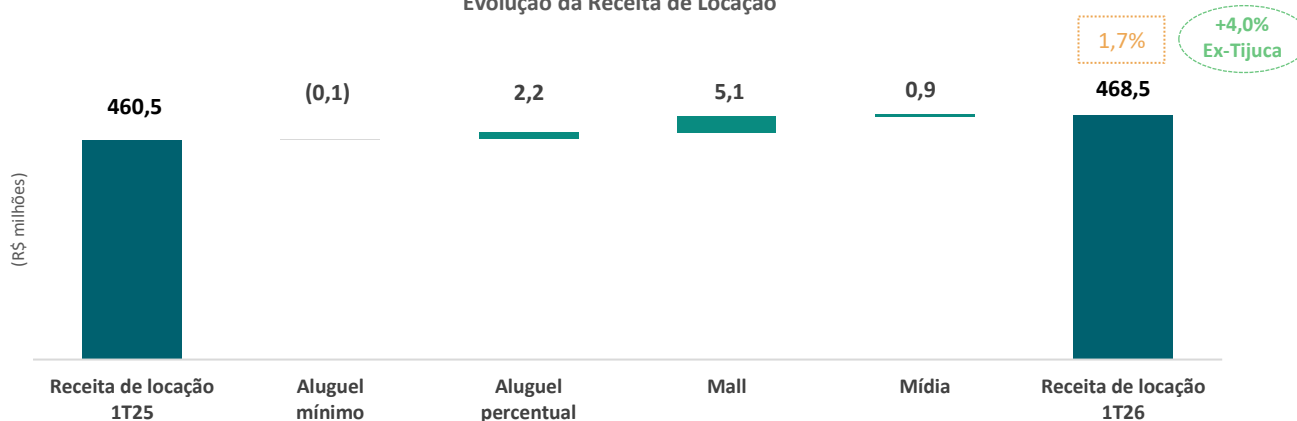
Composição da Receita de Locação



O indicador de SSR atingiu 3,1% no trimestre (+5,5% ex-Tijuca), evidência de que a ALLOS vem aproveitando oportunidades de crescimento em custo de ocupação, obtendo ganhos reais nas renovações dos contratos.

Por mais um trimestre, destaca-se a consistência da trajetória de crescimento em aluguel de espaços para mídia, que totalizou R\$ 17,2 milhões no 1T26, um avanço de 5,3% (+9,1% Ex-Tijuca) em relação ao mesmo período de 2025.

Evolução da Receita de Locação



NOI

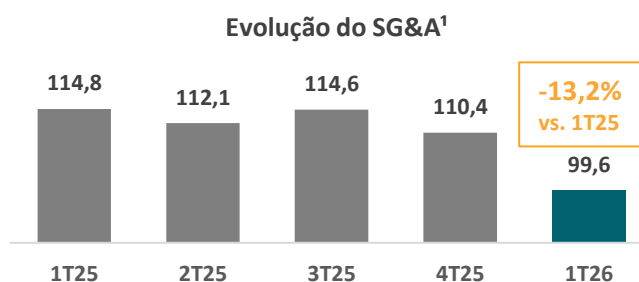
No 1T26, o NOI da ALLOS alcançou R\$ 553,3 milhões, crescimento de 1,5% em relação ao mesmo período do ano anterior (+5,1% Ex-Tijuca). Parte relevante do aumento de custos operacionais dos shoppings e provisões está relacionada ao evento pontual no Shopping Tijuca, que impactou o bom resultado do restante do portfólio de shoppings da Companhia.

NOI	1T26	1T25	1T26 / 1T25 Δ%	1T25 Proforma	1T26 / 1T25 Δ% Proforma	1T26 ex-Tijuca / 1T25 Δ% Proforma ex-Tijuca
<i>Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>						
Receita de locação	468.515	462.542	1,3%	460.525	1,7%	4,0%
Ajuste aluguel linear	9.125	12.505	-27,0%	12.442	-26,7%	-41,2%
CDU	5.160	4.971	3,8%	4.954	4,1%	4,9%
Outras receitas	15.868	3.945	n/a	3.925	n/a	n/a
Resultado de estacionamento	120.452	116.534	3,4%	116.159	3,7%	5,9%
Resultado Operacional	619.119	600.497	3,1%	598.006	3,5%	4,9%
(-) Custos operacionais dos shoppings	(38.460)	(28.353)	35,6%	(28.242)	36,2%	9,2%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(18.213)	(12.219)	49,0%	(12.172)	49,6%	28,4%
(=) NOI	562.446	559.925	0,5%	557.591	0,9%	4,1%
Margem NOI	90,8%	93,2%	-240 bps	93,2%	-240 bps	-
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	553.321	547.419	1,1%	545.149	1,5%	5,1%
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	90,7%	93,1%	-239 bps	93,1%	-239 bps	-

EBITDA AJUSTADO

No primeiro trimestre de 2026, o EBITDA atingiu R\$ 493,1 milhões, crescimento de 11,8% em relação ao 1T25 (+17,0% ex- Tijuca). A margem EBITDA foi de 72,2%, um avanço de 57 bps no mesmo período comparativo, refletindo a forte performance operacional e a redução das despesas de vendas, gerais e administrativas.

As despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) totalizaram R\$ 99,6 milhões no 1T26, uma redução de 13,2% em relação ao 1T25, resultado do programa de eficiência organizacional implementado desde o 3T25. Os impactos financeiros ao longo dos últimos trimestres podem ser observados no gráfico ao lado.



PROJETO SIMPLIFICA ALLOS

Após concluir a integração de sistemas, operações e portfólio no fim de 2025 — garantindo uma base sólida, crescimento consistente e forte posição financeira — a ALLOS foca em sua simplificação. O objetivo é reduzir burocracias, otimizar processos e aumentar a eficiência. Um programa com diversas iniciativas está em andamento, com ajustes organizacionais e revisões de processos que contribuíram para a redução as despesas do 1T26 de forma mais relevante, conforme indicado nos trimestres passados, preservando a cultura ALLOS e a execução operacional de excelência.

As receitas/despesas não recorrentes referem-se majoritariamente ao acordo para recebimento de valores devidos por ex-sócio (R\$ 52,4 milhões).

EBITDA	1T26	1T25	1T26 / 1T25 Δ%	1T25 Proforma	1T26 / 1T25 Δ% Proforma	1T26 ex-Tijuca / 1T25 Δ% Proforma ex-Tijuca
<i>Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>						
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	553.321	547.419	1,1%	545.149	1,5%	5,1%
(-) Impostos sobre faturamento	(51.211)	(48.787)	5,0%	(48.787)	5,0%	5,0%
(+) Receita líquida de serviços	70.288	62.678	12,1%	62.678	12,1%	12,1%
(+) Incorporação imobiliária	24.083	-	n/a	-	n/a	n/a
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(3.742)	(3.287)	13,8%	(3.287)	13,8%	13,8%
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(99.640)	(114.757)	-13,2%	(114.757)	-13,2%	-13,2%
(-) Incentivo de longo prazo	(7.636)	(7.727)	-1,2%	(7.727)	-1,2%	-1,2%
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(92.003)	(107.030)	-14,0%	(107.030)	-14,0%	-14,0%
(=) EBITDA Ajustado	502.225	455.772	10,2%	453.439	10,8%	15,6%
Margem EBITDA ajustado	72,5%	72,2%	29 bps	72,2%	37 bps	-
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	493.100	443.267	11,2%	440.997	11,8%	17,0%
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	72,2%	71,7%	48 bps	71,6%	57 bps	-

RESULTADO FINANCEIRO

No 1T26, as receitas financeiras foram impactadas pelo maior pagamento de dividendos, que implicou em um menor saldo médio de caixa. As despesas financeiras reduziram em 4,8% em relação ao 1T25, reflexo da estratégia de gestão de passivos que culminaram com a redução do custo médio da dívida, com alongamento do prazo das dívidas.

Resultado Financeiro	1T26	1T25	1T26 / 1T25 Δ%	1T25 Proforma	1T26 / 1T25 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receitas Financeiras	90.757	112.860	-19,6%	112.860	-19,6%
Receita Financeira	95.773	120.264	-20,4%	120.264	-20,4%
PIS & Cofins sobre receita financeira	(5.016)	(7.404)	-32,2%	(7.404)	-32,2%
Despesas Financeiras	(228.267)	(239.730)	-4,8%	(239.730)	-4,8%
Despesas com Juros & Variação Monetária	(212.657)	(209.974)	1,3%	(209.974)	1,3%
Custo de Estruturação	(4.976)	(8.618)	-42,3%	(8.618)	-42,3%
Outras Despesas Financeiras	(10.634)	(21.139)	-49,7%	(21.139)	-49,7%
SWAP (Valor Justo)	(46.680)	6.005	n/a	6.005	n/a
Resultado Financeiro Recorrente	(184.190)	(120.865)	52,4%	(120.865)	52,4%
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	1.033	365	n/a	365	n/a
Resultado Financeiro	(183.157)	(120.500)	52,0%	(120.500)	52,0%

FFO

No 1T26, o FFO totalizou R\$ 298,8 milhões, crescimento de 9,7% (+18,2% ex-Tijuca) em relação ao 1T25, impulsionado pela forte performance operacional e por despesas financeiras estáveis, mesmo em um ambiente de juros mais elevados. As receitas financeiras foram afetadas pelo maior pagamento de dividendos. Além disso, houve um descasamento temporal nos impostos correntes no 1T25 referentes aos ganhos nas vendas de participação em shoppings.

