

RELATÓRIO
DE RESULTADOS
2T24

ALLOS



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

PORTUGUÊS

Com tradução simultânea para inglês

14 de agosto de 2024 – 4ª 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

Beatriz Baitello

Especialista 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

2T24

FFO CRESCE 41,1%

Rio de Janeiro, 13 de agosto 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 segundo trimestre de 2024 (2T24). A Companhia, ao final do 2T24 detinha participação em 47 shopping centers, totalizando 2.054 mil m² de ABL Total e 1.277 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 340 mil m².

DESTAQUES DO 2T24

FFO CRESCE 41,1%

No 2T24, o FFO atingiu R\$312,1 milhões, superando em 33,4% o mesmo período do ano anterior. O FFO por ação cresceu 41,1%, impulsionado pelos últimos programas de recompra de ações.

R\$1,1 BILHÃO DE CAPITAL RETORNADO

Nos 7 primeiros meses do ano, a ALLOS retornou aos acionistas R\$1,1 bilhão em dividendos (R\$612 milhões) e recompra de ações (R\$455 milhões), *yield* de aproximadamente 10%¹.

HELLOO/MÍDIA CRESCE 25,1%

A HELLOO segue entregando crescimentos consistentes trimestre após trimestre. As receitas com mídia somaram R\$35 milhões no 2T24, um aumento de 25,1% vs. o 2T23 e já atingem 5,2% do total de receita bruta da Companhia.

VENDAS CRESCEM 5,8% E VENDAS/M² 8,0%

As vendas totalizaram R\$9,4 bilhões, avançando 5,8% YoY. As vendas/m² atingiram R\$1.845/m², seguindo trajetória ascendente de +8,0% YoY, potencializadas pelas ações de qualificação de mix e gestão de portfólio.

SSR AUMENTA 2,6%

A ALLOS segue apresentando consistente performance de aluguéis, mesmo com o cenário de deflação, atingindo crescimento de SSR de 2,6% no 2T24.

ESTACIONAMENTO AVANÇA 14,2%

Resultado de estacionamento mais uma vez é destaque e atinge R\$113,3 milhões no 2T24, crescimento de 14,2% YoY, mesmo com o descasamento temporal da Páscoa que favoreceu o 1T24.

R\$1,8 BILHÃO JÁ RECEBIDO PELOS DESINVESTIMENTOS

Até junho de 2024 a ALLOS recebeu mais de R\$1,8 bilhão referente aos desinvestimentos anunciados, fechando o trimestre com 1,5x de alavancagem.

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

A ALLOS, reforçando o seu compromisso com a sustentabilidade, com os negócios e com a sociedade, divulgou metas públicas para 2030 e 2040. As metas visam alavancar a construção de relações e lugares diversos e inclusivos, promover o desenvolvimento pleno de nossos colaboradores e clientes, garantir a neutralidade de carbono e uso eficiente dos recursos naturais.

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.

¹Considera o preço de fechamento da ação em 30 de junho de 2024.



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Neste segundo trimestre, já percebemos os reflexos positivos do crescimento orgânico e redimensionamento do portfólio nos nossos indicadores operacionais. O indicador de vendas/m² apresentou um crescimento de 8,0% no trimestre versus o 2T23 e atingiu R\$1.845/m². As vendas dos nossos lojistas totalizaram R\$9,4 bilhões no trimestre, o que equivale a um crescimento de 5,8% versus o 2T23. O SSS do período foi de 3,9%, evidenciando o sucesso da nossa estratégia de gestão de portfólio e mix de lojas. Além disso, o ótimo desempenho das novas lojas resultaram em um crescimento de 18%, contribuindo positivamente para a performance total de vendas do portfólio.

Continuamos a aproveitar oportunidades de retomada de grandes áreas, com localização privilegiada e potencial para redensolvimento e satelitização. O alto volume de contratos comerciais assinados no período, totalizando 191 no trimestre, permitiu manter a nossa ocupação estável em 96,3%, além de reforçar a qualificação do mix de nossos shoppings e uma oferta de varejo mais alinhada com a demanda atual dos consumidores.

No 2T24, a receita líquida foi de R\$622 milhões, um crescimento de 3,8%, em relação ao 2T23, impactada pelos aumentos de 25% em mídia e de 14% em estacionamento. Com todos os shoppings do portfólio sendo operados pela Helloo, observamos o crescimento em mídia, que atingiu R\$35 milhões no 2T24. Como percentual da receita bruta total da Companhia, as receitas de mídia atingiram 5,2% no 2T24 versus 4,3% no 2T23, equivalente a um incremento de 90 bps. Estamos muito confiantes no grande potencial de crescimento dessa linha de negócio, inclusive em outras verticais além dos shopping centers.

No trimestre, a receita de locação atingiu R\$468 milhões, o que representa uma variação positiva de 1,3% em relação ao 2T23, apesar dos efeitos do IGP-M. O SSR também apresentou crescimento consistente e fechou o trimestre em 2,6%.

O EBITDA teve um crescimento de 2% em relação ao 2T23, apesar dos impactos do IGP-M, mencionados anteriormente, e de despesas mais concentradas no segundo trimestre de 2024.

O FFO por ação apresentou uma evolução expressiva, com crescimento de 41%. Essa performance foi impulsionada pela gestão muito bem-sucedida de nosso passivo, o que permitiu uma redução relevante do nosso custo de dívida que, aliada à performance operacional, levou a margem FFO a atingir 50% no 2T24, 11 p.p. maior que no 2T23. Adicionalmente, esse resultado foi potencializado pela execução do programa de recompra de ações, que reduziu a base de capital da Companhia.

Iniciamos mais uma importante etapa na revitalização do Parque Dom Pedro, no setor pedras, com intervenções tanto na área de shopping, quanto em fachada, com previsão de conclusão no 4T24. Demos continuidade às obras no piso L4 do Shopping Leblon, que transformará a antiga praça de alimentação em um espaço que vai oferecer uma experiência gastronômica única para nossos clientes, com previsão de conclusão no 4T24. Além disso, avançamos com as obras de revitalização de fachada no Shopping Villa-Lobos, Shopping Del Rey e Shopping da Bahia, que contarão com um visual diferenciado e atrativo aos nossos clientes, com previsão de conclusão entre o 4T24 e 1T25.

Em junho, movimentamos a zona norte do Rio de Janeiro com o lançamento da expansão no Shopping Tijuca. O projeto prevê a criação de uma área de mais de 2 mil m² de ABL com a inauguração de um novo *Taste Lab*, que receberá 22 novas operações de bares e restaurantes. O projeto contará com uma variedade de opções de alimentação cuidadosamente selecionadas, além de uma área infantil. O lançamento foi um grande sucesso, com grande demanda pelas áreas novas.

Projetos como esses garantem o crescimento orgânico contínuo para nossos shoppings, com taxas de retorno muito atrativas, uma vez que eles estão preparados para passar por essas transformações.

O 2T24 marcou a conclusão dos desinvestimentos anunciados desde o terceiro trimestre de 2023, com a entrada de mais de R\$1,8 bilhão em recursos para a Companhia. Com a concentração de participação em shoppings mais alinhados à estratégia de longo prazo da ALLOS.

Apesar de um cenário atual de menor liquidez no mercado de M&A em comparação ao ano passado, seguimos empenhados em executar nosso plano de desinvestimentos anunciado em março de 2024, sempre com foco no crescimento sustentável da Companhia e na geração de valor para os acionistas.

Utilizamos parte dos recursos recebidos dos desinvestimentos executando o programa de recompra de ações da Companhia. Em 2024, até a data desse relatório, já havíamos alocado R\$455 milhões em recompras que, em adição aos dividendos de R\$612 milhões distribuídos no ano, somam R\$1,1 bilhão, um retorno de 10,0% aos acionistas, considerando o preço de fechamento de 30 de junho de 2024. Vale destacar que, em junho de 2024, foram canceladas 31 milhões de ações que estavam em tesouraria, equivalente a mais de 5% do capital da Companhia. Do último programa de recompra aprovado, do total de 20 milhões de ações, ainda restam 6,9 milhões que podem ser adquiridas no âmbito desse programa.

Em abril de 2024, concluímos com sucesso a 1ª Emissão de Debêntures da ALLOS, captando R\$ 1,2 bilhão. O resultado reforça a confiança do mercado em nossa estratégia de negócios e solidez financeira. Tivemos excesso de demanda e exercemos a opção de lote adicional, o que nos permitiu reduzir o custo esperado da dívida para CDI + 0,52% a.a, evidenciando a percepção do mercado de baixo risco e a força da nossa marca.

Seguimos animados e empenhados em entregar resultados consistentes, aproveitando as oportunidades de geração de valor para os consumidores, lojistas, acionistas e sociedade.

Time ALLOS

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



PRINCIPAIS INDICADORES

RESULTADO 2T24

Entre o segundo trimestre de 2023 e o segundo 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	2T24	2T23 Proforma	2T24 / 2T23 Δ% Proforma	6M24	6M23 Proforma	6M24 / 6M23 Δ%Proforma
Informações gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto as percentuais e variações)						
Desempenho Financeiro						
Receita Líquida	626.823	592.225	5,8%	1.249.297	1.164.876	7,2%
NOI	552.841	517.918	6,7%	1.107.913	1.028.036	7,8%
Margem %	92,1%	91,6%	45 bps	92,4%	92,1%	29 bps
EBITDA Ajustado	447.588	427.562	4,7%	900.918	840.628	7,2%
Margem %	71,4%	72,2%	-79 bps	72,1%	72,2%	-5 bps
Lucro Líquido	326.103	115.161	n/a	417.168	3.066.933	-86,4%
Margem %	52,0%	19,4%	n/a	33,4%	n/a	n/a
FFO	312.090	233.957	33,4%	601.772	446.105	34,9%
Margem %	50,2%	39,1%	1113 bps	48,6%	37,9%	1073 bps
FFO por ação	0,58	0,41	41,1%	1,13	0,79	42,5%
Desempenho Financeiro Ex-Ajuste aluguel linear						
Receita Líquida	621.634	598.673	3,8%	1.238.029	1.177.619	5,1%
NOI	547.652	524.366	4,4%	1.096.645	1.040.779	5,4%
Margem %	92,0%	91,7%	29 bps	92,4%	92,2%	13 bps
EBITDA Ajustado	442.400	434.010	1,9%	889.650	853.371	4,3%
Margem %	71,2%	72,5%	-133 bps	71,9%	72,5%	-61 bps
Lucro Líquido	320.914	121.609	n/a	405.901	3.079.676	-86,4%
Margem %	51,6%	19,4%	n/a	33,4%	n/a	n/a
FFO	312.090	233.957	33,4%	601.772	446.105	34,9%
Margem %	50,2%	39,1%	1113 bps	48,6%	37,9%	1073 bps
FFO por ação	0,58	0,41	41,1%	1,13	0,79	42,5%
Total de ações ex-ações em tesouraria	533.605.580	564.327.907	-5,4%			
Total de ações	542.936.909	573.936.909	-5,4%			
(-) Total de ações em tesouraria	(9.331.329)	(9.609.002)	-2,9%			