Funds from Operations - FFO	1T26	1T25	1T26 / 1T25 Δ%	1T25 Proforma	1T26 / 1T25 Δ% Proforma	1T26 ex-Tijuca / 1T25 Δ% Proforma ex-Tijuca
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)						
EBITDA Ajustado	502.225	455.772	10,2%	453.439	10,8%	15,6%
(+) Receitas financeiras	90.757	112.860	-19,6%	112.860	-19,6%	-19,6%
(-) Despesas financeiras	(228.267)	(239.730)	-4,8%	(239.730)	-4,8%	-4,8%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(56.755)	(41.680)	36,2%	(41.680)	36,2%	36,2%
(+) Ajuste aluguel linear	(9.125)	(12.505)	-27,0%	(12.442)	-26,7%	-41,3%
(=) FFO	298.835	274.718	8,8%	272.447	9,7%	18,2%
Margem FFO %	43,7%	44,4%	-69 bps	44,2%	-50 bps	-
FFO por ação	0,60	0,55	9,1%	0,54	10,0%	18,6%



Shopping Villa Lobos

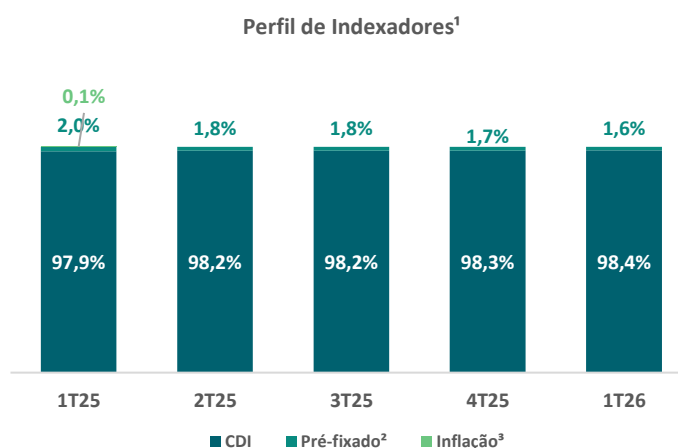
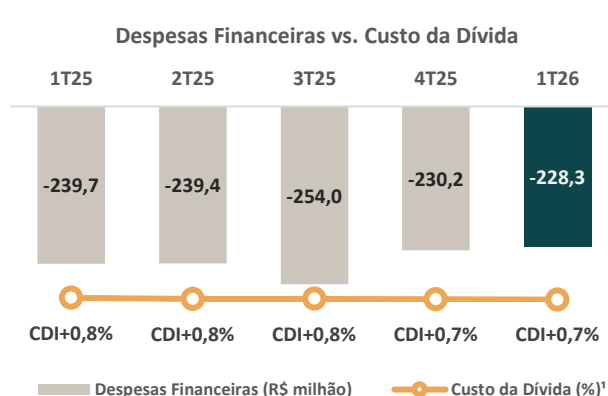
ENDIVIDAMENTO E ESTRATÉGIA DE CAPITAL

O custo médio da dívida da ALLOS foi de CDI + 0,72% (versus CDI + 0,8% no 1T25). O patamar alcançado decorre das ações de gestão de passivos realizadas nos últimos trimestres. No 1T26, a relação Dívida Líquida / EBITDA da Companhia foi de 1,7x. Seguimos avançando na gestão de passivos, com a emissão de R\$ 1 bilhão em CRI — a um custo médio ponderado de 97,8% do CDI e estruturada em três séries, com vencimentos de 5, 7 e 10 anos —, integralizada em abril de 2026.

Composição da Dívida	Curto Prazo	Longo Prazo	Endividamento Total
<i>Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>			
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI e debêntures	258.964	5.556.680	5.815.644
Obrigação para compra de ativos	3.384	14.795	18.179
Instrumentos financeiros derivativos	-	183.676	183.676
Dívida Bruta	262.347	5.755.151	6.017.498
Caixa e aplicações financeiras	(2.159.121)	(164.073)	(2.323.194)
Dívida Líquida	(1.896.774)	5.591.078	3.694.304

Ao final de março de 2026, a exposição das dívidas da ALLOS atrelada ao índice CDI era de 98,4%.

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.

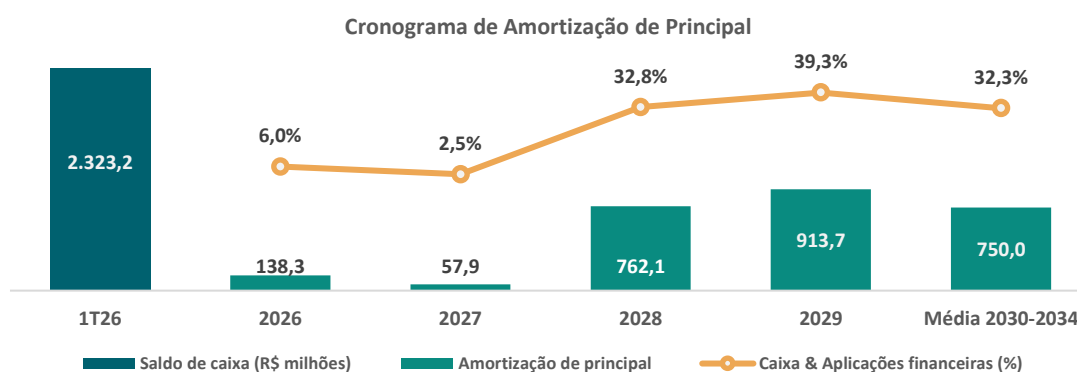


¹ Considera dívida ao final do período, excluindo obrigações por compra de ativos.

² Índices pré-fixados incluem TR.

³ Índices de inflação incluem IPCA e IGP-DI.

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.



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTILÍNGUA

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

CAPEX

No primeiro trimestre de 2026, o Capex realizado da ALLOS foi de R\$65,5 milhões distribuídos conforme a seguir:

(i) R\$13,2 milhões investidos em expansões e redesevolvimentos. Neste grupo incluem os projetos com retorno direto atribuídos e que visam expandir ABL, ampliar market share e/ou ampliar dominância do portfolio. Os investimentos neste grupo foram, majoritariamente, no Shopping Recife, Shopping Villa Lobos, Goiânia Shopping, Shopping Tijuca, Parque Dom Pedro, Center Uberlândia e Shopping Campo Grande. (vide detalhes dos projetos nos anexos deste relatório).

EXPANSÃO/REDESENVOLVIMENTO

Projetos com retorno direto atribuídos, visando expandir ABL, ampliar market share e/ou ampliar dominância do portfolio

Goiânia Shopping

Shopping Recife

Shopping Tijuca

Shopping Center Uberlândia

Parque Dom Pedro

Shopping Villa Lobos

Shopping Campo Grande

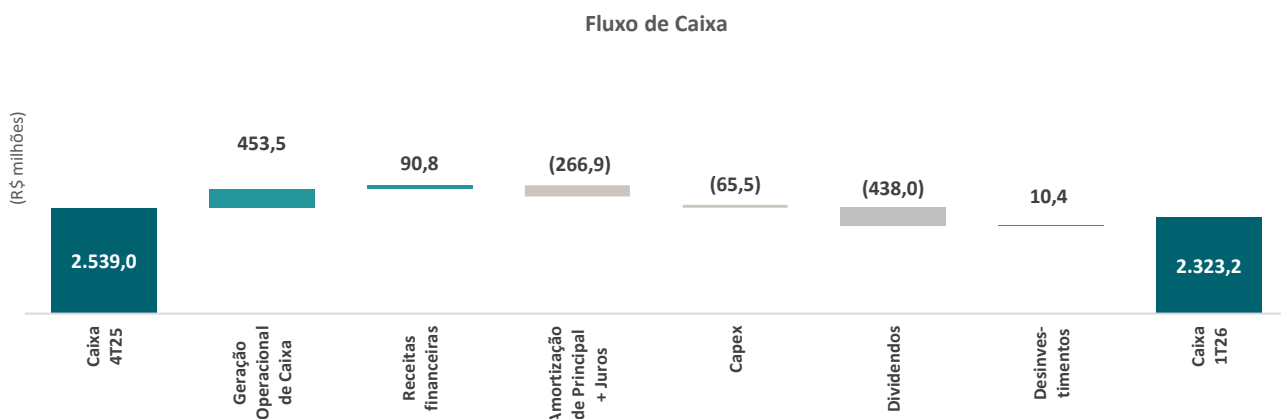
(ii) R\$23,2 milhões investidos em revitalizações, que corresponderam a 4,2% do NOI do 1T26.

(iii) R\$25,5 milhões em imobilizado e intangível. Conforme mencionado anteriormente, são esperadas reduções significativas nessa linha nos próximos anos, uma vez que o projeto de unificação do ERP da Companhia foi concluído.

Capex Realizado	1T26
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>	
Manutenção / Revitalização	23.240
Expansões/Redesevolvimento	13.233
Imobilizado & Intangível	25.468
Outros	3.586
Total	65.526
Total ex-Aquisições	65.526

FLUXO DE CAIXA

A ALLOS apresentou geração operacional de caixa de R\$453,5 milhões no primeiro trimestre de 2026. A variação do saldo de caixa pode ser explicada, em grande parte por: i) pagamento de dividendos; ii) amortização de principal e juros de financiamentos; iii) Capex; e iv) recebimentos pelos desinvestimentos;



DESEMPENHO OPERACIONAL

DESEMPENHO DE VENDAS

No primeiro trimestre de 2026, as vendas totais seguiram sua trajetória ascendente, atingindo R\$ 9,5 bilhões. Um crescimento de 4,3% em relação ao 1T25. Ex-Tijuca, as vendas totais cresceram 6,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. As vendas/m² alcançaram R\$ 1.846 no total, com variação positiva de 3,8% e 5,5% ex-Tijuca, em relação ao 1T25.

O indicador de “vendas mesmas lojas” (SSS) foi de 3,8% no trimestre, com destaque para o segmento de alimentação, conveniência, serviços e lazer, e acessórios, itens de beleza e joalherias. Excluindo o efeito do Shopping Tijuca, o SSS foi de 5,0%.

SSS% por Segmento	1T26	1T26 ex-tijuca
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>		
Acessórios, Itens de Beleza e Joalherias	4,0%	5,4%
Alimentação	6,1%	7,9%
Conveniência, Serviços, Lazer e Outros	5,0%	6,0%
Itens do Lar, Papelaria, Informática e Diversos	2,8%	3,8%
Roupas e Calçados	2,5%	3,5%
Total	3,8%	5,0%

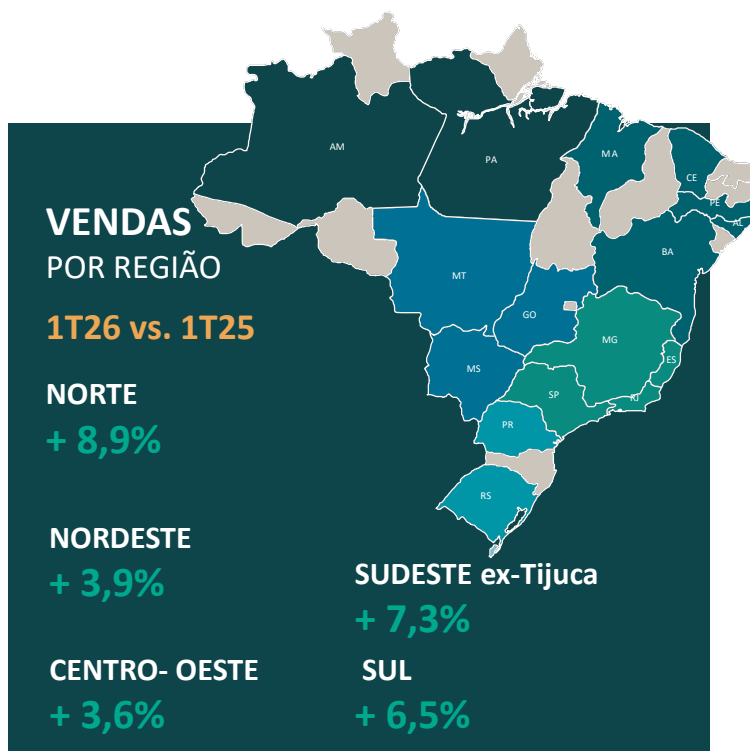
DESEMPENHO POR REGIÃO

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

No primeiro trimestre de 2026, mais uma vez, a região Norte destaca-se com crescimento de 8,9% na comparação com o 1T25, seguida pela região Sudeste, que avançou 7,3%.

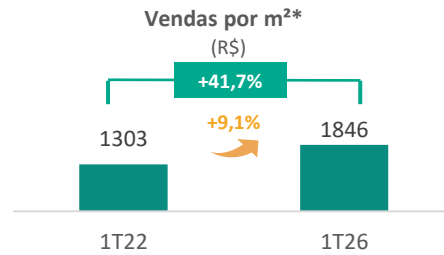
As demais regiões também mantiveram um ritmo consistente de vendas no primeiro trimestre de 2026.

Os destaques no desempenho de vendas no trimestre foram: Shopping Grande Rio (+20,0%), Franca Shopping (+18,7%), Shopping Bangu (16,3%), Shopping Taboão (14,7%), Manauara Shopping (11,6%).



VENDAS/M²

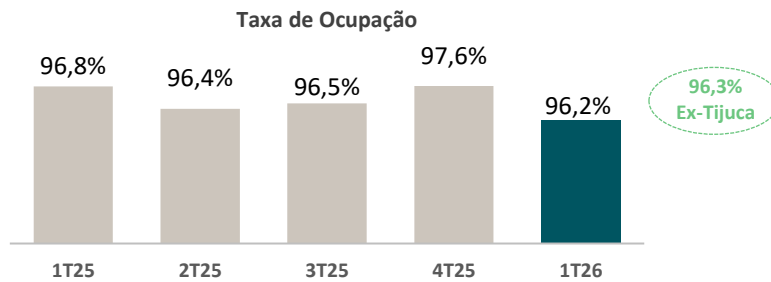
As vendas/m² no 1T26 atingiram R\$ 1.846, um aumento de 3,8% frente ao mesmo período do ano anterior. Esse patamar de vendas/m² reflete, em mais um trimestre, a trajetória de crescimento consistente que a Companhia vem apresentando desde 2022, com incremento total de 41,7%, o que representa um CAGR de 9,1%, bem acima da inflação do período.



*Considerando números divulgados nos respectivos trimestres

TAXA DE OCUPAÇÃO E ATIVIDADE COMERCIAL

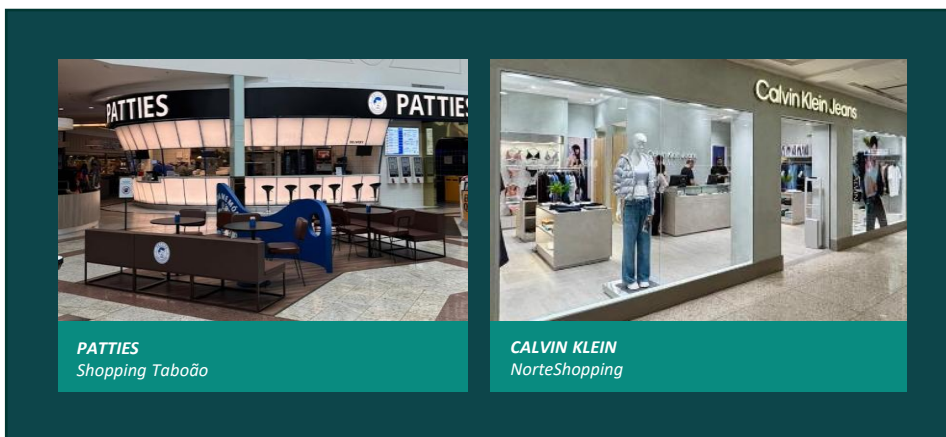
Considerando a sazonalidade usual de início de ano, a ALLOS encerrou o primeiro trimestre de 2026 com taxa de ocupação de 96,2%.



No 1T26 foram assinados 140 contratos nos shoppings próprios da Companhia, representando uma adição de 13,4 mil m² em ABL.

Entre os destaques de inaugurações recentes estão: a primeira loja da hamburgueria Patties em shopping, no Shopping Taboão; Lupo e Calvin Klein no NorteShopping; Oficina Reserva no Shopping Uberlândia; e Lindt no Manauara Shopping.

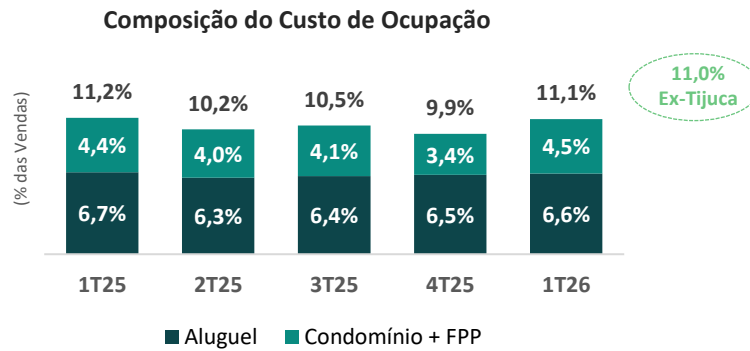
Entre os destaques de contratos recém-assinados estão: Decathlon no NorteShopping, Nike e Sephora no Parque Dom Pedro Shopping, Adidas no Shopping Piracicaba e Olive Garden no Shopping Tamboré.



- DESTAQUES
- MESSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
- PRINCIPAIS INDICADORES
- DESEMPENHO FINANCEIRO
- DESEMPENHO OPERACIONAL**
- MÍDIA
- DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO
- PRODUTOS DIGITAIS
- SUSTENTABILIDADE
- PORTFÓLIO
- ANEXOS

CUSTO DE OCUPAÇÃO

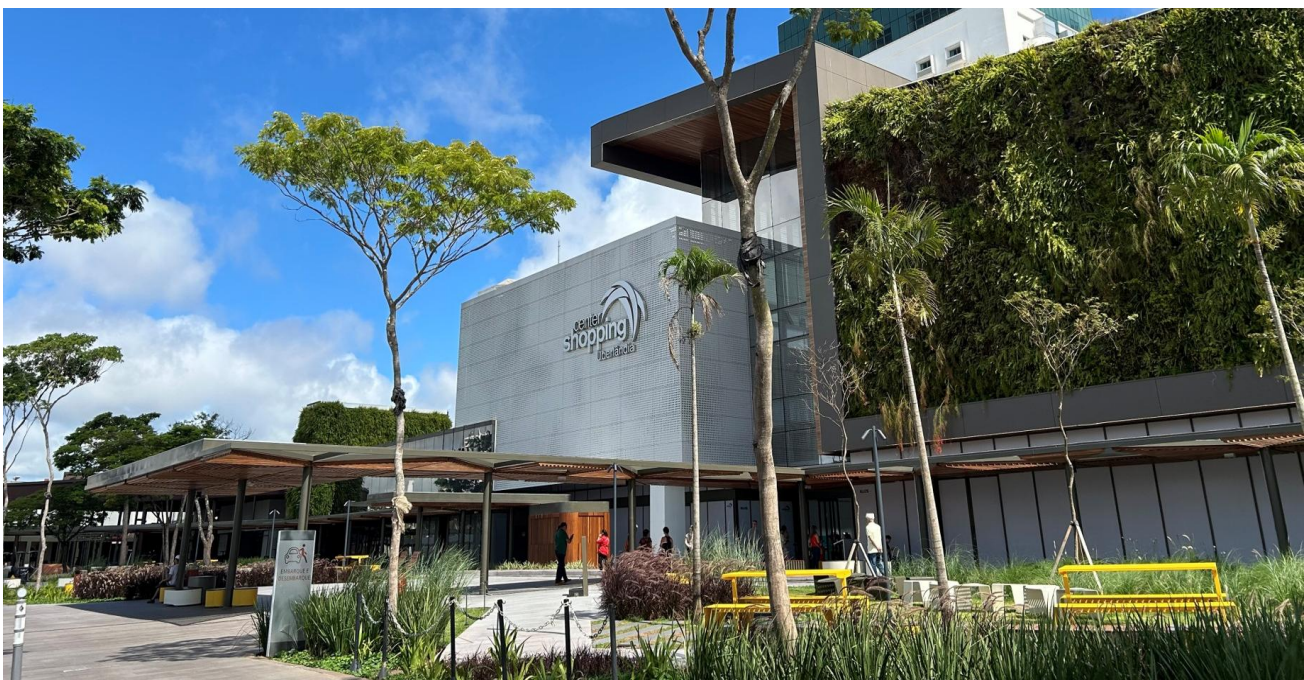
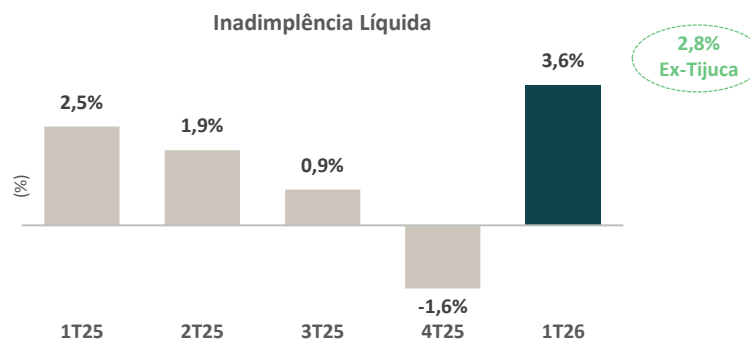
No primeiro trimestre de 2026, o custo de ocupação¹ foi de 11,1%, em linha com o mesmo período do ano anterior. As despesas de aluguel representaram 6,6%, enquanto os encargos comuns e as despesas com o fundo de promoção (FPP) representaram 4,5% do custo total.



¹Considera apenas lojistas que realizaram vendas no período.

INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA

No 1T26, a inadimplência líquida foi de 3,6% (2,8% ex-Tijuca).



Center Shopping Uberlândia

- DESTAQUES
- MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
- PRINCIPAIS INDICADORES
- DESEMPENHO FINANCEIRO
- DESEMPENHO OPERACIONAL
- MÍDIA
- DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO
- PRODUTOS DIGITAIS
- SUSTENTABILIDADE
- PORTFÓLIO
- ANEXOS

MÍDIA

HELLOO

No primeiro trimestre de 2026, a Helloo consolidou um marco decisivo em sua estratégia de atuação multiplataforma, evoluindo para um modelo de vendas 100% unificado. Desde janeiro, a totalidade da força comercial passou a ofertar de forma integrada o portfólio completo da companhia, que hoje apresenta uma capilaridade sem precedentes no mercado de mídia. Este ecossistema chega a marca de 114 shoppings (entre ativos próprios e parceiros), uma rede residencial robusta com 6 mil condomínios e mais de 14 mil telas digitais, além de painéis externos ao shopping.

Complementando essa jornada de impacto, a Helloo integrou com sucesso os 5 primeiros ativos – total de 17 aeroportos - da AENA e assumiu a comercialização estratégica do programa de fidelidade dos 46 shoppings da rede Allos. Este movimento transforma o programa de benefícios em um poderoso canal de mídia e conversão, permitindo que a marca acompanhe a jornada de consumo em diferentes momentos do seu cotidiano — do domicílio ao embarque, passando pelo entretenimento e consumo.