Principais Indicadores	2T24	2T23	2T24/2T23 Δ%	6M24	6M23	6M24 / 6M23 Δ%
Informações gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto as percentuais e variações)						
Desempenho Operacional						
Vendas Totais @ 100% (R\$ mil) ¹	9.389.950	8.877.783	5,8%	18.145.082	16.955.094	7,0%
Vendas Totais @share (R\$ mil) ¹	6.186.680	5.918.947	4,5%	11.973.391	11.305.909	5,9%
Vendas Totais @ Proforma (R\$ mil) ¹	6.186.680	5.845.686	5,8%	11.973.391	11.194.857	7,0%
Vendas/m² (R\$)	1.845	1.708	8,0%	1.776	1.624	9,4%
Vendas/m² @Proforma (R\$)	1.845	1.748	5,6%	1.776	1.662	6,9%
SSS (% vendas mesmas lojas)	3,9%	2,3%	158 bps	5,0%	7,1%	-209 bps
SSR (% aluguel mesmas lojas)	2,6%	11,5%	-888 bps	3,5%	10,0%	-650 bps
Custo de Ocupação (% vendas)	10,5%	10,8%	-33 bps	10,7%	11,1%	-36 bps
Inadimplência Líquida (% receita)	1,1%	2,5%	-141 bps	2,5%	3,7%	-123 bps
Taxa de Ocupação (%)	96,3%	95,7%	61 bps	96,3%	95,7%	61 bps
ABL Total Final (m²)	2.053.778	2.075.195	-1,0%	2.053.778	2.075.195	-1,0%
ABL Própria Final (m²)	1.276.678	1.389.810	-8,1%	1.276.678	1.389.810	-8,1%

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



DESEMPENHO FINANCEIRO

RECEITAS

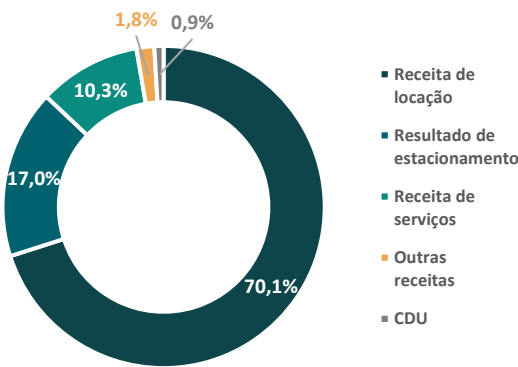
No segundo trimestre de 2024, a ALLOS apresentou receita líquida de R\$621,6 milhões, crescendo 3,8% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Mais uma vez, o crescimento de mídia foi destaque, atingindo 25,1% YoY, e representando 5,2% do total da receita bruta da Companhia. Além disso, o resultado de estacionamento cresceu 14,2% YoY, a despeito do descasamento temporal da Páscoa que favoreceu o 1T24.

A receita de locação foi de R\$468,5 milhões, um aumento de 1,3% versus o 2T23. O crescimento se deu em função, principalmente, das receitas de Mall e Mídia e do aluguel percentual, que foram mais que suficientes para compensar o impacto do cenário deflação no acumulado dos últimos 12 meses.

O resultado de estacionamento somou R\$113,4 milhões no 2T24, com aumento de 14,2% comparado ao mesmo trimestre de 2023. O crescimento pode ser explicado, majoritariamente, pelos reajustes de tarifas ocorridos ao longo de 2023.

No 2T24, a receita de serviços totalizou R\$68,7 milhões, representando um aumento de 5,5% em relação à base do ano anterior, principalmente impulsionada pela expansão dos serviços de mídia da Helloo.

Composição da Receita



Receitas por Natureza	2T24	2T23	2T24 / 2T23 Δ%	2T23 Proforma	2T24 / 2T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	468.457	498.308	-6,0%	462.546	1,3%
CDU	6.169	4.408	39,9%	4.281	44,1%
Resultado de estacionamento	113.382	108.127	4,9%	99.305	14,2%
Outras receitas¹	11.940	13.618	-12,3%	13.227	-9,7%
Receita de serviços	68.676	65.093	5,5%	65.093	5,5%
Ajuste aluguel linear	5.189	(7.736)	n/a	(6.448)	n/a
Impostos sobre faturamento	(46.989)	(45.780)	2,6%	(45.780)	2,6%
Receita Líquida	626.823	636.037	-1,4%	592.225	5,8%
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	621.634	643.774	-3,4%	598.673	3,8%

¹Inclui Incorporações imobiliárias e Novos negócios

Receitas por Natureza	6M24	6M23	6M24 / 6M23 Δ%	6M23 Proforma	6M24 / 6M23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	936.714	975.947	-4,0%	917.032	2,1%
CDU	11.924	10.808	10,3%	10.532	13,2%
Resultado de estacionamento	225.895	206.319	9,5%	192.148	17,6%
Outras receitas¹	17.722	16.946	4,6%	16.616	6,7%
Receita de serviços	142.510	131.925	8,0%	131.925	8,0%
Ajuste aluguel linear	11.267	(14.959)	n/a	(12.743)	n/a
Impostos sobre faturamento	(96.736)	(90.632)	6,7%	(90.632)	6,7%
Receita Líquida	1.249.297	1.236.352	1,0%	1.164.876	7,2%
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	1.238.029	1.251.312	-1,1%	1.177.619	5,1%

¹Inclui Incorporações imobiliárias e Novos negócios

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

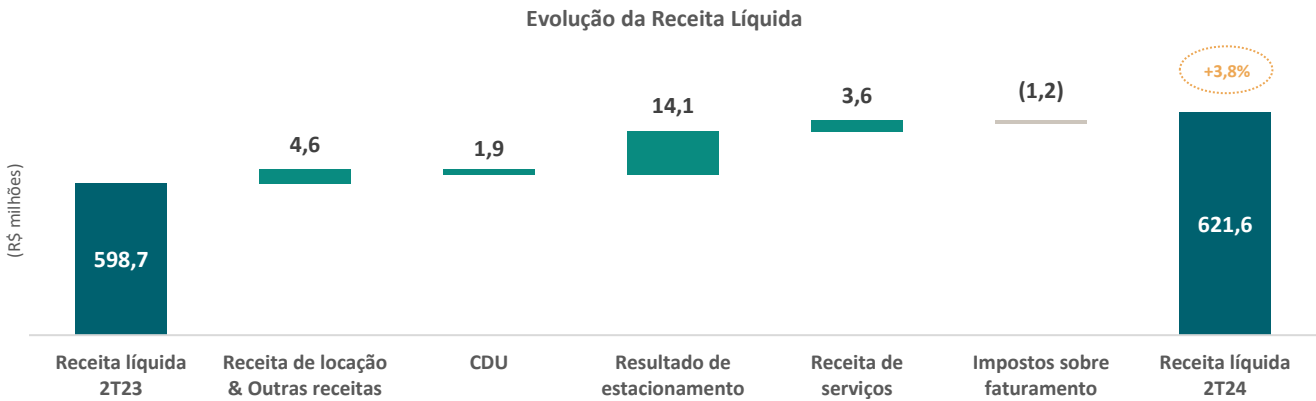
SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

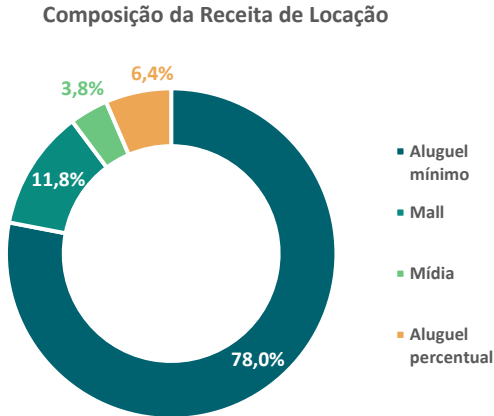


RECEITA DE LOCAÇÃO

A receita de locação atingiu R\$468,5 milhões, um aumento de 1,3% versus o 2T23, apesar do cenário de deflação acumulada nos últimos 12 meses. Adicionalmente, a forte performance de Mall & Mídia e a captura do crescimento em vendas através de aluguel percentual, contribuíram para o desempenho positivo na linha de locação.

No 2T24, a receita de aluguel mínimo totalizou R\$365,5 milhões. O aluguel percentual, por sua vez, somou R\$30,2 milhões, um crescimento de 8,3% em comparação ao mesmo período do ano anterior. O indicador de aluguel mesmas lojas (SSR), líquido de descontos, apresentou crescimento de 2,6% em comparação ao 2T23. A variação positiva do resultado foi impulsionada pela melhor performance de importantes datas do varejo em 2024 versus 2023, como Dia das Mães e Dia dos Namorados.

Em mais um trimestre, os destaques de crescimento foram as linhas de Mall & Mídia. As receitas com Mall atingiram R\$55,1 milhões e as receitas com locação de Mídia totalizaram R\$17,7 milhões, avanços de 9,5% e 12,6% versus 2T23, respectivamente. O crescimento em mídia demonstra a trajetória ascendente contínua dessa linha de negócios para a Companhia. Mais detalhes serão apresentados na seção correspondente.



NOI

No 2T24, o NOI da ALLOS atingiu R\$547,7 milhões, com margem de 92,0%, já considerando o efeito de provisão de devedores duvidosos (PDD). O indicador apresentou crescimento de 4,4% versus o mesmo período do ano anterior, impactado principalmente pelo resultado de estacionamento, que manteve sua trajetória ascendente ao longo do trimestre. O aumento de 29 bps YoY em margem NOI reflete a qualificação do mix de lojistas, com redução em inadimplência e consequente queda em provisionamento.

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



NOI	2T24	2T23	2T24 / 2T23 Δ%	2T23 Proforma	2T24 / 2T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	468.457	498.308	-6,0%	462.546	1,3%
Ajuste aluguel linear	5.189	(7.736)	n/a	(6.448)	n/a
CDU	6.169	4.408	39,9%	4.281	44,1%
Outras receitas	7.087	5.826	21,6%	5.435	30,4%
Resultado de estacionamento	113.382	108.127	4,9%	99.305	14,2%
Resultado Operacional	600.283	608.932	-1,4%	565.120	6,2%
(-) Custos operacionais dos shoppings	(32.149)	(34.406)	-6,6%	(29.609)	8,6%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(15.294)	(18.786)	-18,6%	(17.593)	-13,1%
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	547.652	563.477	-2,8%	524.366	4,4%
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	92,0%	91,4%	65 bps	91,7%	29 bps

NOI	6M24	6M23	6M24 / 6M23 Δ%	6M23 Proforma	6M24 / 6M23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
Receita de locação	936.714	975.947	-4,0%	917.032	2,1%
Ajuste aluguel linear	11.267	(14.959)	n/a	(12.743)	n/a
CDU	11.924	10.808	10,3%	10.532	13,2%
Outras receitas	12.869	9.154	40,6%	8.824	45,8%
Resultado de estacionamento	225.895	206.319	9,5%	192.148	17,6%
Resultado Operacional	1.198.670	1.187.268	1,0%	1.115.792	7,4%
(-) Custos operacionais dos shoppings	(62.410)	(67.852)	-8,0%	(59.786)	4,4%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(28.347)	(30.347)	-6,6%	(27.970)	1,3%
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	1.096.645	1.104.028	-0,7%	1.040.779	5,4%
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	92,4%	91,8%	53 bps	92,2%	13 bps

EBITDA AJUSTADO

No segundo trimestre de 2024, o EBITDA alcançou R\$442,4 milhões, com margem de 71,2% e crescimento de 1,9%. Além da performance operacional, o avanço das receitas de serviços, principalmente pelo aumento de 25,1% em receitas 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 3,3% em relação ao 2T23 harmonizado.