Todo esse avanço está ancorado no reposicionamento de marca sob o conceito *“Helloo conecta com o que importa”*. Esta diretriz estratégica reforça o compromisso da companhia com a qualidade do tempo de exposição e a assertividade do impacto nos ambientes onde a audiência está mais receptiva. Com essa estrutura, a Helloo reafirma seu papel fundamental na geração de receitas não imobiliárias para a Allos, conectando marcas e consumidores por meio de um inventário de alta performance e grande relevância contextual.

NOVOS CLIENTES

Seguindo as bases do 4T25, a helloo conquistou a média de 16% novos clientes em Shopping e 14% novos clientes para as telas residenciais e em aeroportos já apresenta resultados de vendas cross sell de clientes provenientes de shopping e que hoje atuam em aeroportos como C6 Bank, Volkswagen, RedBallon e Marata Alimentos.

NOVO PAINEL ICÔNICO SHOPPING LEBLON

A helloo, inaugura um novo formato icônico de mídia no Shopping Leblon, no Rio de Janeiro. Instalado na fachada interna do empreendimento, o painel ocupa toda a extensão do espaço, criando uma presença visual de grande impacto e reforçando a proposta de experiências imersivas da companhia.

O projeto arquitetônico foi concebido pelo escritório Índio da Costa, referência em projetos urbanos e arquitetônicos. O painel conta com mais de 110 m² de LED de alta resolução e é composto por mais de 470 placas, formando uma superfície contínua, precisa e de forte impacto visual. A escala e a qualidade técnica do projeto transformam a arquitetura do shopping em uma vitrine contemporânea de comunicação. O painel também é visível externamente, já que a fachada do Shopping Leblon é inteiramente envidraçada e elevando o padrão da mídia indoor premium.



Para marcar a inauguração do formato, o projeto nasce integrado ao Patrocínio do Banco BTG que passa a oferecer aos clientes do banco e do shopping, os principais serviços de conveniência e exclusividades, como naming rights do vallet de estacionamento, patrocínio de datas e ativação da base de clientes do programa de benefícios, além de presença da marca nas telas com um público altamente qualificado durante todo ano.

A iniciativa marca uma estratégia robusta para a aquisição de novos clientes para os cartões BTG por meio de presença de atuação já integrada ao dia a dia do empreendimento. O BTG reforça, por meio dessa parceria, seu compromisso em estar presente em experiências que dialogam com o estilo de vida do público, ampliando pontos de contato e fortalecendo relações em ambientes que valorizam conveniência, sofisticação, proximidade e experiência.

MÍDIA

PATROCÍNIO WEBMOTORS ELETROPOSTOS KARG

Em 2025, a ALLOS anunciou a criação de sua empresa de eletropostos para carregamento de veículos elétricos, que serão instalados em shoppings do grupo em todo o Brasil.

A helloo desenvolveu um projeto comercial para este importante ativo e já conta com o patrocínio da Webmotors para o Shopping Villa Lobos no espaço. Este projeto viabiliza a presença da marca neste tipo de prestação de serviço, marcado pela aceleração da mobilidade elétrica e pela busca por experiências cada vez mais conectadas com o consumidor.



HELLOO,NEOOH ASSUMEM 100% DA MÍDIA DO AEROPORTO DE CONGONHAS

Consórcio consolida operação no principal aeroporto de negócios da América Latina e inicia nova fase de inovação e transformação digital.

Avançando no processo iniciado há nove meses, quando foi declarado vencedor da concorrência realizada pela Aena Brasil para a exploração de mídia OOH em seus 17 aeroportos no país, o consórcio formado por NEOOH e helloo assume, a partir deste mês de abril, o controle integral da gestão e comercialização de 100% da mídia do Aeroporto de Congonhas, em São Paulo.

A consolidação do período pós-transição já começa a gerar resultados concretos para o mercado. A partir de abril, o consórcio passa a oferecer novidades importantes em seu portfólio, incluindo cotas de patrocínio para o Túnel Imersivo do Desembarque de Congonhas, ampliando as oportunidades de visibilidade para as marcas.

Além disso, será lançado um novo circuito de embarque, integrando telas posicionadas nos momentos de pré-check-in e raio-x, e novos produtos passam a compor o ecossistema de mídia do aeroporto. Entre eles, destaca-se o Cubo Digital de Desembarque, que integra o circuito de experiência e permite a exibição de conteúdos tridimensionais, promovendo impactos ainda mais imersivos e inovadores para o público.

O contrato com a Aena Brasil tem prazo inicial de 10 anos e prevê uma ampla modernização do ecossistema de mídia no aeroporto. Entre os principais avanços estão a implantação de novos formatos de Out of Home, o uso de sensores para mensuração de audiência em tempo real e a criação de espaços dedicados a ativações de marca, experiências imersivas e ambientes premium conectados.

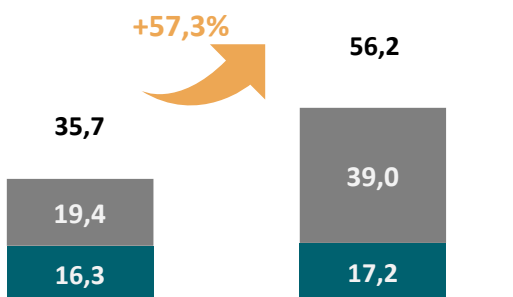
HELLOO LIVE CRIA ESPAÇO SENSORIAL EM PARCERIA COM JOHNSON'S BABY

A helloo em parceria com a Johnson's baby, Omnicom Media e Agência Talent lançam um espaço sensorial dedicado a campanha institucional da marca para o lançamento dos mascotes chuás no shopping Eldorado.

A ação conta com ampla divulgação em toda rede helloo em shoppings e home e um espaço customizado para a marca com uma ativação sensorial que convida o público a vivenciar o cuidado de maneira próxima, afetiva e memorável. Ao integrar ambiente, fluxo e interação, a ação fortalece a relação com as famílias e reforça o papel da experiência como diferencial competitivo no varejo.

Receita de Mídia

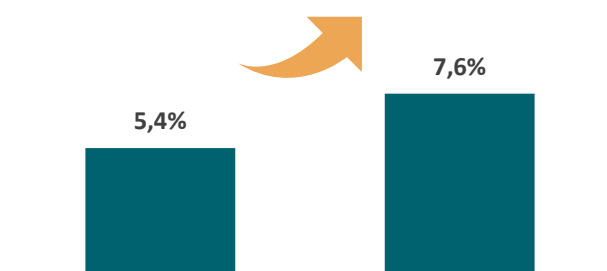
(R\$ Milhões)



■ Mídia | Locação ■ Mídia | Serviços

Mídia como % da receita bruta

+ 220 bps



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTILÍNGUA

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO

PORTFÓLIO – PLATAFORMA ESCALÁVEL DE GERAÇÃO DE CAIXA

No 1T26, a ALLOS seguiu consolidando o multiúso como um vetor estrutural de geração de caixa, baseado na monetização de terrenos próprios, por meio de masterplans estruturados no modelo asset light, com execução disciplinada e retornos consistentemente acima das premissas originais.

O pipeline contratado totaliza 72 torres, sendo 8 entregues e 64 em desenvolvimento, somando mais de 740 mil m² de área privativa, com geração estimada de R\$ 539 milhões de caixa (@Share ALLOS), entre 2026 e 2036, sem necessidade relevante de alocação de capital. Os projetos têm potencial de adicionar mais de 40 mil pessoas aos entornos dos ativos, impulsionando fluxo qualificado e o crescimento sustentável das operações de shopping.

MULTIÚSO – EXECUÇÃO E PERFORMANCE COMERCIAL

A execução dos projetos segue validando a capacidade da Companhia de capturar valor na monetização de terrenos, com forte performance comercial e preços consistentemente acima do Preço Mínimo Garantido (PMG).

Em Goiânia, no complexo do Shopping Passeio das Águas, foram entregues pela EBM as três torres do Now Reserva das Águas, iniciando a ativação de fluxo recorrente no entorno imediato do shopping, com novos residentes. As unidades foram comercializadas, em média, 35% acima do PMG. Em paralelo, o Now Alameda das Águas segue com forte desempenho comercial, com mais de 65% das unidades vendidas e com preços médios 33% acima do PMG.

No Rio de Janeiro, ao lado do NorteShopping, o empreendimento Only by Living, desenvolvido pela RJZ Cyrela, segue em estágio avançado de obras, com 93% das unidades vendidas e preços médios 42% acima do PMG, gerando resultado incremental relevante para os parceiros e para a ALLOS.



Shopping Passeio das Águas



NorteShopping

- DESTAQUES
- INFORMAÇÕES GERAIS
- INFORMAÇÕES FINANCEIRAS
- INFORMAÇÕES OPERACIONAIS
- INFORMAÇÕES DE GESTÃO
- DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO
- PRODUTOS DIGITAIS
- SUSTENTABILIDADE
- PORTFÓLIO
- ANEXOS

DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO



NOVOS NEGÓCIOS – SAÚDE E INOVAÇÃO

A Companhia avançou também na monetização de terrenos, com a assinatura de contrato para venda de área localizada na Av. Ayrton Senna, na Barra da Tijuca (RJ), destinada ao desenvolvimento do primeiro Centro de Protonterapia do Brasil.

O projeto será liderado pela Fundação Severino Sombra (FUSVE), em parceria com a empresa belga Ion Beam Applications (IBA), líder global em soluções no tratamento oncológico.

A operação está alinhada à estratégia de monetização disciplinada de terrenos, com captura de valor e sem necessidade de alocação de capital, ao passo em que associa a ALLOS a um projeto de alta relevância institucional e tecnológica.

INDEPENDÊNCIA SHOPPING – PROJETO APROVADO

Em Juiz de Fora, no Independência Shopping, o parceiro Grupo Diamond obteve a aprovação do projeto junto à Prefeitura, permitindo a lavratura da Escritura Definitiva, o reconhecimento contábil da operação pela ALLOS e o avanço para a fase de lançamento. O empreendimento contará com 345 apartamentos, em mais de 14 mil m² de área privativa, reforçando a capacidade de execução e geração de valor do portfólio existente.



PIPELINE MULTIÚSO – VISÃO GERAL DO PORTFÓLIO

Shoppings	Estado	Torres Multiúso				Área Privativa Multiúso (m ²)
		Em Aprovação	Em Construção/ Lançamento	Entregue	Total Assinado	Total Disponível
Parque Shopping Maceió	AL	2	8	4	14	18.416
Shopping da Bahia	BA	5	-	-	5	23.060
Catuai Shopping Londrina	PR	6	-	-	6	67.419
Norteshopping	RJ	-	5	-	5	65.783
Passeio das Águas Shopping	GO	-	3	3	6	332.120
Franca Shopping	SP	3	-	-	3	56.460
Shopping Tamboré	SP	2	-	-	2	24.300
Shopping Recife	PE	2	1	-	3	35.000
Shopping Piracicaba	SP	3	-	-	3	21.352
Parque Dom Pedro	SP	2	-	-	2	319.310
Independência Shopping	MG	1	1	-	2	-
São Bernardo Plaza Shopping	SP	3	-	-	3	43.050
Shopping Estação Cuiabá	MT	2	-	-	2	13.200
Outros Shoppings do Portfólio						648.725
Subtotal	-	31	18	7	56	1.668.195
Terrenos independentes	-	3	12	1	16	68.000
Total Portfólio	-	34	30	8	72	1.736.195

DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO

EXPANSÕES E REDESENVOLVIMENTO GERAÇÃO DE VALOR EM ATIVOS CONSOLIDADOS

No 1T26, a ALLOS avançou na estratégia de aumento de produtividade do portfólio por meio de intervenções e redesevolvimentos sem acréscimo relevante de área construída, com execução ágil, baixo consumo de capital e foco na captura de valor em ativos já consolidados.

Essa abordagem permite à Companhia extrair valor adicional do portfólio existente por meio da requalificação de áreas, melhoria do mix comercial e elevação da eficiência operacional, com impactos diretos em vendas, receitas e rentabilidade.

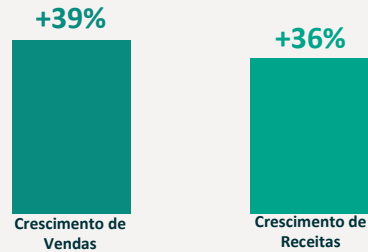
SHOPPING PARQUE DOM PEDRO | CASE DE SUCESSO

O Parque Dom Pedro Shopping é um excelente exemplo da estratégia de redesevolvimento da ALLOS, evidenciando a capacidade de **transformar ativos consolidados** em plataformas de maior **produtividade e geração de valor**.

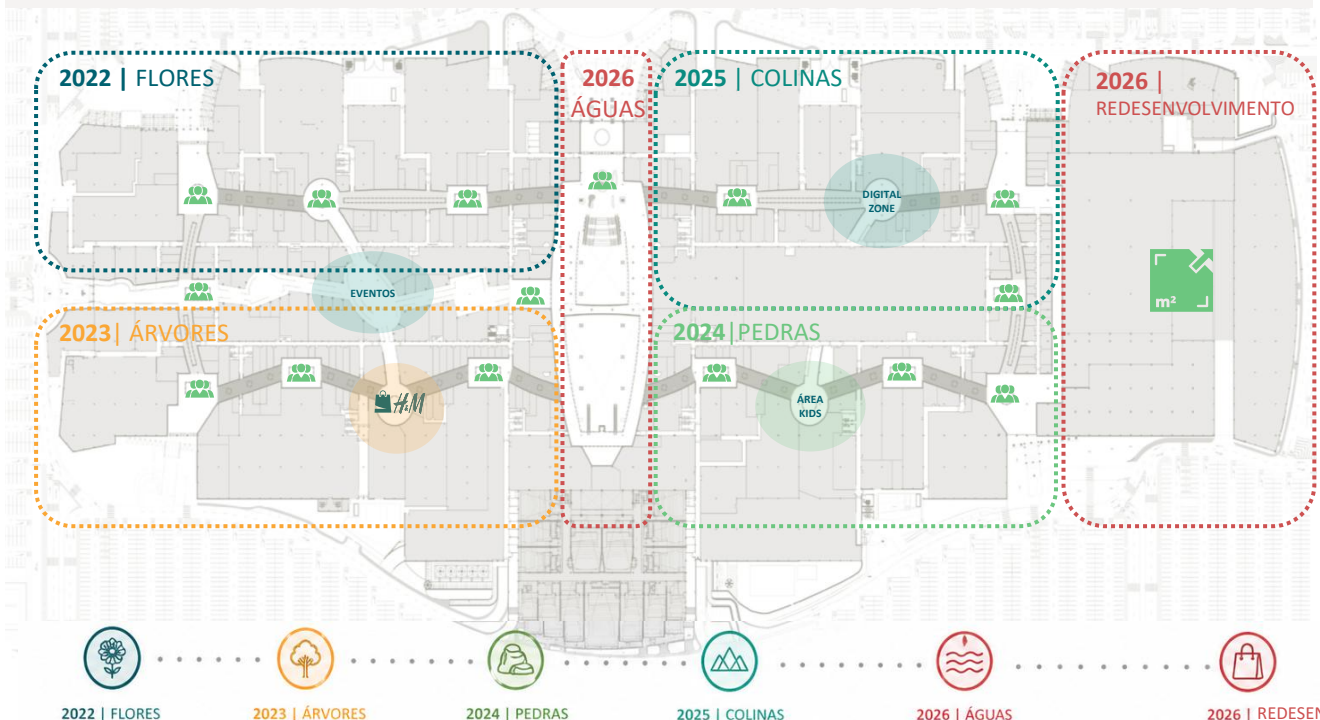
Desde 2022, o empreendimento vem passando por um ciclo contínuo de requalificação, com intervenções estruturadas em etapas de rápida execução. As melhorias combinam qualificação **de ambiência, conforto e integração com áreas verdes**, criando espaços mais atrativos e **elevando o tempo de permanência dos clientes**.

Até o momento, aproximadamente **26 mil m² já foram requalificados**, com impacto direto na **melhoria do mix**, refletida na inauguração da **primeira loja full da H&M no Brasil**, e no aumento da performance operacional.

Como resultado, o ativo registrou crescimento de aproximadamente **+39% em vendas** e **+36% em receitas** na comparação entre o 1T26 e o 1T22, superando de forma consistente a inflação acumulada no período (**20,3%**) e evidenciando a captura de valor real, além da efetividade da estratégia de requalificação implementada).



Varição 1T26 vs. 1T22



- DESTAQUES
- MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
- PRINCIPAIS INDICADORES
- DESEMPENHO FINANCEIRO
- DESEMPENHO OPERACIONAL
- MÍDIA
- DESENVOLVIMENTO O MULTIÚSO**
- PRODUTOS DIGITAIS
- SUSTENTABILIDADE
- PORTFÓLIO
- ANEXOS

DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO

EXPANSÕES E REDESENVOLVIMENTO GERAÇÃO DE VALOR EM ATIVOS CONSOLIDADOS

SETOR FLORES 2022



antes

depois



SETOR ÁRVORES 2023



antes

depois



SETOR PEDRAS 2024



antes

depois



SETOR COLINAS 2025



antes

depois



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO

EXPANSÕES E REDESENVOLVIMENTO GERAÇÃO DE VALOR EM ATIVOS CONSOLIDADOS

INOVAÇÃO E MONETIZAÇÃO | DIGITAL ZONE

A receita de mídia do ativo já vem apresentando forte crescimento, **com alta de mais de 100% no comparativo entre o 1T26 e o 1T25**, reforçando o potencial dessa frente como vetor relevante de geração de valor.

Diante desse desempenho, a ALLOS inaugurou no 1T26 a Digital Zone no Parque Dom Pedro como parte da estratégia de redesevolvimento do ativo, com o objetivo de **potencializar ainda mais essa avenida de receita e criar novas oportunidades de monetização**.

A iniciativa transformou uma área anteriormente de menor atratividade em um **novo polo de experiência e conexão, integrando conteúdo digital, ativações de marcas e eventos em um ambiente imersivo de alta interação**.

Além de elevar a experiência do cliente, a Digital Zone amplia o potencial de monetização do ativo, reforçando fontes de receita por meio de mídia digital, parcerias comerciais e eventos, **reforçando a estratégia de aumento de produtividade por m²**.



Parque Dom Pedro Shopping

OTIMIZAÇÃO DE ÁREAS E PRÓXIMO CICLO DE VALOR

Dando continuidade à estratégia de redesevolvimento, está previsto para 2026 o reposicionamento de aproximadamente **12 mil m²** atualmente ocupados por operações de baixa atratividade. A intervenção prevê a reconfiguração completa da área, com introdução de novos usos e melhoria da integração com o mall, com foco no aumento de fluxo, permanência e produtividade.

O projeto irá gerar **um spread de receita superior a 63%**, evidenciando o potencial de captura de valor por meio da reconfiguração de áreas existentes.

Adicionalmente, está previsto o início das obras do setor Águas ao longo de 2026, dando continuidade ao ciclo de transformação do empreendimento e reforçando a estratégia de evolução contínua do ativo. Ao final, o Parque Dom Pedro deverá totalizar **mais de 40 mil m² de áreas redesevolvidas**, consolidando-se como um dos principais casos de **aumento de produtividade e geração de valor** da ALLOS. Reforçando a estratégia da ALLOS de crescimento de receita e rentabilidade a partir da **otimização contínua do portfólio existente**.

DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃOPRINCIPAIS
INDICADORESDESEMPENHO
FINANCEIRODESEMPENHO
OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO
E MULTIÚSOPRODUTOS
DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

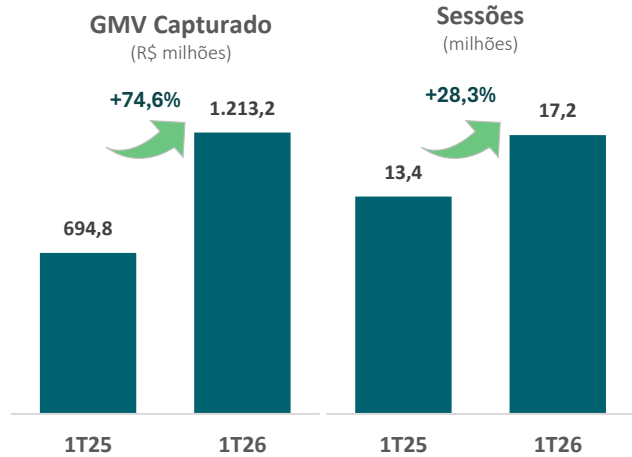
PORTFÓLIO

ANEXOS

PRODUTOS DIGITAIS

FIDELIZAÇÃO IMPULSIONADA PELA PLATAFORMA DIGITAL

O crescimento expressivo de GMV e do número de Sessões, comprova os impactos positivos e relevantes da plataforma digital da ALLOS nos hábitos de consumo dos 2,3 milhões de membros do programa, que acessam cada vez mais os aplicativos para enviarem suas notas fiscais e utilizarem os mais diversos e exclusivos benefícios. Nos shoppings com o programa em estágio maduro, a plataforma digital da ALLOS apresenta em média um aumento de 16% na recorrência dos consumidores, que, após se tornarem membros do programa de relacionamento, fortalecem seus vínculos, concentrando suas compras nesses empreendimentos. Em alguns grupos específicos analisados, os consumidores atingiram um aumento de 25% nas visitas nesses shoppings.



MONETIZAÇÃO DA PLATAFORMA | MÍDIA NO APP ATRAINDO ANUNCIANTES DE DIVERSOS SEGMENTOS

As receitas da plataforma continuaram crescendo de forma expressiva, com destaque para as soluções de ativação de mídia através do Programa de Benefícios, que são ofertadas para além dos lojistas e atraíram anunciantes dos mais diversos segmentos, como hospitalar e bancário, que triplicaram no 1T26 vs 1T25.