O resultado de R\$4,8 milhões de incorporação imobiliária é referente a uma nova venda de terreno anexo ao Parque Shopping Maceió para execução de um projeto de multiuso.

As Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) foram de R\$113,2 milhões no 2T24. Considerando a equalização do efeito da harmonização mencionado acima, o crescimento da linha de SG&A seria de 6,8% no 2T24 versus o 2T23 harmonizado, principalmente pelo efeito do dissídio aplicado à folha e aos novos programas de incentivo de longo prazo outorgados em 2024.

EBITDA	2T24	2T23	2T24 / 2T23 Δ%	2T23 Proforma	2T24 / 2T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	547.652	563.477	-2,8%	524.366	4,4%
(-) Impostos sobre faturamento	(46.989)	(45.780)	2,6%	(45.780)	2,6%
(+) Receita líquida de serviços	52.201	49.841	4,7%	49.841	4,7%
(+) Incorporação imobiliária	4.853	7.792	-37,7%	7.792	-37,7%
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(2.073)	(1.768)	17,3%	(1.768)	17,3%
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(113.244)	(100.441)	12,7%	(100.441)	12,7%
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	442.400	473.121	-6,5%	434.010	1,9%
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	71,2%	73,5%	-233 bps	72,5%	-133 bps
(=) EBITDA Ajustado (SG&A 2023 Harmonizado)	442.400	467.536	-5,4%	428.425	3,3%
Margem EBITDA Ajustado (SG&A Harmonizado)	71,2%	72,6%	-146 bps	71,6%	-40 bps

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



EBITDA	6M24	6M23	6M24 / 6M23 Δ%	6M23 Proforma	6M24 / 6M23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	1.096.645	1.104.028	-0,7%	1.040.779	5,4%
(-) Impostos sobre faturamento	(96.736)	(90.632)	6,7%	(90.632)	6,7%
(+) Receita líquida de serviços	109.437	101.873	7,4%	101.873	7,4%
(+) Incorporação imobiliária	4.853	7.792	-37,7%	7.792	-37,7%
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(1.733)	(2.662)	-34,9%	(2.662)	-34,9%
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(222.816)	(203.779)	9,3%	(203.779)	9,3%
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	889.650	916.620	-2,9%	853.371	4,3%
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	71,9%	73,3%	-139 bps	72,5%	-61 bps
(=) EBITDA Ajustado (SG&A 2023 Harmonizado)	889.650	906.036	-1,8%	842.787	5,6%
Margem EBITDA Ajustado (SG&A Harmonizado)	71,9%	72,4%	-55 bps	71,6%	29 bps

RECEITAS E DESPESAS NÃO-RECORRENTES

No 2T24, a linha de “Outras receitas/despesas operacionais” foi positiva em R\$133,9 milhões. O resultado pode ser explicado, majoritariamente, por:

- i. 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.
- ii. Despesas com reestruturação societária em subsidiária
- iii. Efeito líquido na alienação de ativos
- iv. Outros resultados não recorrentes

Outras Receitas/(Despesas) Operacionais	2T24
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais)	
Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(2.073)
Outras receitas/(despesas) operacionais não recorrentes	135.942
Plano de alinhamento e retenção de longo prazo	(8.385)
Despesas com reestruturação societária em subsidiária	(7.593)
Efeito líquido na alienação de ativos	152.920
Outros resultados não recorrentes	(1.001)
Outras receitas/(despesas) operacionais	133.869

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



RESULTADO FINANCEIRO

No 2T24, as receitas financeiras da ALLOS somaram R\$103,8 milhões, um aumento de 48,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, devido a um maior saldo médio de caixa. Já as despesas financeiras totalizaram R\$199,9 milhões no 2T24, uma redução de 0,8% em comparação ao 2T23. Esse resultado deriva majoritariamente das ações de gestão de passivo que vem sendo implementadas pela Companhia.

Resultado Financeiro	2T24	2T23	2T24 / 2T23 Δ%	2T23 Proforma	2T24 / 2T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receitas Financeiras	103.780	70.081	48,1%	70.081	48,1%
Receita Financeira	115.742	77.630	49,1%	77.630	49,1%
PIS & Cofins sobre receita financeira	(11.962)	(7.549)	58,5%	(7.549)	58,5%
Despesas Financeiras	(199.910)	(201.604)	-0,8%	(201.604)	-0,8%
Despesas com Juros & Variação Monetária	(175.052)	(178.320)	-1,8%	(178.320)	-1,8%
Custo de Estruturação	(6.043)	(5.391)	12,1%	(5.391)	12,1%
Outras Despesas Financeiras	(18.815)	(17.894)	5,1%	(17.894)	5,1%
SWAP (Valor Justo)	28.164	(6.201)	n/a	(6.201)	n/a
Resultado Financeiro Recorrente	(67.966)	(137.724)	-50,7%	(137.724)	-50,7%
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	(2.354)	39.000	n/a	39.000	n/a
Resultado Financeiro	(70.321)	(98.725)	-28,8%	(98.725)	-28,8%

Resultado Financeiro	6M24	6M23	6M24 / 6M23 Δ%	6M23 Proforma	6M24 / 6M23 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
Receitas Financeiras	180.899	139.379	29,8%	139.379	29,8%
Receita Financeira	199.113	152.418	30,6%	152.418	30,6%
PIS & Cofins sobre receita financeira	(18.215)	(13.039)	39,7%	(13.039)	39,7%
Despesas Financeiras	(376.347)	(423.889)	-11,2%	(423.889)	-11,2%
Despesas com Juros & Variação Monetária	(334.811)	(378.229)	-11,5%	(378.229)	-11,5%
Custo de Estruturação	(11.565)	(10.417)	11,0%	(10.417)	11,0%
Outras Despesas Financeiras	(29.971)	(35.243)	-15,0%	(35.242)	-15,0%
SWAP (Valor Justo)	17.820	6.070	n/a	6.070	n/a
Resultado Financeiro Recorrente	(177.628)	(278.440)	-36,2%	(278.440)	-36,2%
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	(1.918)	33.647	n/a	33.647	n/a
Resultado Financeiro	(179.546)	(244.793)	-26,7%	(244.793)	-26,7%

FFO

No 2T24, o FFO por ação cresceu 41,1%, 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\$312,1 milhões, com crescimento de 33,4% comparado com o mesmo período do ano anterior. A margem FFO alcançou 50,2%, 11,1 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	2T24	2T23	2T24 / 2T23 Δ%	2T23 Proforma	2T24 / 2T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
EBITDA Ajustado	447.588	465.385	-3,8%	427.562	4,7%
(+) Receitas financeiras	103.780	70.081	48,1%	70.081	48,1%
(-) Despesas financeiras	(199.910)	(201.604)	-0,8%	(201.604)	-0,8%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(34.180)	(68.530)	-50,1%	(68.530)	-50,1%
(+) Ajuste aluguel linear	(5.189)	7.736	n/a	6.448	n/a
(=) FFO	312.090	273.068	14,3%	233.957	33,4%
Margem FFO %	50,2%	42,4%	779 bps	39,1%	1113 bps
FFO por ação	0,58	0,48	20,7%	0,41	41,1%

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



Funds from Operations - FFO	6M24	6M23	6M24 / 6M23 Δ%	6M23 Proforma	6M24 / 6M23 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
EBITDA Ajustado	900.918	901.660	-0,1%	840.628	7,2%
(+) Receitas financeiras	180.899	139.379	29,8%	139.379	29,8%
(-) Despesas financeiras	(376.347)	(423.889)	-11,2%	(423.889)	-11,2%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(92.430)	(122.757)	-24,7%	(122.757)	-24,7%
(+) Ajuste aluguel linear	(11.267)	14.959	n/a	12.743	n/a
(=) FFO	601.772	509.353	18,1%	446.105	34,9%
Margem FFO %	48,6%	40,7%	790 bps	37,9%	1073 bps
FFO por ação	1,13	0,90	24,8%	0,79	42,5%

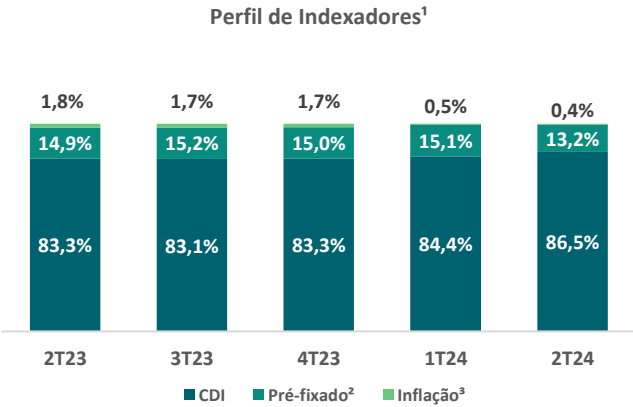
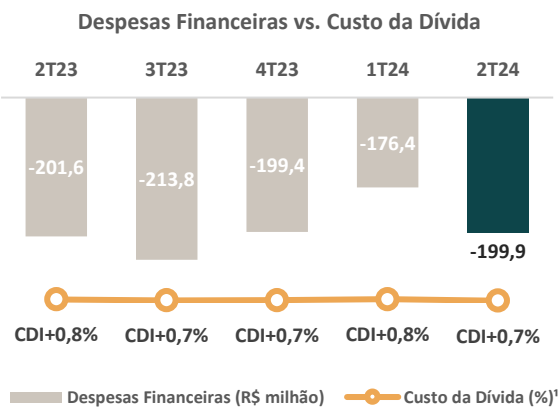
ENDIVIDAMENTO E ESTRATÉGIA DE CAPITAL

O custo médio da dívida da ALLOS foi de 12,5% no 2T24 (versus 13,3% no 1T24), o que equivale à taxa de CDI + 0,7%. O patamar alcançado decorre das ações de gestão de passivos realizadas nos últimos trimestres. No 2T24, a relação Dívida Líquida / EBITDA da Companhia foi de 1,5x.