COMUNICAÇÃO CONECTANDO O DIGITAL À EXPERIÊNCIA FÍSICA NOS SHOPPINGS

A ALLOS avançou na automatização da jornada dos consumidores, tornando o relacionamento com os usuários da Plataforma Digital mais inteligente, contextual e conectado à experiência física no shopping. A partir da identificação da presença real do consumidor no mall, o produto passou a ativar jornadas em tempo oportuno, reforçando valor durante a visita dos consumidores aos shoppings.

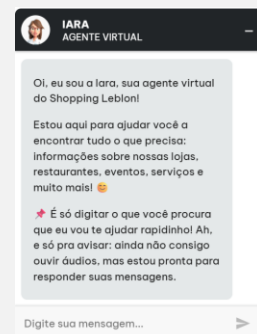
A detecção de que o cliente está no shopping acontece por diferentes eventos da jornada, permitindo ativações mais precisas e relevantes, através de comunicações realizadas por push, in-app e SMS, ampliando a base ativável e a efetividade da comunicação recomendando benefícios no momento certo, estimulando novos usos e prolongando a permanência no shopping.

A jornada automatizada e efetiva garante o aumento de visitas aos shoppings, maior engajamento dos membros, crescimento no uso de benefícios e melhor direcionamento de tráfego para lojistas, reforçando o papel da Plataforma Digital como pilar estratégico na jornada digital dos consumidores.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL | EFICIÊNCIA COMO ALAVANCA DE ESCALA

A ALLOS vem intensificando a adoção estratégica de IA como parte de sua agenda de inovação, eficiência operacional e apoio à tomada de decisão. A Companhia mantém uma abordagem estruturada de aprendizado contínuo e implementação responsável da tecnologia, combinando capacitação dos times, adoção de softwares de última geração e desenvolvimento de soluções proprietárias.

Destaca-se a implementação da lara, agente conversacional disponível nos sites de 45 shoppings da Companhia, que contribui para uma experiência mais ágil e consistente ao consumidor. Os resultados evidenciam ganhos relevantes de eficiência e escalabilidade: a solução reduziu a necessidade de transferência para atendimento humano de 35% para apenas 5%, já refletindo em uma otimização de custo operacional de quase 30%.



DESTAQUES

MESSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTÍTIPO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

SUSTENTABILIDADE

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

A ALLOS divulgou em abril/2026, o Relatório de Sustentabilidade 2025, que reúne os principais avanços da agenda ESG ao longo do último ano e reforça a integração da sustentabilidade à estratégia de negócios da Companhia.

A edição marca o primeiro ano de execução dos projetos de educação do Investimento Social Privado (ISP), evidenciando a conexão entre desenvolvimento social e os territórios onde a Companhia atua, além de refletir a evolução consistente das metas ambientais, sociais e de governança.

A estratégia ESG da ALLOS segue organizada sob o conceito Espaços que Transformam, estruturada em quatro pilares:

ESPAÇOS QUE CONSERVAM

Avanços na agenda ambiental

A Companhia registrou progressos relevantes na agenda ambiental, com destaque para a recuperação de 75% dos resíduos gerados e para a continuidade dos projetos de eficiência energética e hídrica no portfólio. Em linha com o tema climático, a ALLOS também ampliou sua participação em fóruns e discussões estratégicas sobre mudanças climáticas.

ESPAÇOS QUE CUIDAM

Desenvolvimento e engajamento dos colaboradores

O desenvolvimento dos nossos colaboradores está no centro da estratégia da Companhia. Em 2025, a ALLOS manteve investimentos em capacitação e no fortalecimento da cultura organizacional, com foco em temas como ética, diversidade e liderança, contribuindo para um ambiente de trabalho cada vez mais engajado e alinhado aos valores da Companhia.

ESPAÇOS QUE INCLUEM

Diversidade, Equidade e Inclusão

A agenda de Diversidade, Equidade e Inclusão avançou de forma consistente em 2025. A Companhia realizou o Censo de DE&I, envolvendo colaboradores próprios e terceiros, e ampliou a representatividade em posições de liderança, alcançando 45,1% de mulheres em cargos de liderança e 42,4% de pessoas negras, reforçando o compromisso com uma estrutura organizacional mais diversa e representativa.

ESPAÇOS QUE DESENVOLVEM

Impacto social e investimento em educação

No pilar social, a ALLOS investiu mais de R\$ 1 milhão em projetos de educação, principal frente de atuação do Investimento Social Privado, contribuindo para o desenvolvimento das comunidades nos entornos dos seus empreendimentos e fortalecendo o impacto positivo gerado pela Companhia.



ISEB3

Pelo 5º ano consecutivo, a ALLOS foi selecionada para compor a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 – ISE B3, reforçando o reconhecimento de sua trajetória e o aprimoramento contínuo de suas práticas de sustentabilidade. O Índice, criado em 2005 pela B3, é uma iniciativa pioneira na América Latina e representa o quarto índice de sustentabilidade no mundo.

PORTFÓLIO

Shoppings Próprios	Estado	Participação	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)	Área privativa multiuso disponível (m ²)	Taxa de Ocupação	Prestação de Serviços
Amazonas Shopping	AM	24,7%	37.555	9.272	48.801	97,3%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50,0%	17.536	8.768	-	98,5%	-
Bangu Shopping	RJ	90,0%	57.935	52.142	8.838	98,4%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80,0%	39.421	31.533	30.030	96,1%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70,0%	41.683	29.178	25.906	97,3%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Brasília	DF	100,0%	17.990	17.990	0	85,1%	-
Carioca Shopping	RJ	65,0%	36.268	23.574	-	94,3%	A / C / CSC
Catuai Shopping Londrina	PR	93,0%	57.027	53.035	67.419	96,2%	A / C / CSC
Catuai Shopping Maringá	PR	100,0%	33.503	33.503	71.227	97,3%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65,0%	27.781	18.057	47.580	96,8%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21,0%	56.906	11.950	50.925	94,4%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60,0%	37.503	22.502	-	97,0%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76,9%	18.955	14.582	56.460	100,0%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48,8%	30.194	14.747	-	95,1%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83,4%	23.672	19.752	-	98,5%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100,0%	47.279	47.279	-	96,7%	A / C / CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	60,0%	42.067	25.240	9.069	99,9%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72,5%	71.336	51.719	65.783	95,8%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro	SP	51,6%	126.359	65.201	319.310	98,4%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51,0%	36.544	18.638	-	97,3%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	44.257	22.128	18.416	96,3%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90,0%	74.432	66.989	332.120	91,4%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100,0%	44.589	44.589	-	90,6%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	50,1%	24.375	12.212	-	96,6%	A / C / CSC
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60,0%	42.954	25.773	43.050	95,7%	A / C / CSC
Shopping ABC	SP	1,3%	44.602	566	-	97,1%	-
Shopping Campo Grande	MS	70,9%	44.369	31.457	95.264	98,8%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20,0%	30.232	6.046	-	98,4%	A / C / CSC
Shopping Curitiba	PR	49,0%	22.379	10.966	-	98,3%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71,5%	71.077	50.813	23.060	95,0%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80,0%	38.069	30.455	-	94,9%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75,0%	48.273	36.205	13.200	95,1%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50,0%	44.128	22.064	54.940	97,2%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51,0%	27.566	14.059	-	96,9%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100,0%	18.774	18.774	-	95,0%	A / C / CSC
Shopping Metrôpole	SP	100,0%	28.951	28.951	13.860	95,4%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40,0%	33.523	13.409	13.546	96,2%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75,3%	44.995	33.895	21.352	96,0%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30,8%	78.570	24.223	35.000	97,3%	C
Shopping Taboão	SP	92,0%	37.394	34.403	85.766	98,2%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100,0%	49.926	49.926	24.300	97,5%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	90,0%	35.359	31.823	-	92,3%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50,0%	71.504	35.752	48.180	98,1%	A / C / CSC
Shopping Villagio Caxias do Sul	RS	61,0%	29.677	18.103	44.794	97,1%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63,4%	28.394	18.002	-	96,1%	A / C / CSC
Rio Design Leblon	RJ	38,2%	4.007	1.532	-	55,4%	A / C / CSC
Shopping Brasília	DF	100,0%	17.990	17.990	-	85,1%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	87,4%	11.809	10.322	-	100,0%	-
Total Portfólio		65,3%	1.949.690	1.280.088	1.668.195	96,2%	

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

PROJETOS DE EXPANSÃO E REDESENVOLVIMENTO



Expansão/Redesenvolvimento:
Taste Lab e nova circulação vertical

Em obras



O novo espaço gastronômico com 5 mil m² agregará 22 novas opções gastronômicas.

**SHOPPING
TIJUCA**



Redesenvolvimento:
Mall de Águas e uma antiga área de âncoras.

Em Licitação



Modernização e redesenvolvimento do Setor Águas.

Em projetos

Redesenvolvimento 12 mil m² de ABL.

**PARQUE
D. PEDRO
SHOPPING**



Redesenvolvimento:
Piso L1 e L2

Em Licitação



Modernização dos corredores dos dois andares próximos ao Parque Gourmet

**SHOPPING
RECIFE**



Redesenvolvimento:
Fachada Rondon Pacheco

Em Licitação



Modernização da fachada da avenida Rondon Pacheco.

**CENTER
UBERLÂNDIA**



EXPANSÃO



REDESENVOLVIMENTO



Redeenvolvimento:
Modernização do *promenade* Villa Lobos



Em desenvolvimento de projeto
Criação de um novo Boulevard Gastronômico integrado com o Edifício Villa Lobos.

SHOPPING VILLA LOBOS



Redeenvolvimento:
3º Piso



Em desenvolvimento de projeto

GOIÂNIA SHOPPING



Expansão:
Expansão de 150 novas lojas



Em licitação
O projeto prevê mais de 150 novas lojas distribuídas em 24 mil m², sendo 12 mil m² nova abl.