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	1.112.495	5.078.371	6.190.866
Obrigação para compra de ativos	429.644	19.572	449.216
Instrumentos financeiros derivativos	-	29.394	29.394
Dívida Bruta	1.542.138	5.127.337	6.669.476
Caixa e aplicações financeiras	(3.477.748)	(187.789)	(3.665.537)
Dívida Líquida	(1.935.610)	4.939.548	3.003.939

Ao final de junho de 2024, a exposição das dívidas da ALLOS atrelada ao índice CDI era de 86,5%.

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

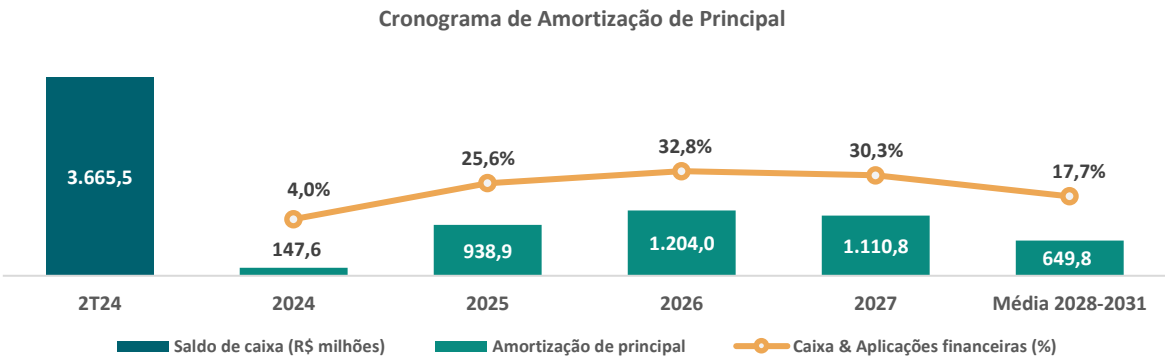
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

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.



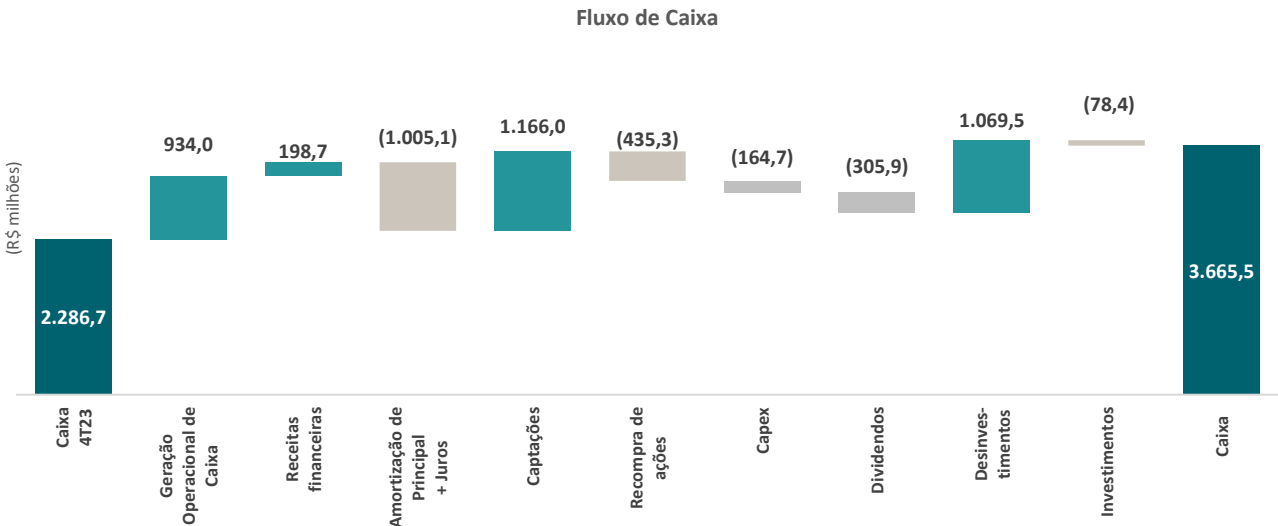
CAPEX

No segundo trimestre de 2024, o Capex realizado da ALLOS foi de R\$101,8 milhões, investidos, principalmente, em manutenção, projetos de inovação, implementação e licenciamento de softwares, assim como em revitalizações. A linha de “Outros” foi impactada principalmente pela aquisição de uma área de 9,4 mil m² no Shopping Grande Rio, localizado na cidade de São João de Meriti no Rio de Janeiro.

Capex Realizado	2T24	6M24
Informações Financeiras Gerenciais	(Valores em milhares de reais)	
Manutenção	35.663	53.579
Revitalização	16.336	35.653
Expansões & Terrenos	2.218	2.831
Imobilizado & Intangível	30.614	51.619
Outros	16.922	20.997
Total	101.753	164.680
Total ex-Aquisições	90.072	152.019

FLUXO DE CAIXA

A ALLOS apresentou geração operacional de caixa de R\$934,0 milhões no primeiro semestre 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.





DESEMPENHO OPERACIONAL

DESEMPENHO DE VENDAS

No segundo trimestre de 2024, as vendas totais da ALLOS somaram R\$9,4 bilhões, apresentando crescimento de 5,8% em relação ao 2T23. Essa performance reflete o sucesso das ações de renovação de mix, fortalecendo cada vez mais o portfólio da ALLOS.

O desempenho no trimestre foi impulsionado pelo aumento de vendas nos meses de maio e junho, que compensaram o efeito do descasamento temporal entre a Páscoa de 2023 e 2024. Considerando apenas os meses de maio e junho, o aumento de vendas totais atingiu 9,6% em 2024 frente ao mesmo período do ano anterior.

O indicador “vendas mesmas lojas” (SSS) manteve sua performance positiva, com crescimento de 3,9% no trimestre e de 5,0% no primeiro semestre de 2024. No acumulado do ano, os segmentos de maior destaque foram: Acessórios, Cosméticos e Joalherias (+11,6%); Conveniência, Serviços e Lazer (+6,0%); e Alimentação (+5,5%). As novas lojas também contribuíram positivamente para as vendas no período, registrando aumentos de 18,0% e 24,4% no 2T24 e no acumulado do ano, respectivamente.

SSS% por Segmento	2T24	6M24
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>		
Acessórios, Cosméticos e Joalherias	12,5%	11,6%
Alimentação	1,3%	5,5%
Conveniência, Serviços e Lazer	4,4%	6,0%
Lar, Papelaria e Eletrônicos	4,0%	2,1%
Moda e Calçados	2,8%	4,3%
Total	3,9%	5,0%

Os destaques no desempenho de vendas no trimestre foram: Shopping Campo Limpo (+19,6%), Parque Shopping Belém (+16,6%), Parque Shopping Maceió (+14,2%) e Catuaí Londrina (+13,0%).

No mês de Julho, o crescimento de vendas seguiu a tendência do primeiro semestre¹.

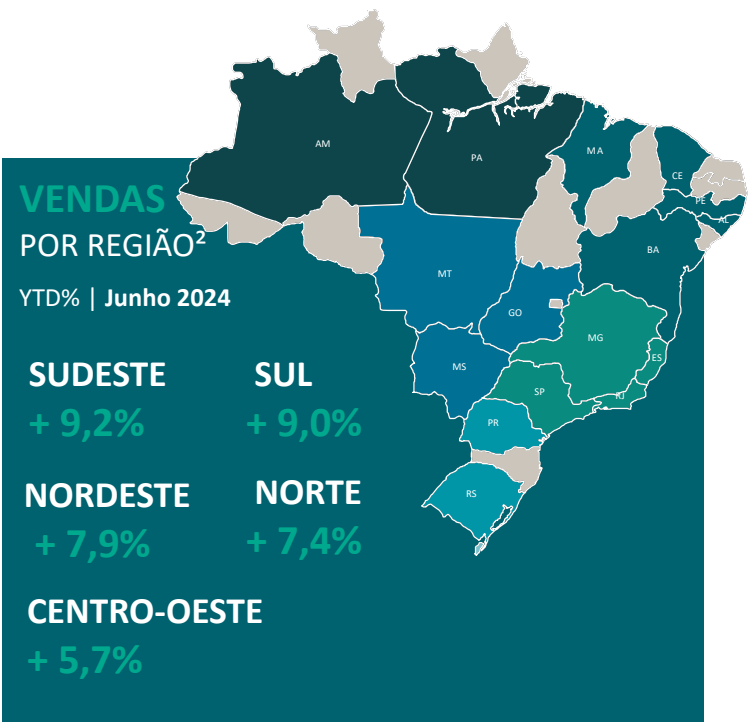
DESEMPENHO POR REGIÃO

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

No primeiro semestre de 2024, a região Sudeste se destacou, com crescimento de 9,2% na comparação com o 1S23.

A região Sul manteve a dinâmica positiva observada nos últimos trimestres com crescimento de vendas tanto no acumulado do ano, quanto no trimestre, impulsionado, sobretudo, pela performance de vendas do Shopping Catuaí Londrina.

As demais regiões também mantiveram um ritmo positivo de vendas no primeiro semestre de 2024, com expansão de 7,9% na região Nordeste, com os shoppings Recife e Bahia integrando os 5 maiores em vendas no período, e 7,4% na região Norte, com relevante contribuição das vendas do Manauara Shopping.



¹Informação preliminar, não auditada. ²@100%

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

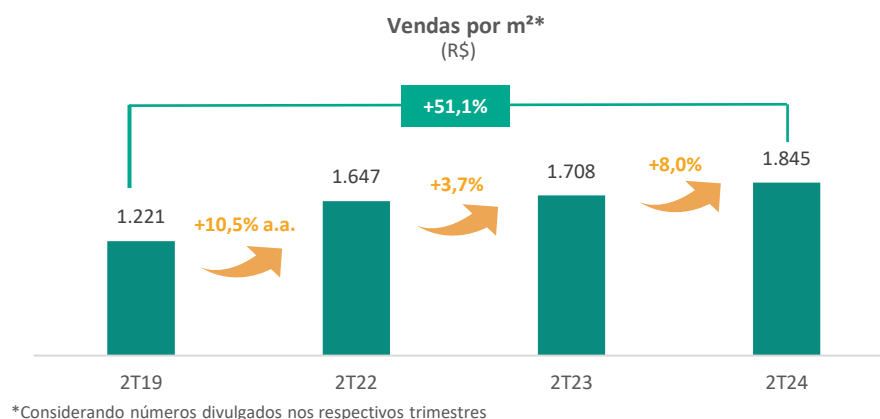
MÍDIA

M&A

ANEXOS

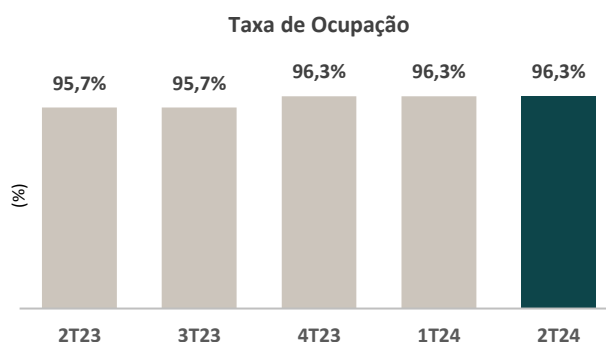
VENDAS/M²

As vendas/m² no 2T24 atingiram R\$1.845/m², um aumento de 8,0% 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 8,6% no período vs. IPCA médio para o mesmo período de 5,9%, o que representa um crescimento de 51,1%.



TAXA DE OCUPAÇÃO E ATIVIDADE COMERCIAL

A taxa de ocupação ao final do 2T24 foi de 96,3%, aumento de 60 bps em relação ao mesmo período do ano anterior, evidenciando a efetividade da força comercial e maior atratividade do portfólio de shoppings da Companhia. Importante mencionar que ao longo do 2T24 foram retomadas novas áreas de varejistas que passaram por dificuldades financeiras, visando além de capturar oportunidades estratégicas para o portfólio, uma maior rentabilização dos aluguéis. Mesmo considerando este efeito pontual, a taxa de ocupação do 2T24 se manteve estável na comparação com os últimos trimestres.



No 2T24 foram assinados 191 contratos nos shoppings próprios da Companhia, representando uma adição de 27,6 mil m² em ABL. Considerando os shoppings de terceiros administrados, 242 novas operações foram comercializadas, equivalentes à 33,2 mil m².

Entre os destaques de contratos recém-assinados estão: Smartfit nos shoppings São Bernardo e NorteShopping; Outback Steakhouse no Shopping Franca; Ferro e Farinha no Shopping Leblon; Daiso Japan e Adidas no Shopping Catuaí Maringá; Kiko Milano no Boulevard Belo Horizonte e expansão da Chanel no Shopping Leblon.

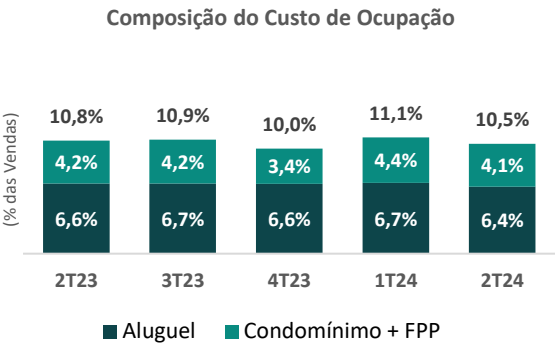
Entre os destaques de inaugurações recentes estão: Sephora no Shopping Catuaí Londrina; Adidas no Shopping Parque D. Pedro; cinco lojas Vivara Life, nos Shopping Villa Lobos, Passeio das Águas, Araçatuba, Shopping Cariri e Rio Anil; Bar do Zeca no NorteShopping; Alô Bebê no Shopping Center Uberlândia e Coco Bambu no Shopping Plaza Sul.





CUSTO DE OCUPAÇÃO

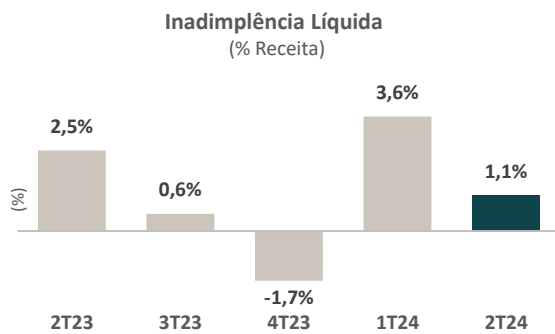
No segundo trimestre de 2024, o custo de ocupação¹ foi de 10,5%, redução de 30 bps frente ao reportado no 2T23, acompanhando o aumento de vendas no trimestre. As despesas de aluguel representaram 6,4%, enquanto os encargos comuns e despesas com fundo de promoção (FPP) representaram 4,1% do custo total.



¹Considera apenas lojistas que realizaram vendas no período.

INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA

No 2T24, a inadimplência líquida apresentou redução de 140 bps na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior, atingindo 1,1% da receita, motivada pela trajetória positiva de vendas no trimestre, que manteve o custo de ocupação estável no período.



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.

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

Em abril de 2024, a ALLOS publicou seu primeiro Relatório de Sustentabilidade como Companhia combinada.

O relatório reafirma a estratégia de sustentabilidade da Companhia, revisando os compromissos dos *Sustainable Life Centers*, que orientam o investimento em projetos e iniciativas nas frentes ambiental, social e de governança, com metas públicas e internas a serem atingidas até 2030 e 2040. As metas visam alavancar a construção de relações e lugares diversos e inclusivos, promover o desenvolvimento pleno de colaboradores e clientes, garantir a neutralidade de carbono e uso eficiente dos recursos naturais e impulsionar os shoppings como espaço de transformação.

O relatório pode ser acessado neste [link](#).

ABRIL AZUL

Os shoppings da ALLOS realizaram uma iniciativa transformadora neste Abril Azul, dedicado à conscientização sobre o autismo, com o lançamento da cartilha exclusiva de distribuição gratuita “Inclusão: palavra que toca o coração”. Através da história de Theo - um menino com autismo - e Jade, a cartilha visa educar e sensibilizar o público sobre o tema, reforçando a importância do acolhimento e do entendimento das singularidades. A campanha incluiu ainda a distribuição de kits sensoriais e outras iniciativas.



Arraiá Solidário – Goiânia Shopping

A ALLOS acredita que momentos especiais têm o poder de transformar vidas e os shoppings exercem constantemente seu papel de impactar positivamente a sociedade. Foi exatamente isso que aconteceu durante o 1ª Edição do Arraiá do Goiânia Shopping. Durante três dias, famílias inteiras se reuniram para celebrar as tradições juninas e vivenciar momentos inesquecíveis. Mas o evento foi muito além da festa. Graças à generosidade dos visitantes, foram arrecadadas seis toneladas de alimentos não perecíveis, que foram doados para a Associação Tio Cleobaldo, que atende pessoas em situação de rua e famílias em vulnerabilidade social.

SOS RIO GRANDE DO SUL

Neste momento desafiador para a população gaúcha, a ALLOS se solidarizou com todas as pessoas afetadas pelas enchentes no Rio Grande do Sul. Em parceria com o União BR, a ALLOS distribuiu milhares de refeições e litros de água. Além disso, a Companhia transformou os shoppings na região – Shopping Villagio Caxias e Shopping Praça Nova Santa Maria - em centros de acolhimento e doação. O público contribuiu com itens essenciais, como alimentos não perecíveis, água potável e produtos de higiene pessoal.



DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃOPRINCIPAIS
INDICADORESDESEMPENHO
FINANCEIRODESEMPENHO
OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

O Programa de *Loyalty* na jornada de lojistas e consumidores

Em mais um trimestre com resultados positivos do *Loyalty*, o programa atingiu mais de 2,5 mil benefícios disponíveis para resgate dos membros, aumento de 56% em relação ao 2T23, proporcionando uma jornada cada vez mais encantadora para as mais de 2,2 milhões de pessoas são usuárias frequentes dos *apps*.

No 2T24, o número de acessos aumentou 55%, além de um crescimento de mais de 18% na utilização dos benefícios disponíveis para membros do Programa em comparação ao 2T23.

Adicionalmente, o programa apresentou um crescimento de 91% no número de lojistas que disponibilizam benefícios na comparação com o mesmo período do ano anterior. Resultados como esse comprovam a percepção de valor do Programa pelos lojistas como uma ferramenta importante para aumento de vendas.

Expansão do Programa de *Loyalty*

Alinhada ao objetivo de estar sempre presente na jornada de consumidores e lojistas, oferecendo um ecossistema completo, a ALLOS celebra o primeiro trimestre do novo Programa de *Loyalty* do Shopping Leblon, o primeiro shopping do projeto de *rollout* da Companhia em que todos os shoppings ALLOS contarão com seu próprio Programa de *Loyalty*.

Solar Shopping Leblon

Ao final do 1T24 ocorreu o lançamento do novo Programa de *Loyalty* do Shopping Leblon, com diversas evoluções e novidades em relação ao anterior, aperfeiçoando ainda mais a experiência dos usuários.

Os resultados dos primeiros três meses do novo Solar Shopping Leblon comprovam como a implementação de um modelo maduro de Programa de *Loyalty* impacta de forma positiva e significativa a jornada de consumidores e lojistas.

No primeiro trimestre de utilização do novo aplicativo, o GMV (*Gross Merchandise Value*) aumentou 59% vs. o 2T23, evidenciando o engajamento dos clientes. O número de notas fiscais enviadas cresceu 73% e o número de benefícios resgatados aumentou 452% vs. o 2T23. Além disso, os mais de 350 benefícios disponíveis para os clientes Solar mostram o engajamento dos lojistas com o novo modelo de Programa de *Loyalty*.



+452%
DE BENEFÍCIOS
RESGATADOS
2T24 VS 2T23

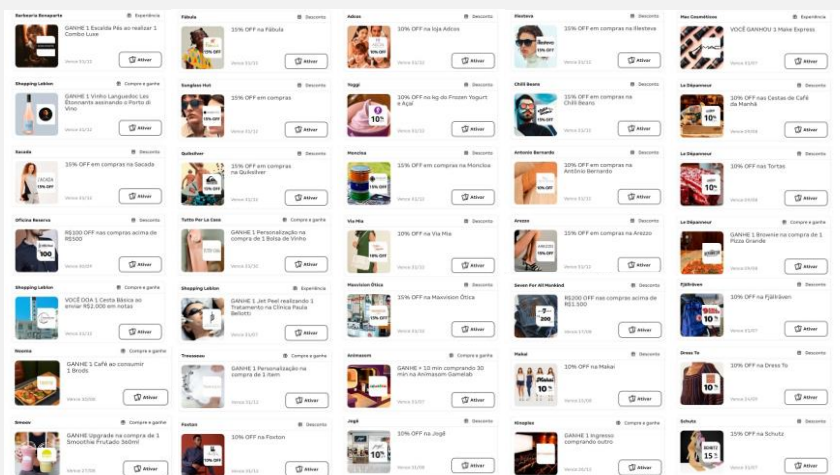
+350
DE BENEFÍCIOS
DISPONÍVEIS PARA
RESGATE

+73%
DE ENVIO DE
NOTAS FISCAIS
2T24 VS 2T23

+59%
GMV
2T24 VS 2T23



Alguns dos mais de **350 benefícios disponíveis para resgate** pelos clientes Solar



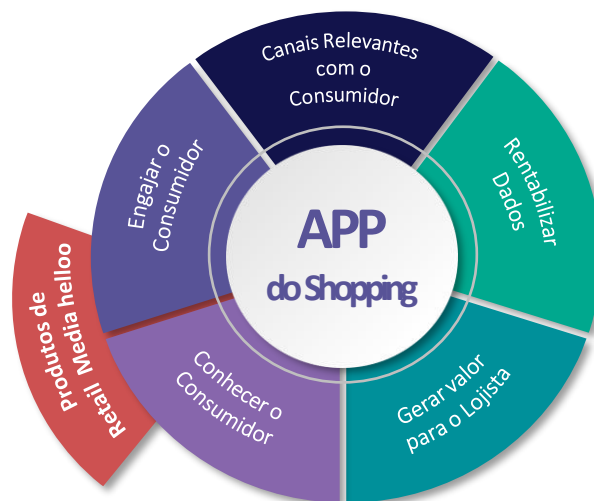
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Monetização de Dados através de mídia, conectando o nosso Negócio

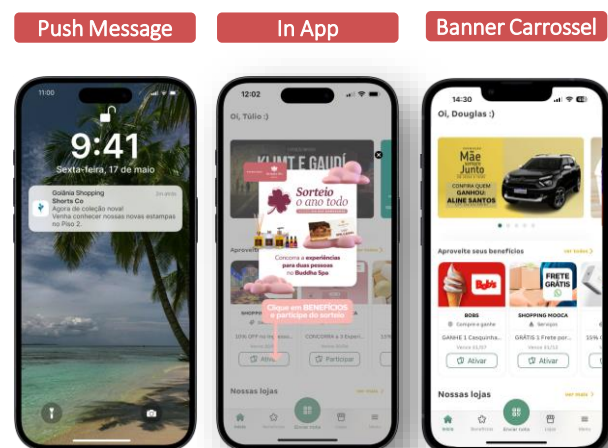
No 2T24 foram registradas mais de 90 mil sessões diárias nos aplicativos dos shoppings em que o Programa de Loyalty está presente desde 2020, proporcionando uma audiência ampla e recorrente para os lojistas. Essa audiência registrou GMV equivalente a 28% nos respectivos shoppings.

Esses resultados possibilitam a criação de produtos publicitários para uma audiência relevante e hiper-segmentada, em linha com a estratégia da ALLOSTECH de rentabilização dos dados capturados através do *Loyalty*.

O crescimento do volume de membros engajados com o Programa e do montante de GMV capturado, geram os insumos para a criação de produtos de *Retail Media* nos ambientes digitais da ALLOS, complementando a oferta em *Digital Out of Home* levada pela Helloo ao mercado publicitário.



helloo Retail



No 2T24 foi desenvolvido um leque de formatos de ativação publicitária às bases de usuários dos aplicativos, disponibilizado aos lojistas dos empreendimentos para ações de *Awareness* ou *Conversão de Vendas*.

Orientação a Dados de Consumo

O diferencial da publicidade em ambientes de consumo reside no profundo conhecimento sobre os hábitos de compra da audiência desses ambientes.

Os produtos de mídia helloo Retail possuem mais de 10 possibilidades de segmentação, levando em conta marcas e segmentos consumidos, ticket médio, recorrência de consumo, dentre outros.

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



MÍDIA

PROCESSO DE EXPANSÃO

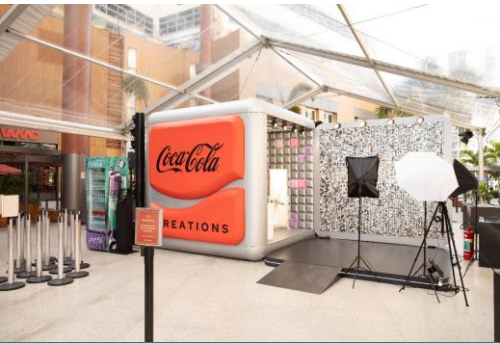
No segundo trimestre de 2024, a Helloo, empresa de mídia do grupo ALLOS, avançou com a estratégia de crescimento e expansão de cobertura. Foi realizada a digitalização de quatro novos shoppings centers, além da instalação de 869 novas telas em elevadores de edifícios residenciais, atingindo o número de 12.748 telas em edifícios e 1.691 em shoppings centers.

HELLOO LIVE

A Hello Live, uma agência de live marketing focada em shoppings centers e condomínios residenciais, expandiu sua atuação no segundo trimestre, com foco especial em *brand experience*.

Em parceria com Agência Media Brands, a Coca-Cola lançou seu novo sabor, Coca-Cola K-Wave Sem Açúcar, em uma ação exclusiva no NorteShopping. Como parte dessa estratégia, foi criar a experiência “Coke Clube”, que proporciona aos consumidores uma vivência única e imersiva.

Com a Helloo Live, as marcas estão tendo a oportunidade de explorar um novo formato de comunicação, que não apenas promove produtos, mas também cria experiência memoráveis que fortalecem a conexão com os consumidores.



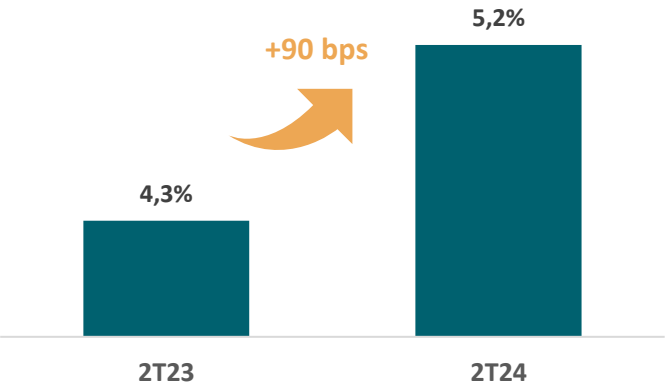
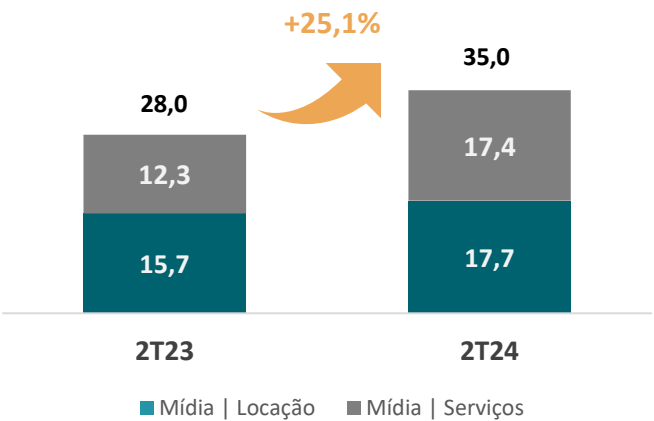
Lançamento do novo sabor
Coca-Cola K-Wave Sem Açúcar

EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO DE MÍDIA

A linha de negócios de mídia segue como destaque de crescimento da Companhia, registrando faturamento de R\$ 35,0 milhões no segundo trimestre de 2024, crescimento de 25,1% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Como percentual da receita total da ALLOS, a linha de negócios de mídia avançou 90 bps em relação ao 2T23, atingindo 5,2%.

Faturamento de Mídia
(R\$ Milhões)

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 Expansões

OPERAÇÕES DE M&A

Em relação aos desinvestimentos recentes, todos foram concluídos até o final de junho de 2024 e já foi recebido mais de R\$1,8 bilhão. Seguem abaixo os dados das transações com as respectivas atualizações do trimestre:

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%	-
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

EXPANSÃO

Taste Lab Shopping Tijuca

O Shopping Tijuca, localizado no coração de um dos bairros mais tradicionais da cidade, anuncia uma nova expansão, com início das obras em 2025. O projeto prevê a criação de uma área com 2.165 m² de ABL e a inauguração de um novo Taste Lab, que receberá 22 novas operações de bares e restaurantes, com uma variedade de opções de alimentação cuidadosamente selecionadas, além de uma área infantil.

A novidade integra o plano de expansão iniciado em 2019 com a revitalização de 13 mil m², que trouxe novos ambientes, como lounges, elevadores panorâmicos e uma praça de alimentação totalmente renovada, acompanhada de um paisagismo diferenciado, com design assinado por especialistas renomados. A integração perfeita entre as áreas internas e externas do shopping conta com uma área de entretenimento completa, com parque infantil e palco para shows. São ambientes projetados para proporcionar experiências memoráveis, com produtos de qualidade, conforto e inovação constante.

O objetivo do Taste Lab é oferecer uma abordagem diferenciada e descomplicada à gastronomia, fundindo experiências gastronômicas com arte e entretenimento em um ponto de encontro inclusivo e acolhedor, seguindo as tendências globais e criando memórias afetivas inesquecíveis.

O projeto é um importante aliado para o novo conceito de shopping da ALLOS, que vai muito além de um centro de compras e busca fazer cada vez mais parte da vida dos seus visitantes – aumentando o seu *share of life*.



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%	38.405	10.769	97,3%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50,0%	21.758	10.879	97,8%	-
Bangu Shopping	RJ	90,0%	57.905	52.115	96,2%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80,0%	39.722	31.773	97,6%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70,0%	41.666	29.167	97,9%	A / C / CSC
Carioca Shopping	RJ	85,0%	33.930	28.840	92,6%	A / C / CSC
Catuai Shopping Londrina	PR	93,0%	57.021	53.029	98,3%	A / C / CSC
Catuai Shopping Maringá	PR	100,0%	33.571	33.571	97,2%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65,0%	28.182	18.318	97,9%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21,0%	56.917	11.953	94,6%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60,0%	37.527	22.516	92,9%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76,9%	18.725	14.404	89,7%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48,8%	28.475	13.907	98,2%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83,4%	23.681	19.759	98,2%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100,0%	47.146	47.146	99,0%	A / C / CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	60,0%	42.070	25.242	98,9%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72,5%	71.201	51.621	96,3%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro	SP	51,6%	126.200	65.119	98,3%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51,0%	33.978	17.329	98,3%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	39.891	19.945	97,8%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90,0%	74.432	66.989	92,2%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100,0%	44.552	44.552	95,2%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	60,0%	23.938	14.363	97,2%	A / C / CSC
Rio Anil	MA	50,0%	39.519	19.760	95,9%	A / C
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60,0%	42.901	25.741	93,9%	A / C / CSC
São Luís Shopping	MA	8,8%	56.226	4.961	74,5%	-
Shopping ABC	SP	1,3%	47.650	605	88,9%	-
Shopping Campo Grande	MS	70,9%	40.269	28.551	96,1%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20,0%	30.009	6.002	98,1%	A / C / CSC
Shopping Curitiba	PR	49,0%	22.537	11.043	90,4%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71,5%	70.647	50.506	96,4%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80,0%	38.265	30.612	97,1%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75,0%	48.271	36.204	95,9%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50,0%	43.043	21.521	96,3%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51,0%	28.581	14.576	98,2%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100,0%	18.759	18.759	87,8%	A / C / CSC
Shopping Metrôpole	SP	100,0%	28.907	28.907	96,4%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40,0%	32.658	13.063	93,9%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75,3%	45.001	33.899	95,6%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30,8%	80.160	24.713	99,2%	C
Shopping Taboão	SP	92,0%	37.078	34.111	95,4%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100,0%	49.535	49.535	97,8%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	100,0%	35.555	35.555	97,7%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50,0%	71.105	35.553	97,1%	A / C / CSC
Shopping Villagio Caxias do Sul	RS	61,0%	29.662	18.094	95,9%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63,4%	28.260	17.917	96,0%	A / C / CSC
Via Parque Shopping	RJ	5,1%	56.478	2.861	90,5%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	87,4%	11.809	10.322	100,0%	N/A
Total Portfólio		62,2%	2.053.778	1.276.678	96,3%	

DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃOPRINCIPAIS
INDICADORESDESEMPENHO
FINANCEIRODESEMPENHO
OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

ANEXOS

PROJETOS DE EXPANSÃO, REVITALIZAÇÃO E REDESENVOLVIMENTO



Expansão:
+5 '000 m²

Em desenvolvimento de projetos



**PARQUE
SHOPPING
MACEIÓ**



Expansão:

Em desenvolvimento de projetos



Revitalização:

Em desenvolvimento de projetos



**SHOPPING
TIJUCA**



Revitalização:

1ª fase: Conclusão em 2022

2ª fase: Conclusão em 2023

3ª fase: Em construção

4ª fase: 2025

5ª fase: 2026



**PARQUE
D. PEDRO
SHOPPING**



Revitalização:

Em construção



**SHOPPING
DA BAHIA**



Revitalização:

Em construção



**SHOPPING
VILLA LOBOS**



EXPANSÃO



REVITALIZAÇÃO



REDESENVOLVIMENTO



Revitalização:
Em construção

SHOPPING DEL REY



Revitalização:
Em construção

CENTER UBERLÂNDIA



Revitalização:
Em construção

GOIÂNIA SHOPPING



Redesenvolvimento:
Em construção

SHOPPING LEBLON



Redesenvolvimento:
Em Licitação

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			9,9%	827.283	13,2%	
Bradesco	TR	7,2%	8,2%	80.428	1,3%	ago-27
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	10,0%	11,1%	63.549	1,0%	jun-27
Itaú	TR	9,8%	10,9%	66.164	1,1%	mai-30
Santander	TR	6,8%	7,9%	38.581	0,6%	jun-25
CRI Mapa 4	TR	9,0%	10,1%	578.562	9,2%	mar-25
CDI			12,9%	5.435.687	86,5%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	1,0%	12,8%	100.303	1,6%	jun-29
Debenture (6ª emissão. 1ª serie)	CDI	1,4%	13,2%	1.039.892	16,5%	ago-27
Debenture (5ª emissão. 1ª serie)	CDI	1,4%	13,3%	242.302	3,9%	mar-27
Debenture (5ª emissão. 2ª serie)	CDI	1,6%	13,4%	274.426	4,4%	mar-29
Debenture XII (CRI - ICVM400)	CDI	1,2%	13,0%	498.676	7,9%	jul-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,0%	12,8%	324.775	5,2%	mar-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,2%	13,0%	298.327	4,7%	mar-30
Debenture (8ª emissão. 1ª serie)	CDI	0,6%	12,3%	359.937	5,7%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 2ª serie)	105% CDI	0,0%	12,3%	385.852	6,1%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 3ª serie)	CDI	0,5%	12,2%	479.975	7,6%	abr-31
10ª Debenture	CDI	1,3%	13,1%	912.875	14,5%	nov-27
CCB Bradesco	CDI	1,6%	13,4%	135.883	2,2%	abr-25
CCB Itaú	CDI	1,3%	13,1%	315.249	5,0%	out-26
CRI Villa Lobos	CDI	1,8%	13,6%	67.215	1,1%	mai-31
IGP-DI			5,4%	23.059	0,4%	
Gaia Securitizadora (CRI)	IGP-DI²	8,0%	5,4%	23.059	0,4%	mai-25
Total			12,5%	6.286.030	100,0%	
Total		CDI+	0,7%			

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

Composição da Dívida Consolidado	Contábil 2T24	Efeitos CPC 18/19	Gerencial 2T24
(valores em milhares de reais)			
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	6.190.866	-	6.190.866
Obrigação para compra de ativos	450.000	(784)	449.216
Instrumentos financeiros derivativos	29.394	-	29.394
Dívida Bruta	6.670.260	(784)	6.669.476
Caixa e aplicações financeiras	(3.754.893)	89.356	(3.665.537)
Dívida Líquida	2.915.367	88.572	3.003.939

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 JUNHO DE 2023 E 2024

Demonstrações Financeiras Consolidadas	2T24	2T23	2T24 / 2T23 Δ%	2T23 Proforma	2T24 / 2T23 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	689.633	697.171	-1,1%	n/a	n/a
Impostos e contribuições e outras deduções	(47.975)	(46.989)	2,1%	n/a	n/a
Receita líquida	641.659	650.181	-1,3%	n/a	n/a
Custo	(178.784)	(222.367)	-19,6%	n/a	n/a
Custo de aluguéis e serviços	(63.167)	(70.831)	-10,8%	n/a	n/a
Depreciação e Amortização	(115.617)	(151.535)	-23,7%	n/a	n/a
Lucro bruto	462.875	427.815	8,2%	n/a	n/a
Receitas/(despesas) operacionais	(51.051)	(108.972)	-53,2%	n/a	n/a
Despesas administrativas e gerais	(131.670)	(114.929)	14,6%	n/a	n/a
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(6.960)	(4.755)	46,4%	n/a	n/a
Resultado da equivalência patrimonial	19.344	28.153	-31,3%	n/a	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(36.491)	(30.424)	19,9%	n/a	n/a
Outras receitas (despesas) operacionais	104.725	12.982	n/a	n/a	n/a
Resultado financeiro	(66.040)	(95.886)	-31,1%	n/a	n/a
Lucro antes dos impostos	345.783	222.957	55,1%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social corrente	(61.153)	(66.093)	-7,5%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social diferido	63.772	22.504	n/a	n/a	n/a
Lucro líquido do período	348.402	179.368	94,2%	-	n/a
Lucro Atribuível aos:					
Acionistas controladores	326.103	152.985	113,2%	n/a	n/a
Acionistas não controladores	22.299	26.383	-15,5%	n/a	n/a
Lucro líquido do período	348.402	179.368	94,2%	-	n/a
Demonstrações Financeiras Gerenciais	2T24	2T23	2T24 / 2T23 Δ%	2T23 Proforma	2T24 / 2T23 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	673.812	681.817	-1,2%	638.005	5,6%
Impostos e contribuições e outras deduções	(46.989)	(45.780)	2,6%	(45.780)	2,6%
Receita líquida	626.823	636.037	-1,4%	592.225	5,8%
Custo	(176.894)	(218.103)	-18,9%	(212.113)	-16,6%
Custo de aluguéis e serviços	(63.917)	(68.444)	-6,6%	(62.455)	2,3%
Depreciação e Amortização	(112.977)	(149.659)	-24,5%	(149.659)	-24,5%
Lucro bruto	449.929	417.934	7,7%	380.112	18,4%
Receitas (despesas) operacionais	(15.892)	(120.062)	-86,8%	(120.062)	-86,8%
Despesas administrativas e gerais	(106.284)	(95.686)	11,1%	(95.686)	11,1%
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(6.960)	(4.755)	46,4%	(4.755)	46,4%
Variação de valor justo de propriedades	-	-	n/a	-	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(36.517)	(30.872)	18,3%	(30.872)	18,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	133.869	11.251	n/a	11.251	n/a
Resultado financeiro	(70.321)	(98.725)	-28,8%	(98.725)	-28,8%
Lucro antes dos impostos	363.716	199.148	82,6%	161.325	125,5%
Imposto de renda e contribuição social corrente	(34.180)	(68.530)	-50,1%	(68.530)	-50,1%
Imposto de renda e contribuição social diferido	(3.433)	22.366	n/a	22.366	n/a
Lucro líquido do período	326.103	152.984	113,2%	115.161	n/a

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS



BALANÇO PATRIMONIAL

Balanco Patrimonial	ALLOS Consolidado		Ajustes		ALLOS Consolidado Gerencial	
	30/06/2024	31/12/2023	30/06/2024	31/12/2023	30/06/2024	31/12/2023
(Valores em milhares de reais)						
ATIVO						
Circulante						
Caixa e equivalentes de caixa	36.677	44.317	(1.469)	(2.693)	35.209	41.625
Aplicações financeiras de curto prazo	3.530.427	2.088.913	(87.888)	(32.342)	3.442.539	2.056.571
Contas a receber	466.143	646.315	39.736	1.546	505.878	647.861
Dividendos e juros sobre capital próprio a receber	346	743	(346)	(743)	-	0
Impostos a recuperar	103.734	124.142	99	1.494	103.833	125.636
Despesas antecipadas	30.550	24.148	(1.450)	(390)	29.101	23.759
Valores a receber	-	-	-	-	-	-
Outros créditos	437.500	895.741	8.824	7.226	446.324	902.966
Total	4.605.377	3.824.320	(42.494)	(25.901)	4.562.883	3.798.419
Ativo não circulante mantido para venda	-	-	-	-	-	-
Total Ativo Circulante e Ativo não circulante mantido para venda	4.605.377	3.824.320	(42.494)	(25.901)	4.562.883	3.798.419
Não Circulante						
Impostos a recuperar	36.208	43.321	139	171	36.347	43.491
IRPJ e CSLL diferidos	866	722	(78)	(75)	788	647
Depósitos judiciais	182.332	149.184	(708)	(259)	181.624	148.925
Empréstimos, mútuos e outras contas a receber	5.362	17.098	(5.362)	(17.098)	-	-
Valores a receber	36.230	-	(36.230)	-	-	-
Instrumentos financeiros derivativos	39.344	3.378	-	-	39.344	3.378
Despesas antecipadas	27.250	27.474	(16)	(12)	27.233	27.462
Aplicações financeiras de longo prazo	187.789	188.521	-	0	187.789	188.522
Outros créditos	142.758	118.360	16.592	1.676	159.350	120.035
Investimentos	764.870	695.186	(758.236)	(688.555)	6.633	6.631
Propriedades para investimento	20.569.241	21.661.102	(70.613)	(404.499)	20.498.628	21.256.602
Imobilizado	84.423	86.970	(65)	(65)	84.358	86.905
Intangível	822.867	843.459	99.188	103.398	922.055	946.857
Total Ativo Não Circulante	22.899.538	23.834.775	(755.390)	(1.005.319)	22.144.148	22.829.456
Total do Ativo	27.504.915	27.659.094	(797.883)	(1.031.220)	26.707.032	26.627.874
PASSIVO						
(Valores em milhares de reais)						
Circulante						
Fornecedores	82.251	91.535	1.422	2.575	83.672	94.109
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	1.112.494	636.456	-	(0)	1.112.495	636.456
Impostos e contribuições a recolher	86.539	94.933	(2.767)	(2.271)	83.772	92.662
Receitas diferidas	12.510	14.265	326	432	12.835	14.696
Dividendos a pagar	310.959	620.283	(4.193)	(7.186)	306.766	613.097
Obrigações por compra de ativos	430.247	423.723	(603)	(0)	429.644	423.722
Contas a Pagar Leasing	22.243	23.021	5.395	5.112	27.638	28.133
Provisão para contingências	-	-	-	14.787	-	14.787
Outras obrigações	176.717	233.119	17.804	203	194.521	233.323
Total Passivo Circulante	2.233.961	2.137.333	17.383	13.652	2.251.342	2.150.985
Não Circulante						
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	5.078.372	5.042.475	-	0	5.078.371	5.042.475
Impostos e contribuições a recolher	6.517	17.715	3.279	3.861	9.796	21.576
Receitas diferidas	33.694	31.956	702	1.308	34.396	33.264
Instrumentos financeiros derivativos	68.737	50.592	-	-	68.737	50.592
IRPJ e CSLL diferidos	4.764.305	4.840.550	(7.509)	(5.180)	4.756.795	4.835.371
Obrigações por compra de ativos	19.752	29.294	(180)	(0)	19.572	29.294
Contas a pagar leasing	162.427	163.688	79.927	82.697	242.354	246.385
Outras obrigações	8.797	11.558	(5.440)	(5.053)	3.357	6.505
Provisão para contingências	240.346	229.200	(1.289)	(15.655)	239.057	213.545
Total Passivo Não Circulante	10.382.948	10.417.028	69.489	61.979	10.452.436	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	166.887	843.433	-	-	166.887	843.433
Reserva legal	199.339	199.339	-	-	199.339	199.339
Ações em tesouraria	(166.958)	(433.928)	-	-	(166.958)	(433.928)
Lucros acumulados	417.169	(1)	-	0	417.169	(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	884.755	1.106.850	(884.755)	(1.106.850)	-	-
Total do patrimônio líquido	14.888.007	15.104.733	(884.755)	(1.106.850)	14.003.252	13.997.883
Total do Passivo e do Patrimônio Líquido	27.504.916	27.659.094	(797.883)	(1.031.219)	26.707.030	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 30/06/2024	Ajustes 30/06/2024	ALLOS Consolidado Gerencial 30/06/2024
(valores em milhares de reais)			
Atividades operacionais			
Lucro líquido do período atribuível aos acionistas da Controladora	475.775	(58.607)	417.168
Ajustes ao lucro líquido ecorrentes de:			
Aluguel linear	(10.320)	(947)	(11.267)
Depreciação e amortização	309.202	(9.883)	299.319
Resultado de equivalência patrimonial	(37.493)	37.493	-
Constituição de provisão para perda de crédito esperada	29.163	(1.081)	28.082
Remuneração com base em ações	28.789	0	28.789
Juros e variações monetárias sobre operações financeiras	352.020	(2.244)	349.776
Valor justo dos instrumentos financeiros derivativos	(11.057)	0	(11.057)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(81.352)	67.475	(13.877)
(Ganho) perda na venda de propriedades para investimento	(100.937)	(54.313)	(155.250)
Rendimentos de aplicações financeiras	(148.352)	5.237	(143.115)
Baixa de mais valia	410	(410)	-
Provisão para perda de investimentos e propriedades para investimento	999	0	999
Outras provisões	(1.170)	(1.961)	(3.131)
	805.677	(19.240)	786.437
Redução (aumento) dos ativos			
Contas a receber de clientes	89.869	12.785	102.654
Depósitos Judiciais	(18.896)	1.577	(17.319)
Impostos a recuperar	27.486	1.831	29.317
Outros	3.108	8.900	12.008
Aumento (redução) dos passivos			
Fornecedores	(7.909)	(1.547)	(9.456)
Impostos e contribuições a recolher	150.587	5.997	156.584
Outras obrigações	(10.278)	6.357	(3.921)
Receitas diferidas	2.965	(82)	2.883
Impostos pagos - IRPJ e CSLL	(112.932)	2.653	(110.279)
Impostos pagos - PIS, COFINS e ISS	(79.952)	(843)	(80.795)
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	849.725	18.387	868.112
Atividades de investimento			
Aquisição de ativo imobilizado	(12.206)	(5.536)	(17.742)
Aquisição de ativo intangível	(45.124)	5.891	(39.233)
Aquisição de propriedade para investimento - shoppings	(105.339)	(7.530)	(112.869)
Aquisição de participações societárias	(78.400)	-	(78.400)
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas	(999)	999	-
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas/amortização de quotas	8.253	(162)	8.091
Redução (aumento) em aplicações financeiras	(1.139.005)	27.185	(1.111.820)
Juros sobre capital próprio e dividendos recebidos	27.492	(27.492)	-
Recebimento pela alienação de participação societária e/ou imobiliária de shoppings	1.159.133	(89.630)	1.069.503
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(186.195)	(96.276)	(282.471)
Atividades de financiamento			
Recebimento de empréstimos para partes relacionadas	9.361	(9.361)	-
Pagamento juros - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(102.862)	0	(102.862)
Pagamento principal - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(596.317)	(0)	(596.317)
Emissão de debêntures	1.200.000	-	1.200.000
Pagamento de juros de debêntures	(237.572)	(0)	(237.572)
Pagamento principal de debêntures	(49.433)	(0)	(49.433)
Pagamento de custos de estruturação debêntures	(33.990)	(0)	(33.990)
Pagamento de juros de arrendamento por direito de uso	(710)	0	(710)
Pagamento de principal de arrendamento por direito de uso	(7.744)	(4.897)	(12.641)
Recompra de ações	(435.303)	-	(435.303)
Dividendos pagos aos acionistas	(305.934)	-	(305.934)
Dividendos pagos aos acionistas não controladores	(91.769)	91.769	-
Pagamento de obrigações por compra de empresas	(18.897)	(0)	(18.897)
Caixa líquido gerado nas (consumido pelas) atividades de financiamento	(671.170)	77.510	(593.660)
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	(7.640)	(378)	(8.018)
Saldo de caixa e equivalente no final do período	36.677	(1.468)	35.209
Saldo de caixa e equivalente no início do período	44.317	(1.090)	43.227
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	(7.640)	(378)	(8.018)

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 junho de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Receita bruta de aluguel e serviços	1.384.727	(38.694)	1.346.033
Impostos e contribuições e outras deduções	(98.710)	1.974	(96.736)
Receita líquida	1.286.017	(36.720)	1.249.297
Custo de aluguéis e serviços	(360.649)	6.827	(353.822)
Lucro bruto	925.368	(29.893)	895.475
(Despesas)/Receitas operacionais	(234.076)	1.751	(232.324)
Despesas administrativas e gerais	(242.003)	19.187	(222.816)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(28.887)	16.770	(12.117)
Resultado da equivalência patrimonial	37.493	(37.493)	-
Despesa com depreciação	(74.076)	(55)	(74.131)
Outras (despesas)/receitas operacionais	73.398	3.342	76.739
Resultado financeiro	(169.232)	(10.314)	(179.546)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	522.060	(38.456)	483.604
Imposto de renda e contribuição social	(46.285)	(32.268)	(78.553)
Lucro líquido do período	475.775	(70.724)	405.051
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	417.169	(1)	417.168
Participações minoritárias	58.606	(58.606)	-
Lucro líquido do período	475.775	(58.607)	417.168

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 30 de junho de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Lucro líquido	475.775	(70.724)	405.051
(+) Depreciação / Amortização	309.203	(5.081)	304.122
(+) Resultado financeiro	169.232	10.314	179.546
(+) Imposto de renda e contribuição social	46.285	32.268	78.553
EBITDA	1.000.495	(33.223)	967.273
Margem EBITDA %	77,8%		77,4%
(+) Despesas não recorrentes	(73.398)	(5.074)	(78.472)
EBITDA Ajustado	927.098	(38.297)	888.801
Margem EBITDA Ajustado %	72,1%		71,1%

Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 30 de junho de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro Líquido no período	475.775	(70.724)	405.051
(+) Depreciação e amortização	309.203	(5.081)	304.122
(=) FFO *	784.978	(75.805)	709.174
Margem FFO %			
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(73.398)	(5.074)	(78.472)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(9.375)	(1.892)	(11.267)
(+)/(-) Impostos não caixa	(81.351)	67.475	(13.877)
(+)/(-) Efeito SWAP	(17.820)	-	(17.820)
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	1.918	-	1.918
(=) FFO ajustado *	604.952	(15.297)	589.655
Margem AFFO %	47,4%		47,6%

* 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 junho de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Receita bruta de aluguel e serviços	1.364.734	(37.749)	1.326.985
Impostos e contribuições e outras deduções	(93.140)	2.507	(90.632)
Receita líquida	1.271.594	(35.242)	1.236.352
Custo de aluguéis e serviços	(439.541)	12.650	(426.892)
Lucro bruto	832.053	(22.592)	809.461
(Despesas)/Receitas operacionais	4.180.434	(18.528)	4.161.906
Despesas administrativas e gerais	(220.280)	24.802	(195.478)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(8.300)	-	(8.300)
Resultado da equivalência patrimonial	49.539	(49.539)	-
Despesa com depreciação	(59.475)	(953)	(60.429)
Outras (despesas)/receitas operacionais	4.418.951	7.163	4.426.113
Resultado financeiro	(239.467)	(5.326)	(244.793)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	4.773.020	(46.446)	4.726.574
Imposto de renda e contribuição social	(1.594.501)	(4.107)	(1.598.608)
Lucro líquido do período	3.178.518	(50.553)	3.127.965
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	3.127.966	(0)	3.127.965
Participações minoritárias	50.553	(50.553)	-
Lucro líquido do período	3.178.518	(50.553)	3.127.965

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 30 de junho de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro líquido	3.178.518	(50.553)	3.127.965
(+) Depreciação / Amortização	361.965	(2.896)	359.069
(+) Resultado financeiro	239.467	5.326	244.793
(+) Imposto de renda e contribuição social	1.594.501	4.107	1.598.608
EBITDA	5.374.452	(44.016)	5.330.436
Margem EBITDA %	422,7%		431,1%
(+) Despesas não recorrentes	(4.418.951)	(9.825)	(4.428.775)
EBITDA Ajustado	955.502	(53.841)	901.660
Margem EBITDA Ajustado %	75,1%		72,9%

Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 30 de junho de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro Líquido no período	3.178.518	(50.553)	3.127.965
(+) Depreciação e amortização	361.965	(2.896)	359.069
(=) FFO *	3.540.484	(53.449)	3.487.035
Margem FFO %			
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(4.418.951)	(9.825)	(4.428.775)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	15.889	(930)	14.959
(+)/(-) Impostos não caixa	1.475.509	343	1.475.852
(+)/(-) Efeito SWAP	(6.070)	-	(6.070)
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	(33.647)	-	(33.647)
(=) FFO ajustado *	573.214	(63.861)	509.353
Margem AFFO %	44,5%		40,7%

* 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.

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

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A E DESENVOLVIMENTO

PORTFÓLIO

ANEXOS