SHOPPING CAMPO GRANDE



EXPANSÃO



REDESENVOLVIMENTO

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			12,6%	96.104	1,6%	
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	11,3%	13,4%	40.635	0,7%	jun-27
Itaú	TR	9,9%	12,0%	55.469	0,9%	mai-30
CDI			15,7%	5.784.542	98,4%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	1,00%	15,9%	80.426	1,4%	jun-29
Debenture XII (CRI - ICVM400)	CDI	1,18%	16,1%	538.280	9,2%	jul-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,00%	15,9%	316.734	5,4%	mar-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160).	CDI	1,20%	16,2%	299.017	5,0%	mar-30
Debenture (8ª emissão. 1ª série)	CDI	0,55%	15,4%	376.274	6,4%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 2ª série)	105% CDI	0,00%	15,5%	403.692	6,9%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 3ª série)	CDI	0,46%	15,3%	493.619	8,4%	abr-31
CCB Itaú	CDI	1,30%	16,3%	110.125	1,9%	out-26
Debenture (11ª emissão. 1ª série)	CDI	0,63%	15,5%	651.850	11,1%	ago-31
Debenture (11ª emissão. 2ª série)	CDI	0,95%	15,9%	1.887.806	32,1%	ago-34
Debenture (12ª emissão. 1ª série)	98% CDI	0,00%	14,5%	156.956	2,7%	jan-30
Debenture (12ª emissão. 2ª série)	CDI	0,00%	14,8%	469.763	8,0%	jan-32
IGP-DI			0,0%	-	0,0%	
Gaia Securitizadora (CRI)	IGP-DI ²	7,95%	0,0%	0	0,0%	mai-25
Total			15,61%			
Total		CDI+	0,72%	5.880.646		

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

Composição da Dívida Consolidado	Contábil 1T26	Efeitos CPC 18/19	Gerencial 1T26
<i>(valores em milhares de reais)</i>			
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	5.815.644	-	5.815.644
Obrigação para compra de ativos	18.179	(0)	18.179
Instrumentos financeiros derivativos	183.676	0	183.676
Dívida Bruta	6.017.499	(0)	6.017.499
Caixa e aplicações financeiras	(2.319.767)	(3.427)	(2.323.194)
Dívida Líquida	3.697.732	(3.427)	3.694.305

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 da ALLOS e incluem 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 31 DE MARÇO DE 2026 E 2025

Demonstrações Financeiras Consolidadas	1T26	1T25	1T26 / 1T25 Δ%	1T25 Proforma	1T26 / 1T25 Δ% Proforma
<i>(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>					
Receita bruta de aluguel e serviços	714.792	699.732	2,2%	n/a	n/a
Impostos e contribuições e outras deduções	(51.089)	(49.889)	2,4%	n/a	n/a
Receita líquida	663.702	649.842	2,1%	n/a	n/a
Custo	(190.987)	(173.903)	9,8%	n/a	n/a
Lucro bruto	472.715	475.939	-0,7%	n/a	n/a
Receitas/(despesas) operacionais	(56.263)	(28.256)	99,1%	n/a	n/a
Despesas administrativas e gerais	(163.026)	(172.327)	-5,4%	n/a	n/a
Resultado da equivalência patrimonial	17.108	17.201	-0,5%	n/a	n/a
Outras receitas (despesas) operacionais	89.655	126.870	-29,3%	n/a	n/a
Resultado financeiro	(181.423)	(157.650)	15,1%	n/a	n/a
Lucro antes dos impostos	235.029	290.033	-19,0%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social corrente	(55.800)	(67.115)	-16,9%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social diferido	87.721	55.185	59,0%	n/a	n/a
Lucro líquido do período	266.950	278.104	-4,0%	-	n/a
Lucro Atribuível aos:					
Acionistas controladores	248.302	254.670	-2,5%	n/a	n/a
Acionistas não controladores	18.648	23.433	-20,4%	n/a	n/a
Lucro líquido do período	266.950	278.104	-4,0%	-	n/a
<i>(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>					
Demonstrações Financeiras Gerenciais	1T26	1T25	1T26 / 1T25 Δ%	1T25 Proforma	1T26 / 1T25 Δ% Proforma
Receita bruta de aluguel e serviços	743.629	679.652	9,4%	677.160	9,8%
Impostos e contribuições e outras deduções	(51.211)	(48.787)	5,0%	(48.787)	5,0%
Receita líquida	692.418	630.865	9,8%	628.374	10,2%
Custo	(204.854)	(169.756)	20,7%	(169.599)	20,8%
Custo de aluguéis e serviços	(86.812)	(57.049)	52,2%	(56.891)	52,6%
Depreciação e Amortização	(118.042)	(112.708)	4,7%	(112.708)	4,7%
Lucro bruto	487.564	461.108	5,7%	458.775	6,3%
Receitas (despesas) operacionais	(87.989)	(70.170)	25,4%	(70.170)	25,4%
Despesas administrativas e gerais	(92.003)	(107.030)	-14,0%	(107.030)	-14,0%
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(7.636)	(7.727)	-1,2%	(7.727)	-1,2%
Variação de valor justo de propriedades	-	-	n/a	-	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(35.096)	(36.999)	-5,1%	(36.999)	-5,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	46.747	81.586	-42,7%	81.586	-42,7%
Resultado financeiro	(183.157)	(120.500)	52,0%	(120.500)	52,0%
Lucro antes dos impostos	216.418	270.438	-20,0%	268.105	-19,3%
Imposto de renda e contribuição social corrente	(56.755)	(41.680)	36,2%	(41.680)	36,2%
Imposto de renda e contribuição social diferido	88.638	25.911	n/a	25.911	n/a
Lucro líquido do período	248.302	254.670	-2,5%	252.337	-1,6%

BALANÇO PATRIMONIAL

Balanco Patrimonial	ALLOS Consolidado		Ajustes		ALLOS Consolidado Gerencial	
	31/03/2026	31/03/2025	31/03/2026	31/03/2025	31/03/2026	31/03/2025
ATIVO	<i>(Valores em milhares de reais)</i>					
Circulante						
Caixa e equivalentes de caixa	24.965	60.570	6.430	9.389	31.394	69.960
Aplicações financeiras de curto prazo	2.130.729	2.369.444	(3.002)	(67.573)	2.127.727	2.301.871
Contas a receber	334.790	473.676	15.942	7.880	350.733	481.556
Dividendos e juros sobre capital próprio a receber	27	27	(27)	(27)	0	(0)
Impostos a recuperar	210.207	168.688	4.840	5.900	215.047	174.588
Despesas antecipadas	21.605	17.480	482	513	22.088	17.993
Outros créditos	211.625	226.645	13.662	10.616	225.287	237.262
Total Ativo Circulante	2.933.948	3.316.531	38.328	(33.302)	2.972.276	3.283.229
Não Circulante						
Impostos a recuperar	53.030	62.263	82	(452)	53.112	61.811
IRPJ e CSLL diferidos	0	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
Depósitos judiciais	191.564	192.477	949	904	192.514	193.381
Empréstimos, mútuos e outras contas a receber	-	-	-	-	-	-
Contas a receber	82.942	80.560	(310)	(1.531)	82.632	79.030
Despesas antecipadas	9.925	12.782	(3)	(5)	9.922	12.777
Aplicações financeiras de longo prazo	164.073	167.142	-	-	164.073	167.142
Outros créditos	303.777	285.416	(2.963)	(277)	300.813	285.139
Investimentos	603.967	604.106	(603.967)	(604.106)	0	0
Propriedades para investimento	19.624.631	20.381.666	468.658	(176.699)	20.093.288	20.204.967
Imobilizado	109.515	106.620	2.985	2.655	112.500	109.275
Intangível	782.870	796.875	534.041	545.631	1.316.910	1.342.507
Total Ativo Não Circulante	21.926.292	22.689.908	399.471	(233.880)	22.325.763	22.456.028
Total do Ativo	24.860.241	26.006.439	437.799	(267.182)	25.298.039	25.739.257
PASSIVO	<i>(Valores em milhares de reais)</i>					
Circulante						
Fornecedores	70.457	85.869	7.570	3.946	78.027	89.815
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	258.964	325.357	-	-	258.964	325.357
Impostos e contribuições a recolher	77.318	108.639	1.250	4.500	78.567	113.139
Receitas diferidas	15.237	10.160	9.271	8.383	24.508	18.543
Dividendos a pagar	438.000	440.839	0	(2.839)	438.000	438.000
Obrigações por compra de ativos	3.384	3.384	-	-	3.384	3.384
Contas a Pagar Leasing	26.514	27.042	64.473	69.628	90.986	96.669
Outras obrigações	153.116	283.131	3.359	(52.646)	156.475	230.485
Total Passivo Circulante	1.042.988	1.284.420	85.922	30.973	1.128.910	1.315.392
Não Circulante						
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	5.556.680	5.553.953	-	0	5.556.680	5.553.954
Impostos e contribuições a recolher	5.412	7.013	(28)	(110)	5.384	6.903
Receitas diferidas	14.686	16.716	379	406	15.065	17.122
Instrumentos financeiros derivativos	183.676	132.740	-	-	183.676	132.740
IRPJ e CSLL diferidos	4.554.006	4.642.094	(5.155)	(5.217)	4.548.852	4.636.877
Obrigações por compra de ativos	14.795	14.503	-	-	14.795	14.503
Contas a pagar leasing	187.709	193.326	451.363	460.218	639.072	653.543
Outras obrigações	14.148	8.040	(13.361)	(1.002)	786	7.038
Provisão para contingências	239.408	254.628	784	111	240.192	254.740
Total Passivo Não Circulante	10.770.520	10.823.013	433.982	454.407	11.204.502	11.277.420
PATRIMÔNIO LÍQUIDO						
Capital social	15.092.136	15.092.136	-	-	15.092.136	15.092.136
Gastos com emissões de ações	(72.332)	(72.332)	-	-	(72.332)	(72.332)
Reservas de capital	26.470	18.590	-	-	26.470	18.590
Reserva legal	275.973	234.265	-	-	275.973	234.265
Ações em tesouraria	(104.855)	(104.855)	-	-	(104.855)	(104.855)
Lucros acumulados	102.302	0	(0)	0	102.302	0
Reservas de lucros	1.649.249	1.982.957	-	-	1.649.249	1.982.957
Ajustes de avaliação patrimonial	(4.004.316)	(4.004.316)	-	-	(4.004.316)	(4.004.316)
Participação de não controladores	82.105	752.561	(82.105)	(752.561)	-	-
Total do patrimônio líquido	13.046.732	13.899.006	(82.105)	(752.561)	12.964.627	13.146.445
Total do Passivo e do Patrimônio Líquido	24.860.241	26.006.439	437.799	(267.182)	25.298.039	25.739.257

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTÍTIPO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa	ALLOS	Ajustes	ALLOS
	Contábil		Consolidado Gerencial
	31/03/2026	31/03/2026	31/03/2026
<i>(valores em milhares de reais)</i>			
Atividades operacionais			
Lucro líquido do período atribuível aos acionistas da Controladora	266.950	(18.648)	248.302
Ajustes ao lucro líquido ecorrentes de:			
Aluguel linear	(8.996)	(129)	(9.125)
Depreciação e amortização	149.860	3.278	153.138
Resultado de equivalência patrimonial	(17.108)	17.108	-
Constituição de provisão para perda de crédito esperada	19.362	(1.149)	18.213
Remuneração com base em ações	11.214	(0)	11.214
Juros e variações monetárias sobre operações financeiras	208.240	3.007	211.247
Valor justo dos instrumentos financeiros derivativos	49.573	-	49.573
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(87.721)	(917)	(88.638)
(Ganho) perda na venda de propriedades para investimento	-	-	-
Rendimentos de aplicações financeiras	(79.323)	48	(79.275)
Baixa de mais valia	-	-	-
(Ganho) perda na venda de terrenos	(14.787)	2.533	(12.254)
Provisão para perda de investimentos e propriedades para investimento	-	-	-
Outras provisões	(15.587)	9.229	(6.358)
	481.676	14.361	496.037
Redução (aumento) dos ativos	111.677	4.303	115.980
Contas a receber de clientes	111.173	6.960	118.133
Depósitos Judiciais	913	(46)	867
Impostos a recuperar	(32.286)	526	(31.760)
Outros	31.877	(3.137)	28.740
Aumento (redução) dos passivos	(37.582)	53.031	15.449
Fornecedores	(15.412)	3.624	(11.788)
Impostos e contribuições a recolher	102.772	(2.841)	99.931
Outras obrigações	(127.990)	51.388	(76.602)
Receitas diferidas	3.047	861	3.908
Impostos pagos - IRPJ e CSLL	(86.354)	(296)	(86.650)
Impostos pagos - PIS, COFINS e ISS	(49.340)	(32)	(49.372)
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	420.077	71.367	491.444
Atividades de investimento			
Aquisição de ativo imobilizado	(9.552)	(800)	(10.352)
Aquisição de ativo intangível	(14.407)	(427)	(14.834)
Aquisição de propriedade para investimento - shoppings	(38.933)	(1.125)	(40.058)
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas	(9.600)	9.600	-
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas/amortização de quotas	-	-	-
Redução (aumento) em aplicações financeiras	322.471	(64.620)	257.851
Juros sobre capital próprio e dividendos recebidos	25.742	(25.742)	-
Recebimento pela alienação de participação societária e/ou imobiliária de shoppings	10.440	0	10.440
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	286.161	(83.114)	203.047
Atividades de financiamento			
Recebimento de empréstimos com partes relacionadas	-	-	-
Pagamento juros - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(3.005)	-	(3.005)
Pagamento principal - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(6.497)	-	(6.497)
Emissão de debêntures	-	-	-
Pagamento de juros de debêntures	(257.045)	-	(257.045)
Pagamento principal de debêntures	-	-	-
Pagamento de custos de estruturação debêntures	(393)	-	(393)
Pagamento de principal e juros de arrendamento por direito de uso	(11.101)	(17.016)	(28.117)
Recuperação de ações	-	-	-
Recuperação de debêntures	-	-	-
Alienação de ações	-	-	-
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos aos acionistas	(438.000)	-	(438.000)
Dividendos pagos aos acionistas não controladores	(25.802)	25.802	-
Pagamento de obrigações por compra de empresas	-	-	-
Caixa líquido gerado nas (consumido pelas) atividades de financiamento	(741.843)	8.786	(733.057)
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	(35.605)	(2.961)	(38.566)
Saldo de caixa e equivalente no final do período	24.965	6.429	31.394
Saldo de caixa e equivalente no início do período	60.570	9.390	69.960
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	(35.605)	(2.961)	(38.566)

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTÍTIPO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS | 2026

Conciliação Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial Período findo em 31 de março de 2026	ALLOS Consolidado 2026 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2026 - Gerencial
<i>(Valores em milhares de reais)</i>			
Receita bruta de aluguel e serviços	714.792	28.837	743.629
Impostos e contribuições e outras deduções	(51.089)	(122)	(51.211)
Receita líquida	663.702	28.716	692.418
Custo de aluguéis e serviços	(190.987)	(13.867)	(204.854)
Lucro bruto	472.715	14.849	487.564
(Despesas)/Receitas operacionais	(56.263)	(31.726)	(87.989)
Despesas administrativas e gerais	(163.026)	96.549	(66.477)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	n/a	33.163	(33.163)
Resultado da equivalência patrimonial	17.108	(17.108)	-
Despesa com depreciação	n/a	35.096	(35.096)
Outras (despesas)/receitas operacionais	89.655	(42.908)	46.747
Resultado financeiro	(181.423)	(1.734)	(183.157)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	235.029	(18.611)	216.418
Imposto de renda e contribuição social	31.920	(37)	31.884
Lucro líquido do período	266.950	(18.648)	248.302
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	248.302	(0)	248.302
Participações minoritárias	18.648	(18.648)	-
Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 31 de março de 2026	ALLOS Consolidado 2026 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2026 - Gerencial
<i>(Valores em milhares de reais)</i>			
Lucro líquido	266.950	(18.648)	248.302
(+) Depreciação / Amortização	149.859	3.279	153.138
(+) Resultado financeiro	181.423	1.734	183.157
(+) Imposto de renda e contribuição social	(31.920)	37	(31.884)
EBITDA	566.311	(13.598)	552.713
Margem EBITDA %	85,3%		79,8%
(+) Despesas não recorrentes	(50.488)	-	(50.488)
EBITDA Ajustado	515.823	(13.598)	502.225
Margem EBITDA Ajustado %	77,7%		72,5%
(-) Aluguel Linear	(8.996)	(129)	(9.125)
EBITDA Ajustado (ex- aluguel linear)	506.826	(13.727)	493.100
Margem EBITDA Ajustado (Ex- aluguel linear)%	77,4%		72,2%
Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 31 de março de 2026	ALLOS Consolidado 2026 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2026 - Gerencial
<i>(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>			
Lucro Líquido no período	266.950	(18.648)	248.302
(+) Depreciação e amortização	149.859	3.279	153.138
(=) FFO *	416.808	(15.368)	401.440
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(50.488)	-	(50.488)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(8.996)	(129)	(9.125)
(+)/(-) Impostos não caixa	(87.721)	(918)	(88.638)
(+)/(-) Efeito SWAP (Fair Value)	46.680	-	46.680
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	(1.033)	-	(1.033)
(=) FFO ajustado *	315.250	(16.414)	298.835
Margem AFFO %	48,2%		43,7%

* Indicadores não-contábeis

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTÍTIPO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS e PROFORMA | 2025

Conciliação Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial Período findo em 31 de março de 2025	ALLOS Consolidado 1T25 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 1T25 - Gerencial
<i>(Valores em milhares de reais)</i>			
Receita bruta de aluguel e serviços	699.732	(20.080)	679.652
Impostos e contribuições e outras deduções	(49.889)	1.102	(48.787)
Receita líquida	649.842	(18.978)	630.865
Custo de aluguéis e serviços	(173.903)	4.147	(169.756)
Lucro bruto	475.939	(14.831)	461.108
(Despesas)/Receitas operacionais	(28.256)	(41.914)	(70.170)
Despesas administrativas e gerais	(172.327)	65.297	(107.030)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	n/a	7.727	(7.727)
Resultado da equivalência patrimonial	17.201	(17.201)	-
Despesa com depreciação	n/a	36.999	(36.999)
Outras (despesas)/receitas operacionais	126.870	(45.284)	81.586
Resultado financeiro	(157.650)	37.150	(120.500)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	290.033	(19.595)	270.438
Imposto de renda e contribuição social	(11.929)	(3.839)	(15.768)
Lucro líquido do período	278.104	(23.433)	254.670
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	254.670	(0)	254.670
Participações minoritárias	23.433	(23.433)	-
Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 31 de março de 2025	ALLOS Consolidado 1T25 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 1T25 - Gerencial
<i>(Valores em milhares de reais)</i>			
Lucro líquido	278.104	(23.433)	254.670
(+) Depreciação / Amortização	150.556	(849)	149.707
(+) Resultado financeiro	157.650	(37.150)	120.500
(+) Imposto de renda e contribuição social	11.929	3.839	15.768
EBITDA	598.239	(57.594)	540.645
Margem EBITDA %	92,1%		85,7%
(+) Despesas não recorrentes	(84.873)	-	(84.873)
EBITDA Ajustado	513.366	(57.594)	455.772
Margem EBITDA Ajustado %	79,0%		72,2%
(-) Aluguel Linear	(11.514)	(991)	(12.505)
EBITDA Ajustado (ex- aluguel linear)	501.852	(58.585)	443.267
Margem EBITDA Ajustado (Ex- aluguel linear)%	78,6%		71,7%
Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 31 de março de 2025	ALLOS Consolidado 1T25 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 1T25 - Gerencial
<i>(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>			
Lucro Líquido no período	278.104	(23.433)	254.670
(+) Depreciação e amortização	150.556	(849)	149.707
(=) FFO *	428.659	(24.282)	404.377
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(84.873)	-	(84.873)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(11.514)	(991)	(12.505)
(+)/(-) Impostos não caixa	(55.185)	29.274	(25.911)
(+)/(-) Efeito SWAP (Fair Value)	(6.005)	-	(6.005)
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	(365)	-	(365)
(=) FFO ajustado *	270.716	4.001	274.718
Margem AFFO %	42,4%		44,4%

* Indicadores não-contábeis

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTÍTIPO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

CONCILIAÇÃO DOS INDICADORES FINANCEIROS AJUSTADOS PELA EXCLUSÃO DO SHOPPING TIJUCA

Indicadores financeiros Ex-Tijuca	1T26	1T25	1T26 / 1T25	1T26	1T25	1T26 / 1T25
		(proforma)	Δ%	Ex-Tijuca	Ex-Tijuca	Δ% Ex-Tijuca
<i>(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>						
Receita de locação	468.515	460.525	1,7%	451.667	434.109	4,0%
CDU	5.160	4.954	4,1%	4.842	4.614	4,9%
Outras receitas	15.868	3.925	304,2%	11.362	3.810	198,2%
Resultado de estacionamento	120.452	116.159	3,7%	118.826	112.240	5,9%
Resultado Operacional	609.994	585.564	4,2%	586.696	554.774	5,8%
(-) Custos operacionais	(38.460)	(28.242)	36,2%	(29.976)	(27.451)	9,2%
(-) PDD	(18.213)	(12.172)	49,6%	(15.011)	(11.693)	28,4%
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	553.321	545.149	1,5%	541.709	515.629	5,1%
Margem NOI	90,7%	93,1%		92,3%	92,9%	
(-) Impostos sobre faturamento	(51.211)	(48.787)	5,0%	(51.211)	(48.787)	5,0%
(+) Receita líquida de serviços	70.288	62.678	12,1%	70.288	62.678	12,1%
(+) Incorporação imobiliária	24.083	-	n/a	24.083	-	n/a
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(3.742)	(3.287)	13,8%	(3.742)	(3.287)	13,8%
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(99.640)	(114.757)	-13,2%	(99.640)	(114.757)	-13,2%
(=) EBITDA (ex-Ajuste aluguel linear)	493.100	440.997	11,8%	481.488	411.477	17,0%
Margem EBITDA	72,2%	71,6%		73,0%	70,3%	
(+) Receitas financeiras	90.757	112.860	-19,6%	90.757	112.860	-19,6%
(-) Despesas financeiras	(228.267)	(239.730)	-4,8%	(228.267)	(239.730)	-4,8%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(56.755)	(41.680)	36,2%	(56.755)	(41.680)	36,2%
(=) AFFO	298.835	272.447	9,7%	287.223	242.927	18,2%
Margem AFFO	43,7%	44,2%		43,5%	41,5%	

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MÚLTIPLO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

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.

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MÚLTIPLO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS