



RELATÓRIO
DE RESULTADOS
3T25

ALLOS



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

PORTUGUÊS

Com tradução simultânea para inglês

13 de novembro de 2025 – 5ª feira

14:00 (BRT) | 12:00 (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

3T25

SSR +6,5% E FFO POR AÇÃO +9%

Rio de Janeiro, 12 de novembro de 2025 – A ALLOS S.A. (B3: ALOS3), a mais inovadora plataforma de experiências, entretenimento, serviços, lifestyle e compras da América Latina anuncia seus resultados do terceiro trimestre de 2025 (3T25). A Companhia, ao final do 3T25, detinha participação em 45 shopping centers, totalizando 1.908 mil m² de ABL Total e 1.242 mil m² de ABL Própria. A Companhia também prestou serviços de planejamento, administração e comercialização a 10 shopping centers de terceiros com uma ABL Total de 227 mil m².

DESTAQUES DO 3T25

R\$1,9 BILHÃO EM DIVIDENDOS ATÉ DEZEMBRO DE 2026

O Conselho de Administração da ALLOS aprovou dividendos de R\$ 146 milhões a serem pagos em dezembro de 2025. Além disso, aprovou o guidance de dividendos entre R\$0,28 e R\$0,30 centavos por ação, por mês, para o ano de 2026. Juntos, os dividendos podem chegar a R\$ 1,9 bilhão entre dezembro de 2025 e dezembro de 2026.

FFO POR AÇÃO CRESCE 9,0%

No 3T25, o FFO atingiu R\$304,9 milhões, crescimento de 3,5% comparado ao 3T24, mesmo em um cenário de juros mais altos. O FFO por ação cresceu 9,0%, em função da forte performance operacional e pela execução dos programas de recompras de ações da ALLOS.

MÍDIA CRESCE 25,2%

O terceiro trimestre de 2025 marcou o início da operação da Helloo em aeroportos, que, aliada à performance de mídia nos shoppings, contribuiu para o crescimento de 25,2% em receitas de mídia no 3T25 quando comparadas ao 3T24.

VENDAS CRESCEM 5,5%

As vendas nos shoppings da ALLOS continuam a crescer acima do varejo no país e, no 3T25, superam em 5,5% o montante registrado no 3T24, o que demonstra a força do portfólio da Companhia.

QUEDA EM CUSTOS DOS SHOPPINGS

No 3T25 os custos operacionais dos shoppings caíram 8,1% em relação ao 3T24, devido à continuidade nos ganhos de eficiência, que contribuíram para o avanço de 80 bps em margem NOI, que fechou o trimestre em 93,4%.

SSR AVANÇA 6,5%

A boa performance em vendas acumulada nos últimos anos abre espaço para que as renovações de aluguel sejam negociadas com *leasing spreads* acima da inflação. Com isso, a ALLOS registrou, no 3T25, aluguéis nas mesmas lojas (SSR) 6,5% superiores aos reportados no 3T24.

REDUÇÃO DE SG&A

Suportado por um programa de eficiência organizacional, no 3T25 o SG&A se manteve estável apesar da inflação, o que, aliada à queda em custos, contribuiu para o aumento de 97bps na margem EBITDA. Esse programa foi iniciado em maio deste ano e deve começar a apresentar efeitos mais relevantes a partir do 1T26.

GUIDANCE DE CAPEX 2026

Dado o atual cenário macroeconômico, a Companhia espera um ciclo de menores investimentos para o próximo ano. Com isso, o guidance de CAPEX para o ano de 2026 será entre R\$350 e R\$450 milhões, redução de R\$100 milhões sobre o intervalo projetado para 2025.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Nesse terceiro trimestre, a ALLOS consolidou um pilar importante da sua integração. Com a conclusão do processo de unificação dos ERP e superação da etapa de estabilização, temos hoje uma estrutura de backoffice e de sistemas muito robusta, integrada e rodando sem sustos.

Outro pilar fundamental é a integração operacional, realizada sem qualquer ruptura. Essa integração abrangeu diversos aspectos: (i) receitas; (ii) relacionamento com lojistas; (iii) desempenho de vendas; e (iv) execução de projetos de expansão e redesenvolvimento. O resultado é evidente: a Companhia apresentou crescimento consistente em todos os trimestres desde sua criação. A excelência operacional se destaca, e a consolidação da cultura ALLOS mostra que estamos em um bom caminho.

O terceiro ponto é a nossa readequação de portfólio. Fizemos diversos desinvestimentos e investimos em nossos principais shoppings, para que possam continuar a crescer de forma consistente. Isso reforçou nossos resultados, como já vimos com os nossos ganhos em vendas/m² e NOI/m² com crescimentos de 50,1% (CAGR de 7,0%) e 66,0% (CAGR de 8,8%) no 3T25 em comparação ao 3T19, respectivamente.

Finalmente, o quarto pilar é o nosso balanço. Um trabalho excepcional que reperfilou e alongou nossos financiamentos. Quando criamos a Companhia, em janeiro de 2023, rodávamos a um custo de CDI+2,5%, hoje, temos um custo muito abaixo deste, de CDI + 0,7%, com a última captação abaixo de CDI. Isso nos permite que, assim que os juros voltem a cair, capturemos o efeito total da queda da taxa, uma vez que nosso spread é muito baixo, comparado às melhores empresas que acessam o mercado. Como demonstração disso, mantivemos nossos ratings AAA, o que nos faz ter uma condição de balanço única.

Agora, olhamos para dentro e vemos algumas oportunidades importantes que já começamos a atacar. Uma delas é ganhar mais eficiência operacional, uma vez que integramos corretamente a companhia, que fez algo que é muito difícil, em um momento pós-fusão, de entregar resultados crescentes em todos os trimestres, sem solavancos.

As oportunidades estão em simplificar a Companhia. Vamos otimizar processos, reduzir fluxos burocráticos e buscar maior eficiência, com um programa de curto, médio e longo prazo que já começamos a implantar. No curto prazo, já executamos medidas importantes nesses últimos trimestres, implantamos uma redução de estrutura organizacional e revisão de mandatos, com mudanças em processos que vão gerar resultado especialmente a partir do primeiro trimestre de 2026. Esse é um processo gradativo, feito com muito cuidado, respeitando a cultura da ALLOS e entregando uma execução de excelência, que é nosso principal objetivo.

Outra possibilidade que esse momento de integração bem-sucedida nos dá é a de buscar uma estrutura de capital mais eficiente, realavancando o balanço da Companhia. Hoje estamos com muita liquidez, rodando com nível de caixa muito maior do que tínhamos no passado, por dois fatores importantes: (i) pela alta conversão de resultado em caixa e (ii) pela redução do nosso endividamento e do nosso custo de dívida. Com isso, estamos confortáveis em voltar a alavancar o balanço da companhia, gradativamente e cuidadosamente, por conta da nossa estrutura de capital atual.

Agora, falando sobre nossos resultados operacionais, no 3T25, os shoppings da ALLOS registraram vendas de R\$ 9,9 bilhões, crescimento de 5,5% em relação ao 3T24, mesmo com o impacto dos cinemas, que não tiveram público tão forte quanto os lançamentos de 2024.

Esse fator acabou influenciando o indicador de SSS, que cresceu 2,9% no 3T25, em comparação com uma base forte do SSS do 3T24 que foi de 6,2%. Nossa performance em vendas supera amplamente o crescimento do varejo nacional, reforçando a liderança dos nossos ativos, mantendo-os como principais destinos de compras e experiências em suas regiões.

Essa posição fortalece também a atratividade para os lojistas, que seguem demandando espaços de forma consistente. No trimestre, assinamos 241 novos contratos, encerrando o período com taxa de ocupação de 96,5%. Entre as inaugurações, destacam-se duas lojas da Farm (Shopping Villagio Caxias do Sul e Catuaí Shopping Maringá), uma do Coco Bambu no Independência Shopping e duas lojas da Sephora, uma no Mooca Plaza Shopping e outra no Shopping Campo Grande. Vale destacar que inauguramos, em outubro, a primeira loja H&M do nosso portfólio no Parque Dom Pedro em Campinas, a única no país com o segmento *home*, e assinamos mais uma loja no NorteShopping, no Rio de Janeiro, que tem previsão de inauguração em 2026.

A sólida performance em vendas segue impulsionando ganhos reais em aluguéis: no 3T25, avançamos 6,0% em receitas de locação, com SSR de 6,5%. O segmento de mídia, que iniciou operações em aeroportos no fim de julho, manteve ritmo acelerado, crescendo 25,2% frente ao 3T24. Já as receitas de estacionamento também se destacaram, com incremento de 10,2% no período.

Combinando crescimento de receitas e redução de custos e despesas, tivemos um resultado de NOI e EBITDA, com ganhos relevantes de margem. Nossos custos caíram 8,1% e nossas despesas de SG&A ficaram estáveis apesar da inflação. O NOI atingiu R\$586 milhões (+7,8%) e a margem EBITDA fechou em 73,2%, um ganho de 97bps em relação ao ano anterior. O FFO somou R\$ 304,9 milhões (+3,5% vs. 3T24), mesmo em cenário de juros elevados, e o FFO por ação cresceu 9,0%, impulsionado pelos programas de recompra de ações.

Dada nossa atual liquidez no balanço, forte geração operacional de caixa, cronograma de amortizações de financiamentos alongado e de previsão de CAPEX reduzido, temos a oportunidade de tornar nossa estrutura de capital cada vez mais eficiente, por isso, estamos adotando a estratégia de realavancar nosso balanço para ao redor de 2x dívida líquida/EBITDA, retornando caixa aos nossos acionistas.

O Conselho de administração aprovou o pagamento de R\$146 milhões em dividendos para o mês de dezembro de 2025 e, para 2026, foi aprovado um *guidance* de entre R\$0,28 e R\$0,30 por ação por mês, que é quase 3x maior do que estávamos pagando mensalmente ao longo de 2025. A previsão de dividendos a serem pagos entre dezembro de 2025 e dezembro de 2026 pode chegar a um total de R\$ 1,9 bilhão.

Adicionalmente, a Companhia estabeleceu a projeção de CAPEX para 2026, entre R\$ 350 e R\$ 450 milhões, redução de R\$ 100 milhões em relação à estimativa de 2025. A projeção leva em consideração a decisão da Companhia de focar em projetos menores, de rápida implementação e maior retorno, dado o cenário macroeconômico e político incerto para o ano de 2026.

Desejamos uma boa leitura a todos e o time de RI fica à disposição em caso de dúvidas.

Time ALLOS

ANEXOS	SUSTENTABILIDADE	DESENVOLVIMENTO E MULTIFUSÃO	PRODUTOS DIGITAIS	MÍDIA	ESTUDO DE CASO	DESEMPENHO OPERACIONAL	DESEMPENHO FINANCEIRO	PRINCIPAIS INDICADORES	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	DESTAQUES
--------	------------------	------------------------------	-------------------	-------	----------------	------------------------	-----------------------	------------------------	---------------------------	-----------



PRINCIPAIS INDICADORES

RESULTADO 3T25

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	3T25	3T24 Proforma	3T25 / 3T24 Δ% Proforma	9M25	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ%Proforma
<i>Informações gerenciais</i>						
<i>(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)</i>						
Desempenho Financeiro						
Receita Líquida	679.888	637.678	6,6%	1.981.799	1.841.730	7,6%
NOI	602.775	550.963	9,4%	1.757.123	1.620.409	8,4%
Margem %	93,6%	92,7%	88 bps	93,4%	92,7%	71 bps
EBITDA Ajustado	502.438	462.887	8,5%	1.448.566	1.325.338	9,3%
Margem %	73,9%	72,6%	131 bps	73,1%	72,0%	113 bps
Lucro Líquido	125.865	100.201	25,6%	581.937	478.903	21,5%
Margem %	18,5%	15,7%	280 bps	29,4%	26,0%	336 bps
FFO	304.927	294.716	3,5%	884.249	858.339	3,0%
Margem %	46,0%	46,8%	-77 bps	45,6%	47,1%	-144 bps
FFO por ação	0,61	0,56	9,0%	1,77	1,63	8,5%
Desempenho Financeiro Ex-Ajuste aluguel linear						
Receita Líquida	663.010	630.283	5,2%	1.937.763	1.823.386	6,3%
NOI	585.897	543.569	7,8%	1.713.087	1.602.065	6,9%
Margem %	93,4%	92,6%	80 bps	93,3%	92,6%	63 bps
EBITDA Ajustado	485.560	455.492	6,6%	1.404.530	1.306.993	7,5%
Margem %	73,2%	72,3%	97 bps	72,5%	71,7%	80 bps
Lucro Líquido	108.987	92.807	17,4%	537.901	460.558	16,8%
Margem %	16,4%	15,7%	73 bps	29,4%	26,0%	336 bps
FFO	304.927	294.716	3,5%	884.249	858.339	3,0%
Margem %	46,0%	46,8%	-77 bps	45,6%	47,1%	-144 bps
FFO por ação	0,61	0,56	9,0%	1,77	1,63	8,5%
Total de ações ex-ações em tesouraria	499.190.947	525.702.980	-5,0%			
Total de ações	504.190.947	542.936.909	-7,1%			
(-) Total de ações em tesouraria	(5.000.000)	(17.233.929)	-71,0%			
Principais Indicadores						
<i>Informações gerenciais</i>						
<i>(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)</i>						
Desempenho Operacional						
Vendas Totais @ 100% (R\$ mil) ¹	9.860.879	9.346.498	5,5%	29.094.529	27.266.762	6,7%
Vendas Totais @ Proforma (R\$ mil) ¹	6.406.486	6.086.072	5,3%	18.897.351	17.736.710	6,5%
Vendas/m ² (R\$)	1.925	1.862	3,4%	1.895	1.805	5,0%
Vendas/m ² @ Proforma (R\$)	1.925	1.866	3,2%	1.895	1.809	4,8%
SSS (% vendas mesmas lojas)	2,9%	6,2%	-327 bps	4,2%	5,4%	-120 bps
SSR (% aluguel mesmas lojas)	6,5%	4,2%	230 bps	6,4%	3,7%	267 bps
Custo de Ocupação (% vendas)	10,5%	10,4%	9 bps	10,6%	10,7%	-3 bps
Inadimplência Líquida (% receita)	0,9%	-0,5%	n/a	1,8%	1,5%	30 bps
Taxa de Ocupação (%)	96,5%	96,4%	5 bps	96,4%	96,3%	11 bps
ABL Total Final (m ²)	1.907.960	2.080.910	-8,3%	1.907.960	2.080.910	-8,3%
ABL Própria Final (m ²)	1.242.246	1.291.465	-3,8%	1.242.246	1.291.465	-3,8%

¹ Desconsidera Araguaia Shopping e Rio Design Leblon

DESEMPENHO FINANCEIRO

RECEITAS

No terceiro trimestre de 2025, a ALLOS apresentou receita líquida de R\$ 663,0 milhões, avanço de 5,2% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Os destaques de crescimento foram as linhas de aluguel e estacionamento, que serão detalhados a seguir.

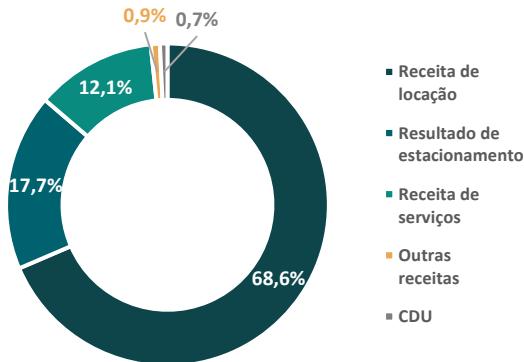
A receita de locação foi de R\$ 489,1 milhões, um aumento de 6,0% em relação ao 3T24. O crescimento se deu, principalmente, por maiores reajustes dos contratos, que levaram a linha de aluguel mínimo a registrar avanço de 5,9% no trimestre e de 6,5% em aluguéis nas mesmas lojas (SSR). A forte performance em Mídia, que segue mantendo ritmo acelerado de crescimento atingindo 29,0% no 3T25 em comparação ao 3T24, também foi destaque no período.

O resultado de estacionamento somou R\$ 126,4 milhões no 3T25, com aumento de 10,2%, em comparação ao mesmo trimestre de 2024. O crescimento pode ser explicado majoritariamente por reajustes de preços implementados ao longo do ano.

No 3T25, as receitas de serviços totalizaram R\$ 86,1 milhões, crescimento de 9,2% em relação ao ano anterior, impulsionadas pelo contínuo avanço dos serviços de mídia da Helloo, que contou com o início das operações em aeroportos, no fim do mês de julho de 2025.

As outras receitas contemplam as receitas de incorporação imobiliária, que não apresentam uma periodicidade regular. No 3T24 foram registrados R\$ 12,9 milhões com venda de terrenos, já no 3T25, não houve reconhecimento de receitas dessa natureza. Desconsiderando a receita de incorporação imobiliária, a receita líquida teria crescido 7,4% no 3T25 em relação ao 3T24.

Composição da Receita Líquida

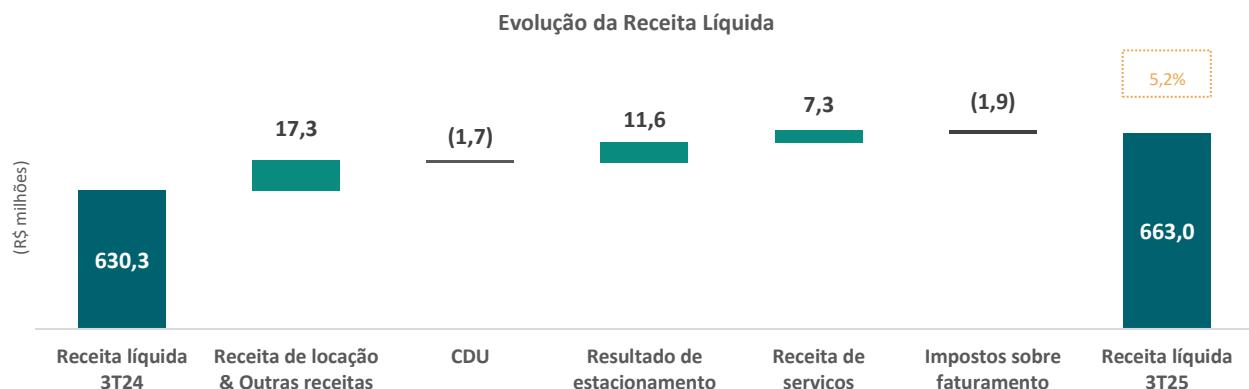


Receitas por Natureza	3T25	3T24	3T25 / 3T24 Δ%	3T24 Proforma	3T25 / 3T24 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	489.068	471.992	3,6%	461.536	6,0%
CDU	5.348	7.184	-25,6%	7.004	-23,6%
Resultado de estacionamento	126.398	116.726	8,3%	114.749	10,2%
Outras receitas ¹	6.503	16.771	-61,2%	16.689	-61,0%
Receita de serviços	86.067	78.784	9,2%	78.784	9,2%
Ajuste aluguel linear	16.878	7.486	125,5%	7.395	128,3%
Impostos sobre faturamento	(50.373)	(48.479)	3,9%	(48.479)	3,9%
Receita Líquida	679.888	650.463	4,5%	637.678	6,6%
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	663.010	642.977	3,1%	630.283	5,2%

¹Inclui Incorporações imobiliárias e Novos negócios

Receitas por Natureza	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	1.437.766	1.408.706	2,1%	1.363.420	5,5%
CDU	15.558	19.108	-18,6%	18.580	-16,3%
Resultado de estacionamento	368.007	342.621	7,4%	332.044	10,8%
Outras receitas ¹	15.584	34.493	-54,8%	33.263	-53,1%
Receita de serviços	248.252	221.294	12,2%	221.294	12,2%
Ajuste aluguel linear	44.036	18.753	134,8%	18.345	140,0%
Impostos sobre faturamento	(147.404)	(145.216)	1,5%	(145.216)	1,5%
Receita Líquida	1.981.799	1.899.760	4,3%	1.841.730	7,6%
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	1.937.763	1.881.007	3,0%	1.823.386	6,3%

¹Inclui Incorporações imobiliárias e Novos negócios



RECEITA DE LOCAÇÃO

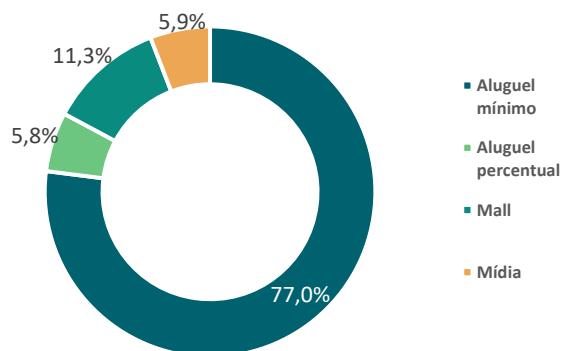
A receita de locação atingiu R\$ 489,1 milhões, um aumento de 6,0% em relação ao 3T24. Os destaques do período foram as linhas de aluguel mínimo e mídia.

No 3T25, a receita de aluguel mínimo totalizou R\$ 376,6 milhões, um aumento de 5,9% em relação ao 3T24, com indicador SSR, líquido de descontos, de 6,5%. Esse resultado se deu, majoritariamente, por maiores reajustes dos contratos, em muitos casos, superiores à inflação registrada no período.

A receita de aluguel percentual foi impactada pela performance dos cinemas, com lançamentos no 3T25 que não superaram as bilheterias de 2024.

No 3T25, a receita de Mall atingiu R\$55,4 milhões e as receitas com locação de Mídia totalizaram R\$28,7 milhões, com avanços de 5,0% e 29,0% versus 3T24, respectivamente. Por mais um trimestre, destaca-se a consistência da trajetória de crescimento da linha de negócios de mídia.

Composição da Receita de Locação



NOI

No 3T25, o NOI da ALLOS atingiu R\$585,9 milhões, já considerando o efeito de provisão de devedores duvidosos (PDD). O indicador apresentou crescimento de 7,8% versus o mesmo período do ano anterior, impactado principalmente pelo avanço de receita de locação e do resultado de estacionamento, que manteve o patamar de dois dígitos de crescimento observado ao longo do ano. Adicionalmente, os custos operacionais dos shoppings reduziram 8,1% no 3T25, em sua maior parte devido a menores custos com lojas vagas no período, fator que contribuiu para que a margem NOI do 3T25 fosse de 93,4%, um avanço de 80bps frente ao 3T24.

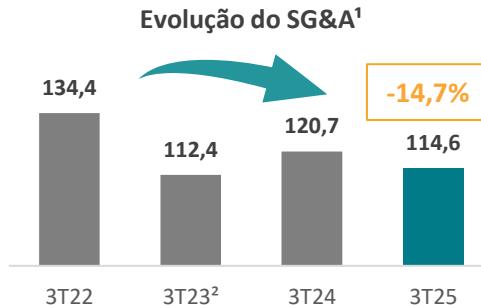
ANEXOS	PORTFÓLIO	SUSTENTABILIDADE	PRODUTOS DIGITAIS	DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO	MÍDIA	ESTUDO DE CASO	DESEMPENHO OPERACIONAL	DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA	DESEMPENHO FINANCEIRO	PRINCIPAIS INDICADORES	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	DESTAQUES
--------	-----------	------------------	-------------------	----------------------------	-------	----------------	------------------------	------------------------------------	-----------------------	------------------------	---------------------------	-----------

NOI	3T25	3T24	3T25 / 3T24 Δ%	3T24 Proforma	3T25 / 3T24 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>		<i>(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)</i>			
Receita de locação	489.068	471.992	3,6%	461.536	6,0%
Ajuste aluguel linear	16.878	7.486	125,5%	7.395	128,3%
CDU	5.348	7.184	-25,6%	7.004	-23,6%
Outras receitas	6.503	3.843	69,2%	3.761	72,9%
Resultado de estacionamento	126.398	116.726	8,3%	114.749	10,2%
Resultado Operacional	644.195	607.230	6,1%	594.445	8,4%
(-) Custos operacionais dos shoppings	(28.564)	(31.834)	-10,3%	(31.089)	-8,1%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(12.856)	(11.861)	8,4%	(12.392)	3,7%
(=) NOI	602.775	563.535	7,0%	550.963	9,4%
Margem NOI	93,6%	92,8%	77 bps	92,7%	89 bps
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	585.897	556.050	5,4%	543.569	7,8%
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	93,4%	92,7%	68 bps	92,6%	80 bps
<i>NOI</i>		9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>		9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma
Receita de locação	1.437.766	1.408.706	2,1%	1.363.420	5,5%
Ajuste aluguel linear	44.036	18.753	134,8%	18.345	140,0%
CDU	15.558	19.108	-18,6%	18.580	-16,3%
Outras receitas	15.584	16.712	-6,7%	15.482	0,7%
Resultado de estacionamento	368.007	342.621	7,4%	332.044	10,8%
Resultado Operacional	1.880.950	1.805.900	4,2%	1.747.871	7,6%
(-) Custos operacionais dos shoppings	(84.687)	(94.244)	-10,1%	(89.099)	-5,0%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(39.140)	(40.208)	-2,7%	(38.363)	2,0%
(=) NOI	1.757.123	1.671.448	5,1%	1.620.409	8,4%
Margem NOI	93,4%	92,6%	86 bps	92,7%	71 bps
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	1.713.087	1.652.695	3,7%	1.602.065	6,9%
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	93,3%	92,5%	78 bps	92,6%	63 bps

EBITDA AJUSTADO

No terceiro trimestre de 2025, o EBITDA alcançou R\$485,6 milhões, crescimento de 6,6% em relação ao 3T24. A margem EBITDA foi de 73,2%, um crescimento de 97bps, impulsionado pela performance operacional, aliada aos ganho de eficiência em despesas.

As Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) foram de R\$ 114,6 milhões no 3T25, estáveis em relação ao 3T24, apesar da inflação. A ALLOS, desde sua criação, vem implementando ações que visam obter ganhos de eficiência na utilização de recursos. Tais medidas geraram impactos financeiros relevantes demonstrados pelo gráfico de evolução do SG&A, ao lado. Em termos reais, houve redução de 14,7% no 3T25, em comparação ao 3T22, ano imediatamente anterior ao ano de criação da ALLOS.



No fim de setembro, demos continuidade ao programa de eficiência organizacional com redução de estrutura e revisão de mandatos, que deverá ter impacto mais relevante a partir do primeiro trimestre de 2026. Esse é um esforço contínuo, com foco em tornar o uso de recursos cada vez mais eficiente, com diluição das despesas operacionais sobre as receitas da Companhia.

As despesas não recorrentes referem-se majoritariamente a: (i) um acordo para extinguir a cobrança de IRPJ e CSLL sobre aproveitamento fiscal de ágio em incorporação de empresas, com reduções de até 65% sobre multa, juros e encargos legais, além da amortização parcial com saldos de prejuízos fiscais; e (ii) às despesas de *severance* ligadas às reduções de estrutura mencionadas acima.

¹SG&A reportado, corrigido pelo IPCA de 1 de outubro do ano inicial a 30 de setembro de 2025. ²Considera SG&A 2023 com a equalização de remuneração, ocorrida em dezembro de 2023, redistribuída entre todos os trimestres daquele mesmo ano.

ANEXOS	ANEXOS
PORTFÓLIO	PORTFÓLIO
PRODUTOS DIGITAIS	PRODUTOS DIGITAIS
SUSTENTABILIDADE	SUSTENTABILIDADE
DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO	DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO
MÍDIA	MÍDIA
ESTUDO DE CASO	ESTUDO DE CASO
DESEMPENHO OPERACIONAL	DESEMPENHO OPERACIONAL
DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA	DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA
PRINCIPAIS INDICADORES	PRINCIPAIS INDICADORES
MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
DESTAQUES	DESTAQUES



EBITDA	3T25	3T24	3T25 / 3T24 Δ%	3T24 Proforma	3T25 / 3T24 Δ% Proforma	DESTAQUES
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)						
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	585.897	556.050	5,4%	543.569	7,8%	
(-) Impostos sobre faturamento	(50.373)	(48.479)	3,9%	(48.479)	3,9%	
(+) Receita líquida de serviços	67.800	61.908	9,5%	61.908	9,5%	
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(3.140)	325	n/a	325	n/a	
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(114.624)	(114.758)	-0,1%	(114.758)	-0,1%	
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	485.560	467.973	3,8%	455.492	6,6%	
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	73,2%	72,8%	45 bps	72,3%	97 bps	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
EBITDA	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ% Proforma	PRINCIPAIS INDICADORES
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>						
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	1.713.087	1.652.695	3,7%	1.602.065	6,9%	
(-) Impostos sobre faturamento	(147.404)	(145.216)	1,5%	(145.216)	1,5%	
(+) Receita líquida de serviços	192.197	171.345	12,2%	171.345	12,2%	
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(11.832)	(1.408)	n/a	(1.408)	n/a	
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(341.518)	(337.574)	1,2%	(337.574)	1,2%	
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	1.404.530	1.357.623	3,5%	1.306.993	7,5%	
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	72,5%	72,2%	31 bps	71,7%	80 bps	DESEMPENHO FINANCIERO

RESULTADO FINANCEIRO

No 3T25, as receitas financeiras da ALLOS somaram R\$118,4 milhões, uma redução de 1,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, devido a um menor saldo médio de caixa. Já as despesas financeiras totalizaram R\$254,0 milhões no 3T25, um crescimento de 9,3% em comparação ao 3T24, em função, principalmente, de uma maior taxa de juros.

Resultado Financeiro	3T25	3T24	3T25 / 3T24 Δ%	3T24 Proforma	3T25 / 3T24 Δ% Proforma	ESTUDO DE CASO
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)						
Receitas Financeiras	118.392	119.963	-1,3%	119.963	-1,3%	MÍDIA
Receita Financeira	126.008	127.438	-1,1%	127.438	-1,1%	
PIS & Cofins sobre receita financeira	(7.616)	(7.475)	1,9%	(7.475)	1,9%	
Despesas Financeiras	(254.015)	(232.404)	9,3%	(232.404)	9,3%	
Despesas com Juros & Variação Monetária	(220.476)	(206.740)	6,6%	(206.740)	6,6%	
Custo de Estruturação	(3.348)	(6.752)	-50,4%	(6.752)	-50,4%	
Outras Despesas Financeiras	(30.190)	(18.912)	59,6%	(18.912)	59,6%	
SWAP (Valor Justo)	(13.303)	(25.355)	-47,5%	(25.355)	-47,5%	
Resultado Financeiro Recorrente	(148.925)	(137.796)	8,1%	(137.796)	8,1%	
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	4.728	(4.497)	n/a	(4.497)	n/a	
Resultado Financeiro	(144.197)	(142.293)	1,3%	(142.293)	1,3%	

Resultado Financeiro	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ% Proforma	PRODUTOS DIGITAIS
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>						
Receitas Financeiras	334.714	300.862	11,3%	300.862	11,3%	SUSTENTABILIDADE
Receita Financeira	358.219	326.551	9,7%	326.551	9,7%	
PIS & Cofins sobre receita financeira	(23.505)	(25.690)	-8,5%	(25.690)	-8,5%	
Despesas Financeiras	(733.175)	(608.751)	20,4%	(608.751)	20,4%	
Despesas com Juros & Variação Monetária	(639.473)	(541.551)	18,1%	(541.551)	18,1%	
Custo de Estruturação	(15.870)	(18.317)	-13,4%	(18.317)	-13,4%	
Outras Despesas Financeiras	(77.833)	(48.883)	59,2%	(48.883)	59,2%	
SWAP (Valor Justo)	27.634	(7.535)	n/a	(7.535)	n/a	PORTFÓLIO
Resultado Financeiro Recorrente	(370.827)	(315.424)	17,6%	(315.424)	17,6%	
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	8.990	(6.415)	n/a	(6.415)	n/a	
Resultado Financeiro	(361.837)	(321.839)	12,4%	(321.839)	12,4%	ANEXOS



FFO

No 3T25, o FFO por ação cresceu 9,0%, a variação positiva do indicador é explicada pela forte performance operacional, impulsionada pelas recompras de ações executadas desde o 4T24. Além disso, a alavancagem controlada permitiu que, mesmo em um cenário de juros mais altos, o resultado se mantivesse em trajetória ascendente. O FFO atingiu R\$ 304,9 milhões no 3T25, crescimento de 3,5% em relação ao 3T24. A margem FFO alcançou 46,0% no 3T25.

Funds from Operations - FFO	3T25	3T24	3T25 / 3T24 Δ%	3T24 Proforma	3T25 / 3T24 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
EBITDA Ajustado	502.438	475.459	5,7%	462.887	8,5%
(+) Receitas financeiras	118.392	119.963	-1,3%	119.963	-1,3%
(-) Despesas financeiras	(254.015)	(232.404)	9,3%	(232.404)	9,3%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(45.011)	(48.335)	-6,9%	(48.335)	-6,9%
(+) Ajuste aluguel linear	(16.878)	(7.486)	125,5%	(7.395)	128,3%
(=) FFO	304.927	307.197	-0,7%	294.716	3,5%
Margem FFO %	46,0%	47,8%	-179 bps	46,8%	-77 bps
FFO por ação	0,61	0,58	4,5%	0,56	9,0%

Funds from Operations - FFO	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ%Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>					
EBITDA Ajustado	1.448.566	1.376.376	5,2%	1.325.338	9,3%
(+) Receitas financeiras	334.714	300.862	11,3%	300.862	11,3%
(-) Despesas financeiras	(733.175)	(608.751)	20,4%	(608.751)	20,4%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(121.820)	(140.765)	-13,5%	(140.765)	-13,5%
(+) Ajuste aluguel linear	(44.036)	(18.753)	134,8%	(18.345)	140,0%
(=) FFO	884.249	908.969	-2,7%	858.339	3,0%
Margem FFO %	45,6%	48,3%	-269 bps	47,1%	-144 bps
FFO por ação	1,77	1,73	2,4%	1,63	8,5%



Center Shopping Uberlândia

ANEXOS	PORTFÓLIO	PRODUTOS DIGITAIS	SUSTENTABILIDADE	DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO	MÍDIA	ESTUDO DE CASO	DESEMPENHO OPERACIONAL	DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA	DESEMPENHO FINANCEIRO	PRINCIPAIS INDICADORES	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	DESTAQUES
--------	-----------	-------------------	------------------	----------------------------	-------	----------------	------------------------	------------------------------------	-----------------------	------------------------	---------------------------	-----------

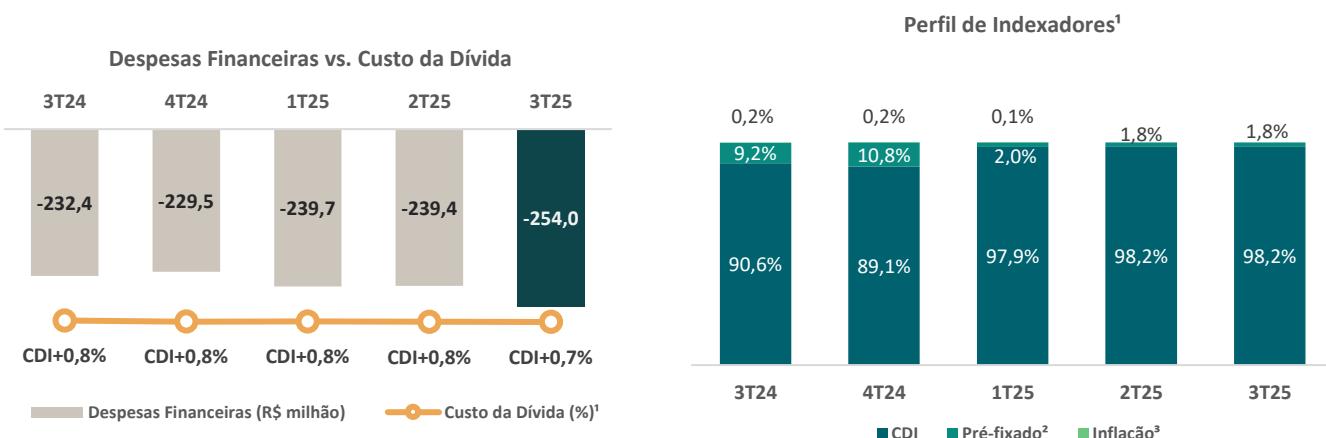
ENDIVIDAMENTO E ESTRATÉGIA DE CAPITAL

O custo médio da dívida da ALLOS foi de 14,1% no 3T25 (versus 12,9% no 2T25), o que equivale à taxa de CDI + 0,7%. O patamar alcançado decorre das ações de gestão de passivos realizadas nos últimos trimestres. No 3T25, a relação Dívida Líquida / EBITDA da Companhia foi de 1,7x.

Composição da Dívida	Curto Prazo	Longo Prazo	Endividamento Total
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>			(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI e debêntures	267.309	5.654.231	5.921.540
Obrigação para compra de ativos	419.251	17.522	436.773
Instrumentos financeiros derivativos	-	130.748	130.748
Dívida Bruta	686.560	5.802.502	6.489.062
Caixa e aplicações financeiras	(2.902.014)	(166.659)	(3.068.673)
Dívida Líquida	(2.215.454)	5.635.843	3.420.389

Ao final de setembro de 2025, a exposição das dívidas da ALLOS atrelada ao índice CDI era de 98,2%.

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.

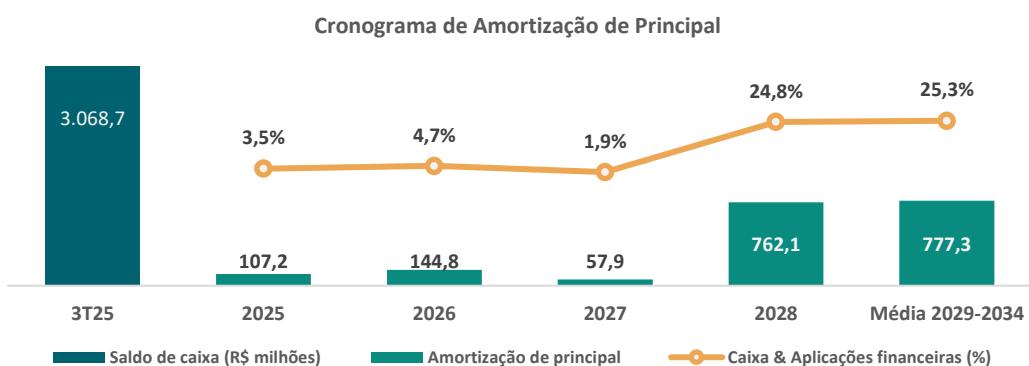


¹ Considera dívida ao final do período, excluindo obrigações por compra de ativos.

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.



CAPEX

No terceiro trimestre de 2025, o Capex realizado da ALLOS foi de R\$121,1 milhões distribuídos conforme a seguir:

(i) R\$50,4 milhões investidos em expansões e redesenvolvimentos. 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, Parque Shopping Maceió, Shopping Tijuca, Shopping Campo Grande, Shopping Del Rey, Parque Dom Pedro, Shopping da Bahia e Shopping Leblon (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

Parque Shopping Maceió	Shopping Recife	Shopping Leblon
Shopping Campo Grande	Shopping da Bahia	Shopping Del Rey
Shopping Tijuca	Parque Dom Pedro	

(ii) R\$40,5 milhões investidos em revitalizações, que corresponderam a 6,9% do NOI do 3T25.

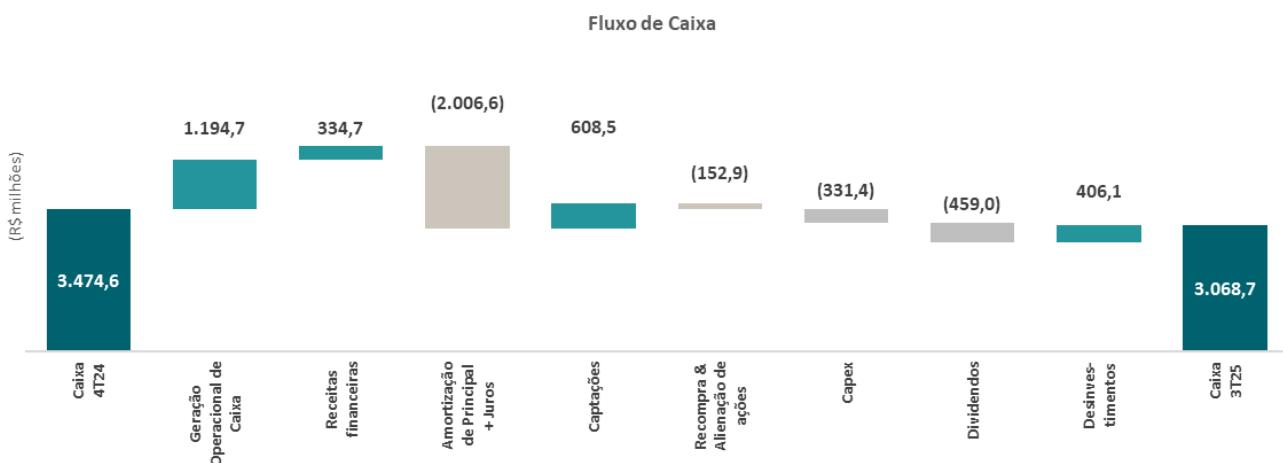
(iii) R\$30,3 milhões em imobilizado e intangível. Conforme mencionado no trimestre passado, são esperadas reduções significativas nessa linha nos próximos anos, uma vez que o projeto de unificação do ERP da Companhia foi concluído.

Capex Realizado	3T25	9M25
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>		
Expansões e Redesenvolvimentos	50.367	142.267
Revitalizações	40.473	100.670
Imobilizado e Intangível	30.307	86.099
Outros	-	2.355
Total	121.147	331.391
Total ex-Aquisições	121.147	331.391

Alinhada à estratégia de alocação de capital, a Companhia estabeleceu sua nova projeção de CAPEX para 2026, entre R\$ 350 e R\$ 450 milhões, redução de R\$ 100 milhões em relação à estimativa para 2025. A projeção leva em consideração a decisão da Companhia de focar em projetos menores, de rápida implementação e maior retorno, dado o cenário macroeconômico incerto para o ano de 2026.

FLUXO DE CAIXA

A ALLOS apresentou geração operacional de caixa de R\$ 1.194,7 milhões nos nove primeiros meses de 2025. A variação do saldo de caixa pode ser explicada, em grande parte por: i) recebimentos pelos desinvestimentos; ii) amortização 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.



DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

SIMPLIFICAÇÃO: DESTRAVANDO MAIOR EFICIÊNCIA EM SG&A

A integração da Companhia está sustentada em quatro pilares principais: (i) integração de sistemas e tecnologia; (ii) eficiência operacional; (iii) portfólio mais forte; e (iv) balanço robusto.

Com a conclusão da unificação do ERP e a superação da fase de estabilização, a Companhia passou a contar com uma estrutura de backoffice e sistemas robusta, totalmente integrada e operando de forma estável e segura.

A eficiência operacional, foi implementada sem qualquer ruptura, abrangendo receitas, relacionamento com lojistas, desempenho de vendas e execução de projetos de expansão e redesenvolvimento. Como resultado, a Companhia apresentou crescimento consistente em todos os trimestres desde sua criação.

A readequação do portfólio, por meio de desinvestimentos estratégicos e investimentos nos ativos mais relevantes, reforçou os resultados da Companhia, evidenciado pelos ganhos em vendas/m² e NOI/m² com crescimentos de 50,1% (CAGR de 7,0%) e 66,0% (CAGR de 8,8%) no 3T25 em comparação ao 3T19, respectivamente.

O balanço robusto reflete a manutenção de um nível de endividamento controlado, cronograma de amortizações alongado e forte geração de caixa. Quando a Companhia foi criada, em janeiro de 2023, tinha um custo médio de dívida de CDI+2,5%. Hoje, esse custo está muito abaixo deste, de CDI + 0,7%, com a última captação abaixo de CDI.

Além disso, as despesas de SG&A caíram 13,4% na comparação entre os últimos doze meses anteriores a setembro de 2025 e o ano de 2022 inflacionada — um resultado expressivo da integração segura e cuidadosa.

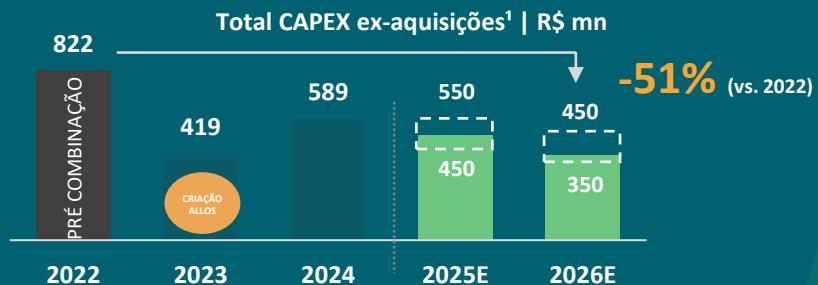


Com os quatro pilares estruturados, a Companhia direciona seu foco para ganhos adicionais de eficiência e simplificação, por meio de um programa com ações de curto, médio e longo prazo já em andamento, cujos impactos mais relevantes devem ocorrer a partir do primeiro trimestre de 2026.

O programa, que já começou a ser implementado, conta com iniciativas de redução da estrutura organizacional e de revisão de mandatos, acompanhadas de mudanças em processos. Trata-se de um processo contínuo e gradativo, conduzido com cuidado, respeitando a cultura da ALLOS e assegurando uma execução de excelência, que permanece como nosso principal objetivo.

PRIORIZAÇÃO DE CAPEX E GUIDANCE PARA 2026

No atual cenário macroeconômico de juros altos e incerteza política, a Companhia vem priorizando projetos menores, de rápida implementação e maior retorno.



A ALLOS estabeleceu a projeção de CAPEX para o ano de 2026 entre R\$ 350 e R\$ 450 milhões, redução de R\$ 100 milhões em relação ao intervalo esperado para 2025.

Esse patamar de CAPEX reflete uma redução significativa em relação aos patamares pré-unificação dos negócios, representando uma queda de 51%, considerando o ponto central da projeção para 2026 em relação a 2022 inflacionado.

¹ Valores históricos ajustados pela inflação acumulada até 2026, considerando inflação projetada para 2025 (5%) e 2026 (4%).

DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

MAIOR RETORNO PARA O ACIONISTA

A atual liquidez no balanço, forte geração operacional de caixa, cronograma de amortizações de financiamentos alongado e previsão de CAPEX reduzido, levariam a uma forte desalavancagem do balanço. Nesse contexto, a Companhia adotou a estratégia de realavancar o balanço para ao redor de 2x dívida líquida/EBITDA, retornando caixa aos acionistas, buscando uma maior eficiência de sua estrutura de capital.

Assim, o Conselho de administração aprovou o pagamento de R\$146 milhões em dividendos para o mês de dezembro de 2025 e, para 2026, foi aprovado um guidance de entre R\$0,28 e R\$0,30 por ação por mês, que é quase 3x maior do que o que vinha sendo pago mensalmente ao longo de 2025. A previsão de dividendos a serem pagos entre dezembro de 2025 e dezembro de 2026 pode chegar a um total de R\$ 1,9 bilhão.



O gráfico abaixo demonstra os montantes totais retornados aos acionistas, anualmente, desde 2023, incluindo recompra de ações e a estimativa de dividendos a serem pagos em 2026 (Considera o ponto central da estimativa). O retorno total previsto para 2026 é cerca de 2 vezes mais que o total retornado aos acionistas em 2025.



DESEMPENHO OPERACIONAL

DESEMPENHO DE VENDAS

No terceiro trimestre de 2025, a ALLOS atingiu R\$ 9,9 bilhões em vendas totais. O crescimento nas mesmas bases versus o 3T24 foi de 5,5%, com destaque para o mês de agosto, que apresentou crescimento de 7,0% em relação ao mesmo período de 2024. No 3T25, as vendas/m² alcançaram R\$ 1.925, com variação positiva de 3,4% versus o 3T24.

O indicador “vendas mesmas lojas” (SSS) apresentou crescimento de 2,9% no trimestre, impactado pela performance dos cinemas, que tiveram lançamentos de filmes em 2024 que alcançaram maiores bilheterias, havia apresentado SSS acima de 11% no 3T24. No trimestre, os segmentos de maior destaque foram: Acessórios, Itens de Beleza e Joalherias (+5,3%); Roupas e Calçados (+3,1%) e Alimentação (2,9%).

SSS% por Segmento	3T25	9M25
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i>		
Acessórios, Itens de Beleza e Joalherias	5,3%	5,3%
Alimentação	2,9%	3,1%
Conveniência, Serviços, Lazer e Outros	1,0%	2,9%
Itens do Lar, Papelaria, Informática e Diversos	2,4%	3,1%
Roupas e Calçados	3,1%	5,4%
Total	2,9%	4,2%

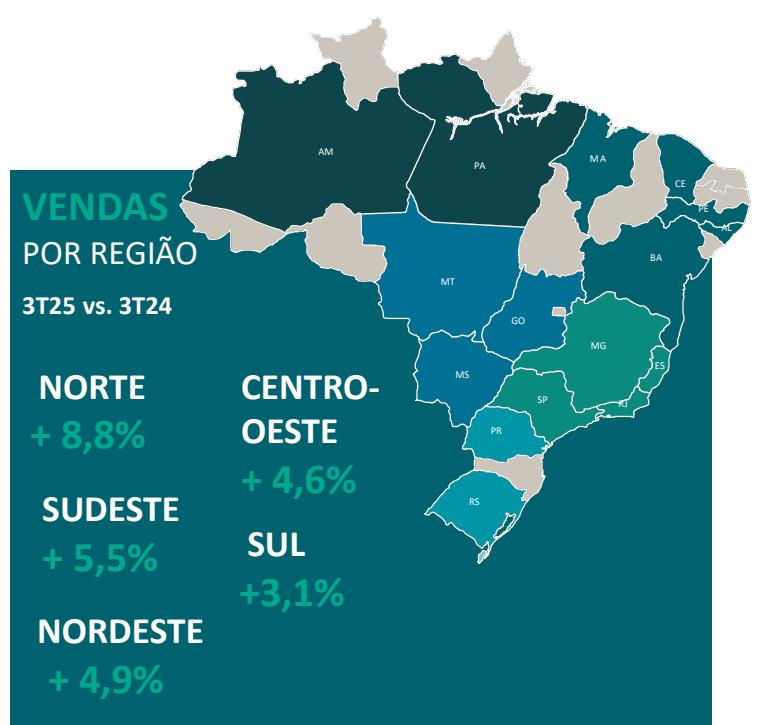
Os destaques no desempenho de vendas no trimestre foram: Shopping Leblon (15,3%), Shopping Grande Rio (11,8%), Boulevard Shopping Belém (+10,4%), Shopping Vila Velha (+11,0%), Amazonas Shopping (+9,7%) e Shopping Bangu (+8,9%).

DESEMPENHO POR REGIÃO

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

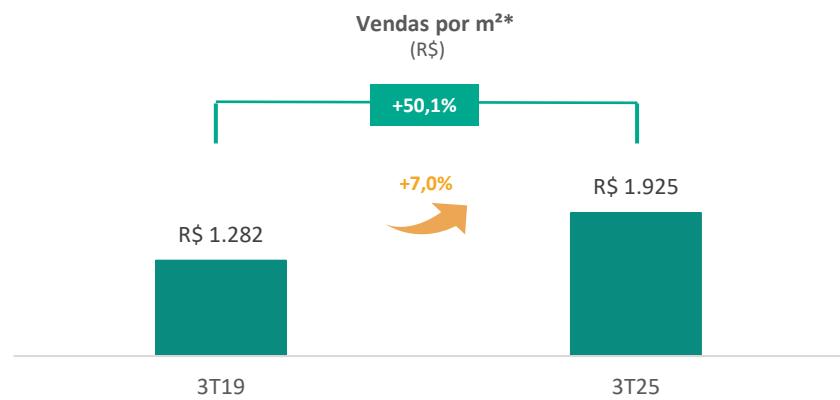
No terceiro trimestre de 2025, a região Norte se destacou, com crescimento de 8,8% na comparação com o 3T24.

As demais regiões também mantiveram um ritmo consistente de vendas no terceiro trimestre de 2025, bem acima da performance alcançada pelo varejo brasileiro, fato que demonstra que os shoppings da ALLOS são os líderes em suas áreas de influência, consolidados como principais destinos de compras e experiências.



VENDAS/M²

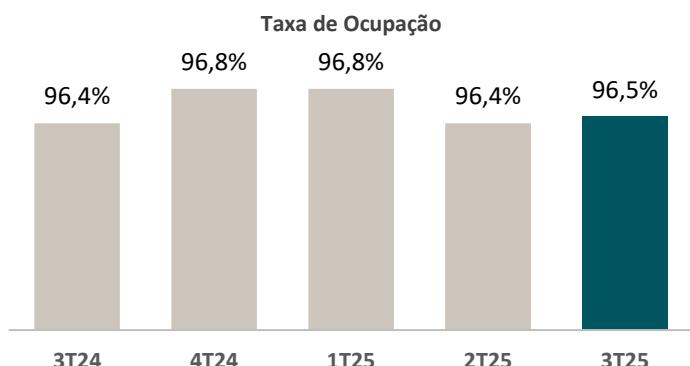
As vendas/m² no 3T25 atingiram R\$ 1.925, um aumento de 3,4% frente ao mesmo período do ano anterior. Esse patamar de vendas/m² reflete, em mais um trimestre, a trajetória de crescimento consistente que a Companhia vem apresentando desde 2019, com incremento total de 50,1%, o que representa um CAGR de 7,0%, comparável ao IPCA médio do mesmo período, que foi de 5,9%.



*Considerando números divulgados nos respectivos trimestres

TAXA DE OCUPAÇÃO E ATIVIDADE COMERCIAL

No final do terceiro trimestre de 2025, a taxa de ocupação foi de 96,5%, 10bps superior ao 3T24, refletindo a atratividade dos shoppings da ALLOS para os lojistas, que seguem demandando espaços de forma consistente.



No 3T25 foram assinados 241 contratos nos shoppings próprios da Companhia, representando uma adição de 35,2 mil m² em ABL, com destaque para setembro com 90 novos contratos. Nos shoppings de terceiros administrados, 45 novas operações foram comercializadas, equivalentes à 7,1 mil m².

Entre os destaques de contratos recém-assinados estão: Adidas no NorteShopping, Osklen no Manauara Shopping, Daiso no Shopping Villa Velha, Madero + Jerônimo no Shopping Estação BH e Levi's no Franca Shopping.

Entre os destaques de inaugurações recentes estão: Sephora no Mooca Plaza Shopping, Vans, Shoulder e Farm no Catuaí Shopping Maringá, Melissa e Smart Fit no Caxias Shopping, Tommy Hilfiger no Goiânia Shopping e Lacoste no Shopping Estação Cuiabá.

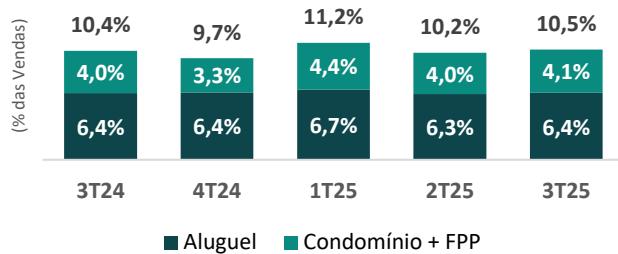


FARM Rio
Shopping Villaggio Caxias do Sul

CUSTO DE OCUPAÇÃO

No terceiro trimestre de 2025, o custo de ocupação¹ foi de 10,5%, aumento de 30bps frente ao reportado no 2T25. As despesas de aluguel representaram 6,4%, enquanto os encargos comuns e despesas com fundo de promoção (FPP) representaram 4,1% do custo total.

Composição do Custo de Ocupação

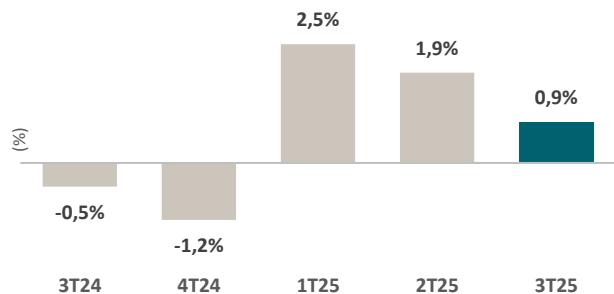


¹Considera apenas lojistas que realizaram vendas no período.

INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA

No 3T25, a inadimplência líquida foi de 0,9%, com aumento de 140 bps na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior. Essa variação reflete ajustes pontuais em renegociações e atrasos específicos, mantendo-se em patamar controlado e sem alteração estrutural na qualidade da base de locatários.

Inadimplência Líquida



¹Considera apenas lojistas que venderam durante o período.



Parque Shopping Maceió



Shopping Recife

ESTUDO DE CASO

A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÃO SUDESTE

A FORÇA DO PORTFÓLIO NA REGIÃO SUDESTE

Em continuidade à série de estudos de caso que destaca a força do portfólio da ALLOS, a edição desse trimestre foca na Região Sudeste (SE). Em 2024, 21% do total das vendas ocorridas em shoppings da região¹ foram em shoppings da ALLOS, que juntos representavam 11,7% da ABL total do SE. Os ativos da Companhia localizados na região cresceram em vendas 4,4 vezes mais que o portfólio da ABRASCE¹, conforme indicado pelo gráfico 1.

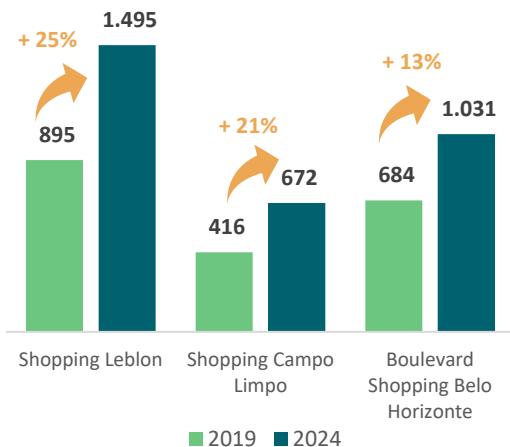
¹Censo Abrasce 2024.

RELEVÂNCIA PARA O PORTFÓLIO DA ALLOS

A Companhia possui 27 shoppings na Região Sudeste, que juntos alcançaram R\$ 23,8 milhões em vendas no ano de 2024, que equivalem a 59% do total das vendas registradas no portfólio da ALLOS. Desses ativos, 10 ultrapassaram a marca de R\$ 1 bilhão de vendas ao ano, sendo o Parque Dom Pedro um destaque com vendas superiores à marca de R\$ 2 bilhões. Nas praças da Grande São Paulo e do Rio de Janeiro nossos ativos são líderes em vendas LTM alcançando a marca de R\$ 7,7 bi e R\$ 8,5 bi, respectivamente.

Sob a ótica de crescimento em vendas, os top 3 shoppings da Companhia na região, representados pelo Shopping Leblon (RJ), Shopping Campo Limpo (SP) e o Boulevard Shopping Belo Horizonte (MG), cresceram entre 2019 e 2024, em termos reais, respectivamente, 25%, 21% e 13%, como ilustrado pelo gráfico 2. Além disso, outra forma de evidenciar a força dos shoppings do Sudeste é pelo indicador venda/m². Dos top 5 ativos de todo o portfólio da ALLOS, 4 são shoppings da região, conforme ilustrado no gráfico 3.

Gráfico 2: Top 3 Crescimento Real de Vendas SE | (R\$ mn)



Os ativos da Companhia no Sudeste somam mais de 1 milhão de m² de ABL e, em termos de NOI, geraram mais de R\$ 1,5 bilhão em 2024, o que corresponde a 65% do NOI de todo o portfólio.

O NOI/m² do Sudeste também é um destaque, ocupando as 4 primeiras posições do portfólio ALLOS no 3T25, conforme evidenciado pelo gráfico 4.

Esses resultados demonstram a elevada eficiência operacional desses ativos e sua capacidade de gerar valor para a Companhia.

Gráfico 1: Crescimento de Vendas

Região SE YoY (2024 vs 2023) | Visão Total

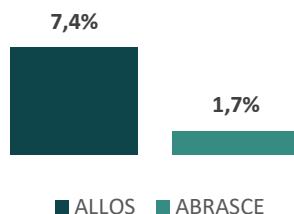


Gráfico 3: Top 5 Vendas / m² | R\$ 3T25

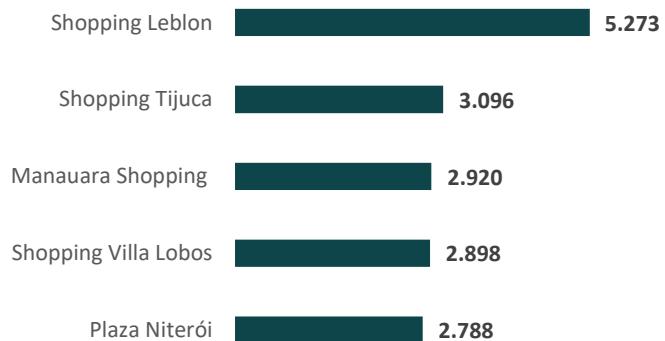
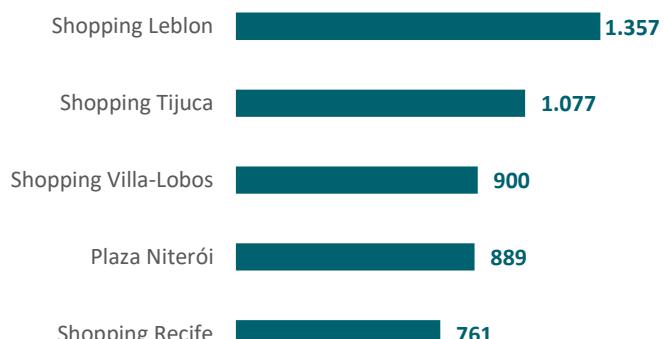


Gráfico 4: Top 5 NOI / m² | R\$ 3T25



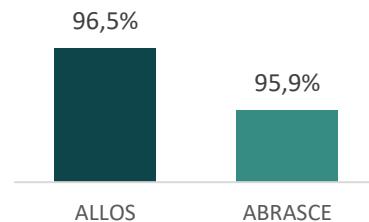
ESTUDO DE CASO

A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÃO SUDESTE

TAXA DE OCUPAÇÃO

A taxa de ocupação média da companhia no Sudeste no 3T25 foi de 96,5%, superando em 0,6 p.p. a da ABRASCE na mesma região. O desempenho superior da ALLOS demonstra a qualidade dos ativos, fruto da junção de uma curadoria de mix de excelência, que mantém os ativos atrativos para os consumidores, eficiência na gestão comercial e localização estratégica. Esses aspectos combinados, sustentam o fluxo de clientes em patamares elevados, e dão as condições adequadas para os lojistas gerarem negócios com resiliência, se mantendo saudáveis financeiramente e operacionalmente.

Gráfico 5: Taxa de Ocupação Sudeste vs ABRASCE



Fonte: Monitoramento Mensal de Mercado Set/2025 | ABRASCE

SEGMENTAÇÃO ESTRATÉGICA: O CRESCIMENTO DE ABL EM GASTRONOMIA

A ALLOS tem o consumidor como figura central na forma em que os negócios são conduzidos. A empresa busca constantemente proporcionar experiências que engajem os clientes dos shoppings e aumentem os seus *shares of life*. O shopping não é apenas um destino de compras, ele faz parte da vida do consumidor, sendo responsável por ocupar parcela relevante do consumo de entretenimento, lifestyle, lazer, gastronomia e conveniência. Um exemplo disso, foi a criação do Taste Lab, um espaço gastronômico com diversas opções de culinária inspirado nos tradicionais food halls europeus, com ambiência diferenciada e arte. Atualmente, a ALLOS possui dois Taste Labs já inaugurados no Sudeste, um no Shopping Tamboré e outro no NorteShopping, e mais um está em construção com previsão de inauguração no primeiro semestre de 2026, no Shopping Tijuca.

A Companhia vem transformando seu mix focado em gastronomia. No início de 2019, a ALLOS possuía cerca de 72 mil m² de ABL destinado para o segmento e em setembro de 2025 o valor já correspondia a aproximadamente 122 mil m². Só no Sudeste houve crescimento de 63% na ABL do setor. Além de trocas de mix, para alcançar esse marco foram realizadas uma série de ações, que incluem retomada de áreas, expansões e retrofits, como a inauguração dos Taste Labs e o retrofit da praça de alimentação do Shopping Leblon.



Imagen 1: Taste Lab NorteShopping

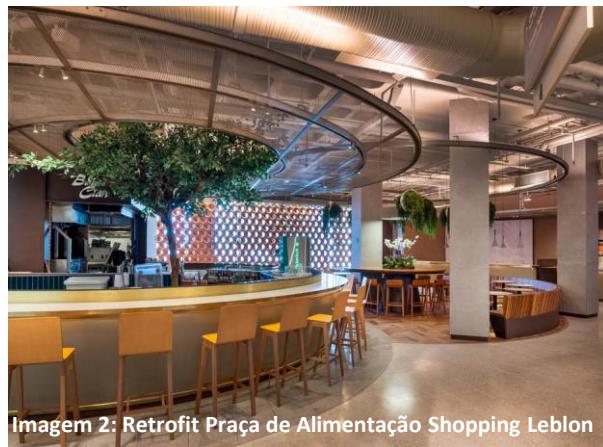


Imagen 2: Retrofit Praça de Alimentação Shopping Leblon

ESTRATÉGIA DE MIX: SHOPPING LEBLON

O Shopping Leblon, ativo de perfil voltado para a alta renda da Companhia, busca sempre a inovação e o encantamento dos consumidores. Desde 2019, foram realizadas importantes mudanças no mix do ativo, com uma curadoria excepcional para a Zona Sul do Rio de Janeiro. As mudanças de mix vieram acompanhadas de retorno financeiro, com aumentos de aluguel mínimo mensal que chegam a atingir a casa dos três dígitos.

Seguindo a estratégia da ALLOS de otimização de espaços, em 2022, o shopping passou pela sua primeira expansão, que adicionou mais 1,7 mil m² de ABL, em um local antes destinado à operação de estacionamento, com uma receita anual, gerada naquele espaço, de R\$ 90 mil anuais. A nova área, em linha com a busca pelo aumento do *share of life* dos consumidores, tem se transformado em uma área *wellness*, com um mix voltado para a vida e alimentação saudáveis, e conta com a presença de marcas como Bodytech, Studio Velocity, Vidya Studio, Aera Pilates e Café Zinn. A receita atual gerada na área da expansão é de cerca R\$ 3 milhões anuais, mais de 30 vezes a receita gerada no espaço antes da intervenção, o que evidencia a capacidade da ALLOS de identificar oportunidades de extração de valor comercial e financeiro dos seus ativos.



ESTUDO DE CASO

A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÃO SUDESTE

Além da curadoria de mix, o shopping é referência em experiência e cultura. O ArtWall localizado no corredor da entrada principal expõe obras de artistas renomados e torna a experiência e a chegada ao mall bem mais diferenciadas. Os eventos realizados no piso G3 estão ressignificando o espaço, trazendo entretenimento para o público do shopping, gerando um fluxo adicional de clientes e, consequentemente, gerando vendas.

O shopping, no qual a maior parte do fluxo chega por carro de aplicativo ou a pé, possui um fluxo de 8,4 milhões de pessoas por ano e tem se beneficiado ainda mais com o turismo recorde da cidade em 2025. Até setembro, o crescimento do número de turistas no Rio de Janeiro tinha aumentado 52% segundo a Secretaria de Estado de Turismo, com Argentina e Chile sendo os principais países de origem.

ESTRATÉGIA DE MIX: SHOPPING TAMBORÉ

O Shopping Tamboré passou por importantes redesenvolvimentos e satelitizações de áreas, fortalecendo ainda mais sua estratégia de mix. Um dos principais movimentos foi a satelitização de uma área de 6,5 mil m², anteriormente ocupada majoritariamente por uma C&C, em cerca de 30 lojas menores, resultando em um incremento de 126% no aluguel mínimo e 224% nas vendas dessas áreas. As vendas/m² saltaram de R\$ 430 para R\$ 1.234, um crescimento de 186%.

Outro exemplo de otimização foi a divisão de uma loja de 130 m² em três operações, que proporcionou aumento superior a 152% no aluguel mínimo.

Além das melhorias no mix de lojas, o shopping também reforçou sua oferta gastronômica, adaptando sua planta para implantação do restaurante Fogo de Chão, resultando num incremento de 280% nas vendas totais da ABL locada.

RELEVÂNCIA DO GANHO DE MARKET SHARE NO BRASIL

A ALLOS possui um portfólio de escala nacional, sendo referência no setor com ativos líderes estrategicamente distribuídos em todo o Brasil. A Companhia representa 20% do total das vendas do mercado de shoppings brasileiro. Essa representatividade relevante foi sendo conquistada ao longo do tempo graças à estratégia assertiva de mix, à oferta de mais de 2 mil eventos exclusivos em todas as regiões, à variedade gastronômica oferecida dentro dos shoppings, à inovação e à fidelidade dos consumidores. A resiliência do portfólio pode ser observada no gráfico 6, que demonstra o ganho de market share em vendas mesmo com todos os desinvestimentos feitos ao longo dos anos e, consequentemente, a redução da ABL da Companhia. A Companhia possui um ecossistema completo e integrado, que ultrapassa as barreiras do espaço físico dos shoppings. O consumidor da ALLOS é engajado desde as telas da HELLOO, presentes em diversos empreendimentos, como aeroportos, até prédios residenciais, e cada vez mais conhecido por meio dos programas de benefícios que geram fidelização e recorrência nos ativos.



ESTUDO DE CASO

A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÃO SUDESTE

PROJETOS MULTIÚSO – ESTRATÉGIAS DE VALORIZAÇÃO LOCAL

A região Sudeste, que reúne os maiores centros urbanos do país, concentra ativos estratégicos da ALLOS em mercados altamente consolidados. Em um contexto de alta densidade populacional, escassez de terrenos e crescente demanda por soluções integradas, a Companhia tem acelerado sua estratégia de transformação urbana por meio de projetos multiúso que conectam moradia, trabalho, lazer e serviços. Essa atuação impulsiona a valorização dos ativos e promove o adensamento qualificado, ampliando o tempo de permanência, diversificando fluxos e consolidando os shoppings como polos urbanos completos, dinâmicos e desejáveis. Abaixo destacamos alguns empreendimentos localizados na região sudeste, entre eles: Shopping Parque Dom Pedro, Shopping Piracicaba, São Bernardo Plaza Shopping, NorteShopping e Independência Shopping.

CAMPINAS/SP – COMPLEXO COM NOVAS TORRES EM DESENVOLVIMENTO

O Parque Dom Pedro, maior shopping da América Latina em área contínua, iniciou em 2022 um amplo processo de renovação pelos seus 20 anos de operação, com mais de 48 mil m² revitalizados. Como parte da estratégia de adensamento e diversificação, a ALLOS avança na consolidação do complexo multiúso, com projeto aprovado para 17 torres.

Foram firmados contratos para uma torre corporativa AAA, com a Aurea Finvest, e um hotel, com o Grupo Diamond, totalizando 30 mil m² de área privativa e VGV estimado em R\$ 438 milhões. A chegada de cerca de 3 mil pessoas reforçará o adensamento qualificado e o fluxo contínuo, consolidando o ativo como vetor de transformação urbana na região.



PIRACICABA/SP – TORRES RESIDENCIAIS COMO NOVO VETOR DE DESENVOLVIMENTO URBANO

No 1º trimestre de 2025, a ALLOS reforçou sua parceria com a incorporadora EBM/Cyrela, de forte atuação no interior paulista, para o desenvolvimento de três torres residenciais no entorno do Shopping Piracicaba, totalizando 441 unidades, mais de 30 mil m² de área privativa e um VGV estimado em R\$ 309 milhões. Após o sucesso de vendas dos lançamentos em Goiânia, a iniciativa reafirma a sinergia entre as companhias e o potencial do modelo de adensamento qualificado, fortalecendo a vitalidade e valorização da área primária do empreendimento.

SÃO BERNARDO/SP – MORADIA QUALIFICADA IMPULSIONA O ADENSAMENTO NO ABC PAULISTA

Referência em lazer, cultura e compras no ABC Paulista, o São Bernardo Plaza Shopping avança em sua estratégia de adensamento qualificado na área primária. No 2º trimestre de 2025, a ALLOS firmou parceria com a incorporadora MG Tec, que já entregou mais de 5 mil unidades residenciais em sua trajetória no ABC e na capital paulista, para o desenvolvimento de três torres residenciais com 19 mil m² de área privativa e VGV estimado em R\$ 166 milhões.

Localizado no Grande ABC, 2º maior polo industrial do país, o projeto oferecerá moradia de qualidade próxima a polos empregadores como Mercedes-Benz, Volkswagen e GM. São Bernardo ocupa o 7º lugar no ranking nacional de emprego industrial, com 73,7 mil trabalhadores e renda acima da média brasileira, reforçando sua relevância econômica e urbana.

ESTUDO DE CASO

A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÃO SUDESTE



ZONA NORTE/RJ – OBRAS NO ENTORNO AVANÇAM

O NorteShopping segue consolidado como vetor de transformação urbana, desta vez com o avanço das obras do Only by Living, lançamento da RJZ Cyrela ao lado do shopping.

O projeto contempla cinco torres residenciais, com 780 apartamentos e três lojas, totalizando 56 mil m² de área privativa e VGV estimado em R\$ 450 milhões. Com 90% das unidades já comercializadas, o empreendimento confirma a forte demanda por moradia de alto padrão na região.

Quando concluído, o empreendimento contribuirá para o adensamento qualificado do bairro, tradicionalmente carente de lançamentos desse porte, com expectativa de atrair 2,5 mil novos moradores à área primária. Os edifícios se posicionam de frente à entrada do Taste Lab, espaço gastronômico inspirado nos tradicionais food halls europeus, criando uma conexão direta entre as novas residências e o complexo. Essa integração ampliará o fluxo diário e aproximará os moradores da ampla oferta de lazer, conveniência e experiências que o shopping já reúne, com torre corporativa, supermercados, cinema, academia, clínicas, escolas, faculdades, restaurantes e ampla rede de transporte público, consolidando o ativo como um ecossistema urbano completo e vibrante.

JUIZ DE FORA/MG – TORRES RESIDENCIAIS IMPULSIONAM COMPLEXO

Localizado em Juiz de Fora, maior cidade do sul de Minas Gerais, o Independência Shopping é referência comercial da região. Situado em uma das principais vias de acesso, o ativo foi escolhido para receber um novo desenvolvimento residencial em parceria com o Grupo Diamond, construtora com o maior número de lançamentos da região, com VGV estimado em R\$ 140 milhões.

Com perfil voltado a estudantes, profissionais de saúde, docentes, singles e casais em início de carreira, o empreendimento dialoga com uma demanda crescente por moradia qualificada próxima a polos de ensino e saúde: a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), uma das principais instituições de ensino superior do país, e o complexo hospitalar Monte Sinai, ambos localizados no entorno imediato do shopping. A iniciativa consolida o adensamento qualificado, aproximando novos moradores de um ecossistema completo de serviços, lazer e conveniência.



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCIERO

DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

ESTUDO DE CASO

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTÍPLICO

PRODUTOS DIGITAIS

PORTFÓLIO

ANEXOS

ESTUDO DE CASO

A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÃO SUDESTE

SUSTENTABILIDADE

A estratégia de sustentabilidade da ALLOS está intrinsecamente conectada à estratégia de negócios, uma vez que a Companhia enxerga na sustentabilidade oportunidades de corroborar com os aspectos ambiental, social e de governança, utilizando os shoppings como hubs potencializadores desses avanços.

Os ativos da região Sudeste alcançaram uma taxa de reciclagem de 65% em 2024, com o maior destaque sendo o Parque Dom Pedro (PDP), que atingiu a marca de 96%. O shopping é um exemplo concreto de como a sustentabilidade pode ser incorporada de forma eficaz à operação de um grande empreendimento.

A Estação Produtora de Água de Reuso (EPAR) do PDP trata cerca de 16 milhões de litros de esgoto por mês e possui capacidade para tratamento de uma cidade de 15 mil habitantes. 100% do esgoto gerado é tratado, sendo que 25% dos resíduos retornam para o shopping para usos em fins não potáveis (irrigação e sanitários), outros 25% são reutilizados no sistema de climatização do shopping e os 50% restantes são descartados no rio já limpos. Além disso, há a transformação de resíduo em recurso, pois o lodo biológico gerado na EPAR é enviado para compostagem, que o transforma em fertilizante orgânico, atingindo a marca de 230 toneladas de fertilizantes ao ano.

O NorteShopping é outro ativo referência em sustentabilidade. O Programa NorteShopping Acolhedor, vigente desde 2021 surgiu inicialmente com a ideia de oferecer abrigo para o pernoite, alimentação e cuidados básicos de higiene para pessoas em situação de rua. Mas, com o passar dos anos, o projeto evoluiu, ampliando seu impacto social por meio de parcerias voltadas à capacitação profissional, emissão de documentos, reintegração familiar e acesso a oportunidades de trabalho. Desde a primeira edição mais de 200 pessoas foram acolhidas, sendo que 21 retornaram aos seus lares e 62 conquistaram empregos.

Imagens 3 e 4: Estação Produtora de Água de Reuso (EPAR) PDP



Imagem 5: Programa NorteShopping Acolhedor



ANEXOS	SUSTENTABILIDADE	DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO	DESEMPENHO OPERACIONAL	DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA	DESEMPENHO FINANCIERO	PRINCIPAIS INDICADORES	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	DESTAQUES
ANEXOS	SUSTENTABILIDADE	DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO	DESEMPENHO OPERACIONAL	DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA	DESEMPENHO FINANCIERO	PRINCIPAIS INDICADORES	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	DESTAQUES
ANEXOS	SUSTENTABILIDADE	DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO	DESEMPENHO OPERACIONAL	DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA	DESEMPENHO FINANCIERO	PRINCIPAIS INDICADORES	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	DESTAQUES
ANEXOS	SUSTENTABILIDADE	DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO	DESEMPENHO OPERACIONAL	DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA	DESEMPENHO FINANCIERO	PRINCIPAIS INDICADORES	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	DESTAQUES
ANEXOS	SUSTENTABILIDADE	DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO	DESEMPENHO OPERACIONAL	DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA	DESEMPENHO FINANCIERO	PRINCIPAIS INDICADORES	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	DESTAQUES

MÍDIA

HELLOO

A helloo, alcançou a marca de 113 shoppings e está presente em mais de 6 mil edifícios residenciais, expandindo sua atuação também para aeroportos. No terceiro trimestre, a helloo assumiu a comercialização de cinco aeroportos por meio do consórcio formado com a NEOOH. A operação teve início em primeiro de julho em Congonhas, Aracaju, Campina Grande, Juazeiro do Norte e Montes Claros.

O começo desse projeto foi marcado por grandes conquistas, incluindo a comercialização dos fingers para o Banco do Brasil por 12 meses e o projeto do pórtico de acesso ao embarque, que envolve grandes marcas como C6 Bank, Latam e GAC.

HELLOO LIVE

Um marco importante neste período foi a conquista do prêmio na categoria Projetos Especiais do 24º Prêmio da Central de Outdoor, pelo projeto realizado no Shopping Tijuca para o lançamento da série Round 6. A helloo LIVE solidifica sua presença no mercado, entregando soluções exclusivas que elevam a experiência dos anunciantes.

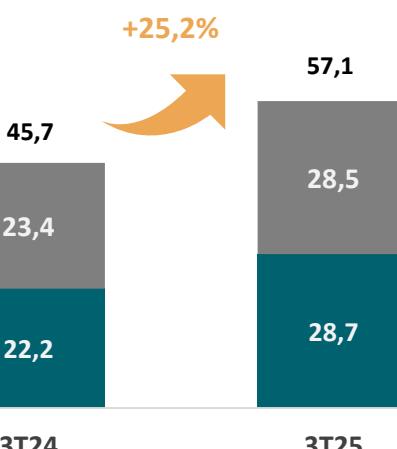
EVOLUÇÃO DAS RECEITAS DE MÍDIA

No 3T25, a Receita de mídia apresentou uma evolução de 25,2% em relação ao mesmo trimestre de 2024 e representou 8,0% da receita bruta da ALLOS no trimestre, um avanço de 130 bps. Esse resultado reflete o aumento no volume de negócios, impulsionado pela sazonalidade e pelo melhor desempenho nas quatro verticais de atuação.



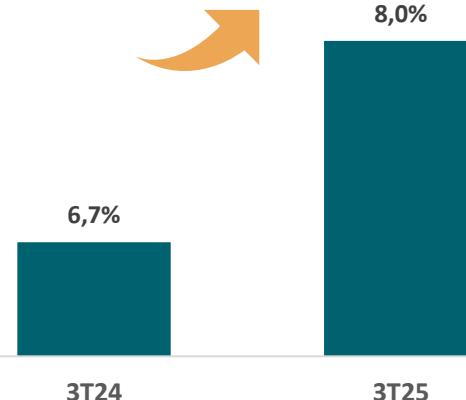
Receitas de Mídia

(R\$ Milhões)



Mídia como % da receita bruta

+130 bps



DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO

PROJETOS EM DESTAQUE

A ALLOS segue avançando em sua estratégia de desenvolvimento e transformação do portfólio, por meio de projetos estruturantes de expansão, revitalização e redesenvolvimento. Essas iniciativas têm como objetivo ampliar a dominância regional dos ativos, fortalecer o mix comercial e gerar valor sustentável no longo prazo.

Todos os projetos são contemplados com foco em retorno sobre o capital investido, integração urbana e elevados padrões de sustentabilidade, inovação e experiência do consumidor. A companhia mantém seu compromisso com a maximização do potencial de cada ativo, consolidando sua liderança como uma plataforma nacional de desenvolvimento de shoppings.

No 3T25, a execução dos principais projetos que tiveram avanços relevantes em ativos como:

SHOPPING DEL REY

Foi inaugurado o primeiro espaço ao ar livre no Shopping Del Rey, unido gastronomia e lazer em um mesmo ambiente. O novo local, instalado no estacionamento G, conecta os restaurantes da Alameda Gastronômica a uma ampla área de convivência e entretenimento, com jardins, playground, espaços instagramáveis e áreas de descanso, oferecendo uma experiência versátil e acolhedora.



SHOPPING RECIFE

O Shopping Recife segue avançando em sua jornada de transformação. A primeira grande entrega foi o Parque Gourmet, uma área de 6 mil m², inaugurada em novembro de 2025, que reúne grandes nomes da cena local e nacional e consolida o shopping como verdadeiro destino de experiências.



SHOPPING TIJUCA

O Shopping Tijuca segue em obras de expansão do novo espaço gastronômico Taste Lab, com previsão de inauguração para 1º tri 2026.



DESENVOLVIMENTO E MULTIÚSO

ESTRATÉGIA MULTIÚSO – PROJETOS QUE TRANSFORMAM CIDADES

Em mercados urbanos cada vez mais adensados, marcados pela escassez de terrenos e pela crescente busca por soluções integradas, a ALLOS tem consolidado uma plataforma única de valorização imobiliária por meio do desenvolvimento de projetos multiúso conectados aos seus shoppings.



Mais do que uma ocupação eficiente do landbank, o programa de Real Estate da Companhia se baseia na criação de centralidades urbanas completas, que integram moradia, trabalho, serviços e lazer em torno de ativos operacionais consolidados.

Com parcerias estruturadas majoritariamente via permuta financeira, e sob modelo asset light (sem necessidade de investimento próprio), a ALLOS monetiza terrenos ociosos, amplia a atratividade dos seus ativos e gera valor adicional por meio da entrada direta de caixa e aumento do fluxo qualificado, com públicos de maior poder aquisitivo e frequência recorrente.

Até o 3T25, o programa já envolve mais de 69 torres planejadas em 14 shoppings, distribuídas por 8 estados. Esses projetos reforçam o papel da companhia como protagonista no desenvolvimento urbano das regiões onde atua, com efeitos positivos sobre o NOI, SSS, SSR e a valorização dos shoppings integrados. Neste relatório, destacamos um novo case com projetos em operação e em desenvolvimento na Região Sudeste, principal mercado econômico e demográfico do país, onde a estratégia multiúso já demonstra resultados concretos e impacto local relevante.



PRODUTOS DIGITAIS

ALLOS AVANÇA NA MONETIZAÇÃO DO SEU ECOSISTEMA DIGITAL

A ALLOS segue ampliando a relevância e o alcance de seu ecossistema digital, atualmente presente em 35 shoppings por meio de aplicativos que incorporam o programa de relacionamento. A plataforma conecta milhões de consumidores e mais de 600 marcas únicas, oferecendo benefícios e experiências personalizadas. Entre janeiro e setembro de 2025, foram registrados mais de 10 milhões de compras realizadas através do programa, totalizando R\$ 3 bilhões em volume transacionado.

As iniciativas digitais já apresentam indicadores robustos de desempenho. Em shoppings com programa de relacionamento em estágio maduro, observamos um aumento médio de 17% na frequência de visitas dos membros após a adesão ao programa. Esse engajamento reforça a fidelização e a concentração das compras nos ativos da ALLOS, impulsionando resultados para lojistas e anunciantes.

Além disso, a ALLOS avança na monetização direta de seus produtos digitais, com soluções de mídia hipersegmentada que permitem às marcas se conectar com públicos altamente qualificados em momentos estratégicos da jornada de consumo. Essa capacidade consolida o posicionamento da companhia como uma plataforma de negócios integrada, com potencial para gerar valor e resultados em múltiplas frentes.



CASE BTG PACTUAL

A capacidade da ALLOS de conectar dados, audiência qualificada e presença física em escala nacional permite a criação de soluções integradas e personalizadas para grandes marcas, combinando relacionamento com o consumidor, mídia e ativação em seus ativos. Esse diferencial torna possível a execução de parcerias estratégicas com alto potencial de geração de valor.

No Shopping Leblon, foi firmada uma parceria inédita com o BTG Pactual, integrando os cartões Ultrablue e Black ao programa de benefícios do shopping. Clientes Ultrablue acessam diretamente a categoria 3, enquanto os clientes Black são elegíveis à categoria 2.

Essa iniciativa foi parte de uma ação integrada de ativação e comunicação, que envolveu não apenas a entrada dos clientes no programa de relacionamento, mas também campanhas nas telas digitais do circuito da Helloo e o *naming rights* do eletroposto da KARG. O projeto demonstra a sinergia crescente entre diferentes frentes de negócio da ALLOS, além de ampliar a atuação integrada do portfólio.



Eletroposto KARG – Shopping Leblon



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCIERO

DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

DESEMPENHO OPERACIONAL

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

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.

IDIVERSA B3

Pelo terceiro ano consecutivo, a ALLOS recebe o selo IDIVERSA B3.

O índice é o primeiro da América Latina a combinar critérios de gênero e raça, reconhecendo empresas que garantem representatividade em conselhos e diretorias, que avançam em governança e desempenho em diversidade.

Por mais um ano, a presença no índice, reforça o compromisso da ALLOS com a Diversidade, Equidade e Inclusão.

IDIVERSA B3



COP 30 EM BELEM

Durante a COP30, realizada em Belém (PA), a ALLOS reforçou sua liderança em sustentabilidade ao antecipar metas ambientais para seus shoppings na Bacia Amazônica, incluindo o uso de 100% de energia renovável, infraestrutura para reuso de água, neutralidade de carbono e 90% dos resíduos recuperados. A companhia promoveu uma agenda de mais de 250 dias com ações culturais, educacionais e sociais nos shoppings Boulevard Belém e Parque Belém, alinhadas ao conceito de "Espaços que Transformam". A presença ativa na conferência e o engajamento com a comunidade local evidenciam a estratégia de longo prazo da ALLOS, que integra sustentabilidade à geração de valor e à resiliência dos negócios.

MODA CONSCIENTE

O Shopping Campo Limpo, em parceria com a ONG Gerando Falcões, referência nacional em projetos sociais, inaugurou uma loja itinerante em formato de bazar.

Durante três meses, peças em ótimo estado, doadas por pessoas físicas e marcas, estarão disponíveis a preços acessíveis e todo valor arrecadado será destinado às iniciativas da ONG voltadas à redução da desigualdade social em favelas de todo o Brasil.

Essa ação reflete nosso compromisso de criar experiências que cuidam, apoiam e geram impacto real.



DE OLHO NOS OLHINHOS

A ALLOS apoia, pelo terceiro ano consecutivo, a campanha "De olho nos olhinhos", voltada à conscientização sobre o retinoblastoma — câncer ocular raro que afeta principalmente crianças nos primeiros anos de vida. Idealizada pelos jornalistas Tiago Leifert e Daiana Garbin, a iniciativa promove informação e acolhimento às famílias, destacando a importância do diagnóstico precoce. Neste ano, o Shopping Plaza Sul, em São Paulo, recebeu uma programação especial com atividades lúdicas para crianças, distribuição de materiais informativos e atendimento ao público por médicos e voluntários, ampliando o alcance da causa de forma afetiva e educativa.

A campanha também se estende a outros nove shoppings da ALLOS, que funcionam como verdadeiros canais de comunicação com a sociedade. Com ampla divulgação nos sites, redes sociais e nos totens digitais da helloo, a ação reforça o papel dos empreendimentos como espaços de convivência e transformação social. Ao conectar informação, saúde e entretenimento, a ALLOS reafirma seu propósito de gerar impacto positivo nas comunidades onde atua, promovendo acesso e conscientização por meio da força de sua plataforma de experiências.

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%	37.525	9.264	48.801	97,5%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50,0%	21.758	10.879	-	97,8%	-
Bangu Shopping	RJ	90,0%	57.889	52.100	8.838	93,0%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80,0%	39.430	31.540	30.030	98,4%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70,0%	41.683	29.178	27.114	97,8%	A / C / CSC
Carioca Shopping	RJ	65,0%	36.287	23.586	-	97,1%	A / C / CSC
Catuá Shopping Londrina	PR	93,0%	57.185	53.182	67.419	98,8%	A / C / CSC
Catuá Shopping Maringá	PR	100,0%	33.313	33.313	55.724	97,8%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65,0%	27.781	18.057	42.313	95,8%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21,0%	56.876	11.944	50.925	95,2%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60,0%	37.520	22.512	-	95,9%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76,9%	18.955	14.582	56.460	99,0%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48,8%	30.153	14.727	-	97,0%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83,4%	23.672	19.752	-	98,9%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100,0%	47.279	47.279	-	95,9%	A / C / CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	60,0%	42.173	25.304	9.069	99,1%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72,5%	71.165	51.595	65.783	95,0%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro	SP	51,6%	126.137	65.086	319.310	97,3%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51,0%	36.544	18.638	-	98,8%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	39.659	19.829	18.416	99,4%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90,0%	74.432	66.989	332.120	91,2%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100,0%	44.592	44.592	-	93,8%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	50,1%	24.375	12.212	-	96,5%	A / C / CSC
Rio Anil	MA	0,0%	0	0	-	-	A / C
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60,0%	42.943	25.766	-	94,9%	A / C / CSC
Shopping ABC	SP	1,3%	44.602	566	-	97,3%	-
Shopping Campo Grande	MS	70,9%	44.401	31.480	80.761	98,9%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20,0%	30.232	6.046	-	97,6%	A / C / CSC
Shopping Curitiba	PR	49,0%	22.379	10.966	-	96,9%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71,5%	71.077	50.813	93.376	94,3%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80,0%	38.069	30.455	-	95,0%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75,0%	48.273	36.205	13.200	97,5%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50,0%	43.984	21.992	54.940	95,1%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51,0%	27.473	14.011	-	97,6%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100,0%	18.767	18.767	-	95,0%	A / C / CSC
Shopping Metrópole	SP	100,0%	28.951	28.951	-	96,8%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40,0%	33.563	13.425	13.546	96,3%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75,3%	44.995	33.895	11.352	97,1%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30,8%	72.363	22.309	27.600	97,9%	C
Shopping Taboão	SP	92,0%	37.394	34.403	85.766	98,3%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100,0%	50.003	50.003	24.300	98,4%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	90,0%	35.359	31.823	-	98,2%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50,0%	71.504	35.752	48.180	96,7%	A / C / CSC
Shopping Villagio Caxias do Sul	RS	61,0%	29.667	18.097	51.821	96,9%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63,4%	28.394	18.002	-	97,3%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	87,4%	11.809	10.322	-	100,0%	-
Total Portfólio		65,1%	1.907.960	1.242.246	1.637.164	96,5%	

ANEXOS

PROJETOS DE EXPANSÃO, REDESENVOLVIMENTO E REVITALIZAÇÃO



Expansão/Redesenvolvimento: Fachadas e Boulevard gastronômico

Concluído - Inaugurado em Agosto/2025.

O projeto contempla a modernização da fachada e a criação de 2.5 mil m² de novos espaços, incluindo 2 novos restaurantes que farão parte do novo Boulevard Gastronômico.

SHOPPING DEL REY

Inauguração
em Ago-25

Expansão/Redesenvolvimento: Redesenvolvimento Parque Gourmet

Em obras.

Criação de um novo Parque Gourmet com 6 mil m² dedicados a 13 novos restaurantes.

SHOPPING RECIFE

Inauguração
em 4T25

Expansão/Redesenvolvimento: Expansão de 45 novas lojas

Em obras.

O projeto contempla um acréscimo de 6 mil m² de ABL.

PARQUE SHOPPING MACEIÓ

Inauguração
em 4T25

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

Inauguração
em 1S26

Expansão/Redesenvolvimento: Requalificação do Setor Colinas

Em obras

Modernização e redesenvolvimento do Setor Colinas.

PARQUE D. PEDRO SHOPPING



EXPANSÃO/REDESENVOLVIMENTO



REVITALIZAÇÃO



Expansão/Redesenvolvimento:

Extensão do Boulevard Gastronômico

Em obras.

CENTER UBERLÂNDIA



Expansão/Redesenvolvimento:

Novo piso L4

Criação de novos ambientes para mais de 5 mil m² de área Gastronômica.

SHOPPING LEBLON



Expansão/Redesenvolvimento:

Requalificação do L3 e Modernização da Fachada

Em obras

Conclusão da fachada principal e a modernização do look & feel do terceiro piso.

SHOPPING DA BAHIA



Expansão/Redesenvolvimento:

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 abr.

SHOPPING CAMPO GRANDE



Revitalização:

Modernização do *promenade* Villa Lobos

Em desenvolvimento de projeto.

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

SHOPPING VILLA LOBOS



Revitalização:

Modernização do piso L3

Em desenvolvimento a revitalização do terceiro piso.

GOIÂNIA SHOPPING



EXPANSÃO/REDESENVOLVIMENTO



REVITALIZAÇÃO

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

DESEMPENHO OPERACIONAL

ESTUDO DE CASO

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTIFUNÇÃO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

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			12,4%	107.169	1,8%	
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	11,3%	13,1%	48.169	0,8%	jun-27
Itaú	TR	9,9%	11,7%	59.000	1,0%	mai-30
CDI			14,1%	5.888.517	98,2%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	1,00%	14,4%	80.426	1,3%	jun-29
Debenture XII (CRI - ICVM400)	CDI	1,18%	14,6%	529.111	8,8%	jul-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,00%	14,4%	316.547	5,3%	mar-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160).	CDI	1,20%	14,6%	298.838	5,0%	mar-30
Debenture (8ª emissão. 1ª serie)	CDI	0,55%	13,9%	376.150	6,3%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 2ª serie)	105% CDI	0,00%	13,9%	403.873	6,7%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 3ª serie)	CDI	0,46%	13,8%	494.051	8,2%	abr-31
CCB Itaú	CDI	1,30%	14,7%	220.340	3,7%	out-26
Debenture (11ª emissão.1ª serie)	CDI	0,63%	14,0%	652.647	10,9%	ago-31
Debenture (11ª emissão. 2ª serie)	CDI	0,95%	14,3%	1.890.160	31,5%	ago-34
Debenture (12ª emissão.1ª serie)	98% CDI	0,00%	13,0%	156.872	2,6%	jan-30
Debenture (12ª emissão. 2ª serie)	CDI	0,00%	13,3%	469.501	7,8%	jan-32
Total			14,09%			
Total		CDI+	0,74%	5.995.686		

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

Composição da Dívida Consolidado	Contábil 3T25	Efeitos CPC 18/19	Gerencial 3T25
(valores em milhares de reais)			
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	5.921.540	-	5.921.540
Obrigação para compra de ativos	436.953	(180)	436.773
Instrumentos financeiros derivativos	130.748	0	130.748
Dívida Bruta	6.489.241	(180)	6.489.061
Caixa e aplicações financeiras	(3.075.886)	7.213	(3.068.673)
Dívida Líquida	3.413.355	7.033	3.420.388



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 30 DE SETEMBRO DE 2024 E 2025

Demonstrações Financeiras Consolidadas	3T25	3T24	3T25 / 3T24 Δ%	3T24 Proforma	3T25 / 3T24 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	727.239	707.275	2,8%	n/a	n/a
Impostos e contribuições e outras deduções	(48.921)	(49.895)	-2,0%	n/a	n/a
Receita líquida	678.318	657.380	3,2%	n/a	n/a
Custo	(160.933)	(178.090)	-9,6%	n/a	n/a
Lucro bruto	517.385	479.291	7,9%	n/a	n/a
Receitas/(despesas) operacionais	(171.628)	(165.888)	3,5%	n/a	n/a
Despesas administrativas e gerais	(175.513)	(181.739)	-3,4%	n/a	n/a
Resultado da equivalência patrimonial	18.896	18.325	3,1%	n/a	n/a
Outras receitas (despesas) operacionais	(15.011)	(2.475)	n/a	n/a	n/a
Resultado financeiro	(138.738)	(138.435)	0,2%	n/a	n/a
Lucro antes dos impostos	207.020	174.968	18,3%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social corrente	(43.982)	(48.896)	-10,1%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social diferido	(7.115)	8.995	n/a	n/a	n/a
Lucro líquido do período	155.922	135.068	15,4%	-	n/a
Lucro Atribuível aos:					
Acionistas controladores	125.865	112.773	11,6%	n/a	n/a
Acionistas não controladores	30.057	22.295	34,8%	n/a	n/a
Lucro líquido do período	155.922	135.068	15,4%	-	n/a
Demonstrações Financeiras Gerenciais	3T25	3T24	3T25 / 3T24 Δ%	3T24 Proforma	3T25 / 3T24 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	730.261	698.943	4,5%	686.157	6,4%
Impostos e contribuições e outras deduções	(50.373)	(48.479)	3,9%	(48.479)	3,9%
Receita líquida	679.888	650.463	4,5%	637.678	6,6%
Custo	(175.139)	(172.750)	1,4%	(172.537)	1,5%
Custo de alugueis e serviços	(59.686)	(60.571)	-1,5%	(60.358)	-1,1%
Depreciação e Amortização	(115.453)	(112.179)	2,9%	(112.179)	2,9%
Lucro bruto	504.749	477.713	5,7%	465.141	8,5%
Receitas (despesas) operacionais	(181.063)	(183.116)	-1,1%	(183.116)	-1,1%
Despesas administrativas e gerais	(106.361)	(107.995)	-1,5%	(107.995)	-1,5%
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(8.263)	(6.763)	22,2%	(6.763)	22,2%
Variação de valor justo de propriedades	-	-	n/a	-	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(38.374)	(37.473)	2,4%	(37.473)	2,4%
Outras receitas (despesas) operacionais	(28.065)	(30.885)	-9,1%	(30.885)	-9,1%
Resultado financeiro	(144.197)	(142.292)	1,3%	(142.292)	1,3%
Lucro antes dos impostos	179.489	152.304	17,8%	139.732	28,5%
Imposto de renda e contribuição social corrente	(45.011)	(48.335)	-6,9%	(48.335)	-6,9%
Imposto de renda e contribuição social diferido	(8.613)	8.804	n/a	8.804	n/a
Lucro líquido do período	125.865	112.773	11,6%	100.201	25,6%

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

DESEMPENHO OPERACIONAL

ESTUDO DE CASO

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

34



BALANÇO PATRIMONIAL

Balanço Patrimonial	ALLOS Consolidado		Ajustes		ALLOS Consolidado Gerencial		DESTAQUES
	30/09/2025	31/12/2024	30/09/2025	31/12/2024	30/09/2025	31/12/2024	
	ATIVO	(Valores em milhares de reais)					
Circulante							
Caixa e equivalentes de caixa	48.994	47.771	1.429	(715)	50.423	47.056	
Aplicações financeiras de curto prazo	2.860.233	3.321.334	(8.641)	(83.847)	2.851.592	3.237.488	
Contas a receber	361.509	492.367	7.349	(5.268)	368.858	487.099	
Dividendos e juros sobre capital próprio a receber	27	423	(27)	(423)	(0)	0	
Impostos a recuperar	146.921	149.785	344	2.132	147.265	151.918	
Despesas antecipadas	22.574	15.715	(1.040)	(260)	21.534	15.455	
Outros créditos	352.741	244.456	6.394	10.895	359.135	255.351	
Total	3.792.999	4.271.853	5.807	(77.486)	3.798.806	4.194.367	
Ativo não circulante mantido para venda	-	-	-	-	-	-	
Total Ativo Circulante e Ativo não circulante mantido para venda	3.792.999	4.271.853	5.807	(77.486)	3.798.806	4.194.367	
Não Circulante							
Impostos a recuperar	42.719	39.158	2.272	68	44.991	39.226	
IRPJ e CSLL diferidos	7.350	7.511	(0)	(51)	7.350	7.459	
Depósitos judiciais	176.415	169.019	805	(311)	177.220	168.707	
Empréstimos, mútuos e outras contas a receber	-	13.762	-	(13.762)	-	-	
Contas a receber	114.904	92.825	(1.244)	1.324	113.660	94.149	
Despesas antecipadas	17.142	17.993	(6)	(12)	17.136	17.981	
Aplicações financeiras de longo prazo	166.659	190.051	-	-	166.659	190.051	
Outros créditos	302.923	237.190	(277)	(66)	302.646	237.124	
Investimentos	605.001	624.928	(605.001)	(624.928)	0	(0)	
Propriedades para investimento	20.217.115	20.700.140	(166.064)	(168.081)	20.051.051	20.532.059	
Imobilizado	93.013	97.391	1.770	(800)	94.783	96.590	
Intangível	807.339	826.970	549.044	102.700	1.356.383	929.670	
Total Ativo Não Circulante	22.550.580	23.016.938	(218.702)	(703.922)	22.331.878	22.313.016	
Total do Ativo	26.343.579	27.288.791	(212.894)	(781.407)	26.130.684	26.507.383	
PASSIVO							
<i>(Valores em milhares de reais)</i>							
Circulante							
Fornecedores	81.096	89.934	1.180	651	82.276	90.585	
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	267.309	1.123.404	-	-	267.309	1.123.404	
Impostos e contribuições a recolher	77.158	112.162	2.015	1.869	79.173	114.031	
Receitas diferidas	10.626	15.813	4.683	468	15.309	16.281	
Dividendos a pagar	156.167	211.798	(3.167)	(3.329)	153.000	208.469	
Obrigações por compra de ativos	419.251	407.484	-	(607)	419.251	406.877	
Contas a Pagar Leasing	20.431	20.765	117.836	6.112	138.267	26.877	
Outras obrigações	209.456	284.100	6.639	(88.493)	216.095	195.607	
Total Passivo Circulante	1.241.494	2.265.459	129.187	(83.329)	1.370.681	2.182.130	
Não Circulante							
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	5.654.231	5.521.620	-	-	5.654.231	5.521.620	
Impostos e contribuições a recolher	6.560	7.721	(110)	(110)	6.450	7.610	
Receitas diferidas	15.229	16.742	612	925	15.841	17.668	
Instrumentos financeiros derivativos	130.748	158.383	0	-	130.748	158.383	
IRPJ e CSLL diferidos	4.695.326	4.755.405	(4.720)	(5.469)	4.690.606	4.749.936	
Obrigações por compra de ativos	17.702	19.752	(179)	(180)	17.522	19.572	
Contas a pagar leasing	156.803	158.658	415.254	83.327	572.057	241.985	
Outras obrigações	3.556	8.981	(847)	(5.613)	2.709	3.368	
Provisão para contingências	250.977	241.548	(379)	(1.331)	250.598	240.217	
Total Passivo Não Circulante	10.931.132	10.888.811	409.630	71.549	11.340.762	10.960.359	
PATRIMÔNIO LÍQUIDO							
Capital social	15.092.136	15.092.136	0	-	15.092.136	15.092.136	
Gastos com emissões de ações	(72.332)	(72.332)	0	-	(72.332)	(72.332)	
Reservas de capital	9.617	0	(0)	-	9.617	0	
Reserva legal	234.265	234.265	(0)	-	234.265	234.265	
Ações em tesouraria	(104.855)	(776.697)	(0)	-	(104.855)	(776.697)	
Lucros acumulados	377.937	0	(0)	0	377.937	0	
Reservas de lucros	1.886.791	2.891.838	(1)	-	1.886.790	2.891.838	
Ajustes de avaliação patrimonial	(4.004.316)	(4.004.316)	(0)	-	(4.004.316)	(4.004.316)	
Participação de não controladores	751.710	769.628	(751.710)	(769.628)	-	-	
Total do patrimônio líquido	14.170.953	14.134.523	(751.711)	(769.628)	13.419.242	13.364.895	
Total do Passivo e do Patrimônio Líquido	26.343.579	27.288.792	(212.894)	(781.408)	26.130.684	26.507.384	

FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa	ALLOS Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado Gerencial	DESTAQUES MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO PRINCIPAIS INDICADORES DESEMPENHO FINANCEIRO DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA DESEMPENHO OPERACIONAL ESTUDO DE CASO MÍDIA
	30/09/2025	30/09/2025	30/09/2025	
	(valores em milhares de reais)			
Atividades operacionais				
Lucro líquido do período atribuível aos acionistas da Controladora	663.964	(82.027)	581.937	
Ajustes ao lucro líquido ecorrentes de:				
Aluguel linear	(42.422)	(1.614)	(44.036)	
Depreciação e amortização	453.216	(53)	453.163	
Resultado de equivalência patrimonial	(53.960)	53.960	-	
Constituição de provisão para perda de crédito esperada	39.119	21	39.140	
Remuneração com base em ações	39.171	-	39.171	
Juros e variações monetárias sobre operações financeiras	696.598	7.060	703.658	
Valor justo dos instrumentos financeiros derivativos	(2.432)	(41.718)	(44.150)	
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(59.918)	31.241	(28.677)	
(Ganho) perda na venda de propriedades para investimento	(148.540)	38.368	(110.172)	
Rendimentos de aplicações financeiras	(301.471)	6.718	(294.753)	
Baixa de mais valia	170	(170)	-	
Provisão para perda de investimentos e propriedades para investimento	515	(515)	-	
Outras provisões	16.841	6.767	23.608	
	1.300.851	18.038	1.318.889	
Redução (aumento) dos ativos	26.180	(6.068)	20.112	
Contas a receber de clientes	97.943	(8.457)	89.486	
Depósitos Judiciais	(7.976)	(1.117)	(9.093)	
Impostos a recuperar	(311)	(811)	(1.122)	
Outros	(63.476)	4.317	(59.159)	
Aumento (redução) dos passivos	105.161	59.542	164.703	
Fornecedores	(8.252)	529	(7.723)	
Impostos e contribuições a recolher	215.910	(23.567)	192.343	
Outras obrigações	(95.920)	78.679	(17.241)	
Receitas diferidas	(6.577)	3.901	(2.676)	
Impostos pagos - IRPJ e CSLL	(134.150)	(911)	(135.061)	
Impostos pagos - PIS, COFINS e ISS	(112.460)	(323)	(112.783)	
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	1.185.582	70.278	1.255.860	
Atividades de investimento				
Aquisição de ativo imobilizado	(6.403)	(1.177)	(7.580)	
Aquisição de ativo intangível	(76.337)	115	(76.222)	
Aquisição de propriedade para investimento - shoppings	(254.553)	9.314	(245.239)	
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas	(2.284)	2.284	-	
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas/amortização de quotas	1.494	-	1.494	
Redução (aumento) em aplicações financeiras	1.046.890	(81.923)	964.967	
Juros sobre capital próprio e dividendos recebidos	64.191	(64.191)	-	
Recebimento pela alienação de participação societária e/ou imobiliária de shoppings	161.682	-	161.682	
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	934.680	(135.578)	799.102	
Atividades de financiamento				
Recebimento de empréstimos para partes relacionadas	3.164	(3.164)	-	
Pagamento juros - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(54.105)	-	(54.105)	
Pagamento principal - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(752.552)	-	(752.552)	
Emissão de debêntures	625.000	-	625.000	
Pagamento de juros de debêntures	(584.009)	-	(584.009)	
Pagamento principal de debêntures	(582.252)	-	(582.252)	
Pagamento de custos de estruturação debêntures	(16.542)	-	(16.542)	
Pagamento de principal e juros de arrendamento por direito de uso	(24.259)	(17.348)	(41.607)	
Recompra de ações	(159.799)	-	(159.799)	
Recompra de debêntures	-	-	-	
Alienação de ações	6.919	-	6.919	
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos aos acionistas	(459.000)	-	(459.000)	
Dividendos pagos aos acionistas não controladores	(87.349)	87.349	-	
Pagamento de obrigações por compra de empresas	(34.255)	607	(33.648)	
Caixa líquido gerado nas (consumido pelas) atividades de financiamento	(2.119.039)	67.444	(2.051.595)	
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	1.223	2.144	3.367	
Saldo de caixa e equivalente no final do período	48.994	1.429	50.423	
Saldo de caixa e equivalente no início do período	47.771	(715)	47.056	
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	1.223	2.144	3.367	

CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS | 2025

Conciliação

Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial
Período findo em 30 de setembro de 2025

ALLOS Consolidado
2025 - Contábil

Ajustes

ALLOS Consolidado
2025 - Gerencial

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

DESEMPENHO OPERACIONAL

ESTUDO DE CASO

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

(Valores em milhares de reais)

	ALLOS Consolidado 2025 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Gerencial
Receita bruta de aluguel e serviços	2.174.240	(45.037)	2.129.203
Impostos e contribuições e outras deduções	(148.196)	792	(147.404)
Receita líquida	2.026.044	(44.245)	1.981.799
Custo de aluguéis e serviços	(515.861)	(5.034)	(520.895)
Lucro bruto	1.510.183	(49.279)	1.460.904
(Despesas)/Receitas operacionais	(371.143)	(52.844)	(423.987)
Despesas administrativas e gerais	(512.868)	196.336	(316.532)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	n/a	24.985	(24.985)
Resultado da equivalência patrimonial	53.960	(53.960)	-
Despesa com depreciação	n/a	112.151	(112.151)
Outras (despesas)/receitas operacionais	87.766	(58.085)	29.681
Resultado financeiro	(388.635)	26.798	(361.837)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	750.406	(75.326)	675.080
Imposto de renda e contribuição social	(86.442)	(6.702)	(93.143)
Lucro líquido do período	663.964	(82.027)	581.937
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	581.937	0	581.937
Participações minoritárias	82.027	(82.027)	-

Conciliação do EBITDA / EBITDA Ajustado
Período findo em 30 de setembro de 2025

ALLOS Consolidado
2025 - Contábil

Ajustes

ALLOS Consolidado
2025 - Gerencial

DESEMPENHO OPERACIONAL

	ALLOS Consolidado 2025 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Gerencial
Lucro líquido	663.964	(82.027)	581.937
(+) Depreciação / Amortização	453.217	(54)	453.163
(+) Resultado financeiro	388.635	(26.798)	361.837
(+) Imposto de renda e contribuição social	86.442	6.702	93.143
EBITDA	1.592.257	(102.178)	1.490.079
Margem EBITDA %	78,6%		75,2%
(+) Despesas não recorrentes	(41.513)	-	(41.513)
EBITDA Ajustado	1.550.744	(102.178)	1.448.566
Margem EBITDA Ajustado %	76,5%		73,1%
(-) Aluguel Linear	(10.059)	(33.977)	(44.036)
EBITDA Ajustado (ex- aluguel linear)	1.540.685	(136.154)	1.404.530
Margem EBITDA Ajustado (Ex- aluguel linear)%	76,4%		72,5%
Conciliação do FFO / FFO Ajustado			
Período findo em 30 de setembro de 2025			

Conciliação do FFO / FFO Ajustado
Período findo em 30 de setembro de 2025

ALLOS Consolidado
2025 - Contábil

Ajustes

ALLOS Consolidado
2025 - Gerencial

DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO

	ALLOS Consolidado 2025 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Gerencial
Lucro Líquido no período	663.964	(82.027)	581.937
(+) Depreciação e amortização	453.217	(54)	453.163
(=) FFO *	1.117.181	(82.082)	1.035.099
(+/-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(41.513)	-	(41.513)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(10.059)	(33.977)	(44.036)
(+/-) Impostos não caixa	(59.915)	31.238	(28.677)
(+/-) Efeito SWAP (Fair Value)	(27.634)	-	(27.634)
(+/-) Despesas financeiras eventuais	(8.990)	-	(8.990)
(=) FFO ajustado *	969.068	(84.820)	884.249
Margem AFFO %	48,1%		45,6%

* Indicadores não-contábeis

ANEXOS



CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS | 2024

Conciliação

Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial
Período findo em 30 de setembro de 2024

	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Proforma
(Valores em milhares de reais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	2.092.003	(47.027)	2.044.975	(58.030)	1.986.946
Impostos e contribuições e outras deduções	(148.605)	3.390	(145.216)	-	(145.216)
Receita líquida	1.943.397	(43.637)	1.899.760	(58.030)	1.841.730
Custo de aluguéis e serviços	(538.739)	12.167	(526.572)	6.991	(519.581)
Lucro bruto	1.404.659	(31.471)	1.373.188	(51.039)	1.322.149
(Despesas)/Receitas operacionais	(399.964)	(3.360)	(403.324)	-	(403.324)
Despesas administrativas e gerais	(526.705)	208.011	(318.694)	-	(318.694)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	n.a	18.880	(18.880)	-	(18.880)
Resultado da equivalência patrimonial	55.818	(55.818)	-	-	-
Despesa com depreciação	n.a	111.604	(111.604)	-	(111.604)
Outras (despesas)/receitas operacionais	70.923	(25.069)	45.854	-	45.854
Resultado financeiro	(307.667)	(14.172)	(321.838)	-	(321.838)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	697.028	(49.003)	648.026	(51.039)	596.987
Imposto de renda e contribuição social	(86.186)	(31.898)	(118.084)	-	(118.084)
Lucro líquido do período	610.843	(80.901)	529.942	(51.039)	478.903
Lucro Atribuível aos:					
Acionistas controladores	529.942	(0)	529.942	(51.039)	478.903
Participações minoritárias	80.901	(80.901)	-	-	-

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Proforma
--	-----------------------------------	---------	------------------------------------	---------	-----------------------------------

(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Lucro líquido	610.843	(80.901)	529.942	(51.039)	478.903
(+) Depreciação / Amortização	460.698	(6.924)	453.774	-	453.774
(+) Resultado financeiro	307.667	14.172	321.838	-	321.838
(+) Imposto de renda e contribuição social	86.186	31.898	118.084	-	118.084
EBITDA	1.465.393	(41.755)	1.423.638	(51.039)	1.372.600
Margem EBITDA %	75,4%		74,9%		74,5%
(+) Despesas não recorrentes	(47.262)	-	(47.262)	-	(47.262)
EBITDA Ajustado	1.418.131	(41.755)	1.376.376	(51.039)	1.325.338
Margem EBITDA Ajustado %	73,0%		72,5%		72,0%
(-) Aluguel Linear	(16.205)	(2.548)	(18.753)	409	(18.345)
EBITDA Ajustado (ex- aluguel linear)	1.401.926	(44.303)	1.357.623	(50.630)	1.306.993
Margem EBITDA Ajustado (Ex- aluguel linear)%	72,7%		72,2%		71,7%

Conciliação do FFO / FFO Ajustado	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Proforma
-----------------------------------	-----------------------------------	---------	------------------------------------	---------	-----------------------------------

(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Lucro Líquido no período	610.843	(80.901)	529.942	(51.039)	478.903
(+) Depreciação e amortização	460.698	(6.924)	453.774	-	453.774
(=) FFO *	1.071.541	(87.825)	983.716	(51.039)	932.677
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(47.262)	-	(47.262)	-	(47.262)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(16.205)	(2.548)	(18.753)	409	(18.345)
(+)/(-) Impostos não caixa	(90.347)	67.666	(22.681)	-	(22.681)
(+)/(-) Efeito SWAP (Fair Value)	7.535	-	7.535	-	7.535
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	6.415	-	6.415	-	6.415
(=) FFO ajustado *	931.676	(22.708)	908.969	(50.630)	858.339
Margem AFFO %	48,3%		48,3%		47,1%

* Indicadores não-contábeis

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

ESTUDO DE CASO

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO E MULTIUSO

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.

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESTRAVANDO VALOR PARA O ACIONISTA

DESEMPENHO OPERACIONAL

ESTUDO DE CASO

MÍDIA

DESENVOLVIMENTO EM MÚLTIPLO

PRODUTOS DIGITAIS

SUSTENTABILIDADE

PORTFÓLIO

ANEXOS

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.

ANEXOS				
PORTFÓLIO	SUSTENTABILIDADE	PRODUTOS DIGITAIS	DESENVOLVIMENTO EM MULTIUSO	MÍDIA
ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS
ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS
ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS	ANEXOS



EARNINGS RELEASE 3Q25

ALLOS



RESULTS CONFERENCE CALL

ENGLISH

With simultaneous translation into
Portuguese

November 13th, 2025 – Thursday
02:00 p.m. (BRT) | 12:00 p.m. (US ET)

Webcast - [Click here](#)

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

IR CONTACTS

Daniella Guanabara

CFO and IRO

André Coutinho

IR Director

Diego Canuto

IR Manager

Phone: +55 (21) 2583-9800

E-mail: ri@allos.com.br

ri.allos.com.br/en

3Q25

SSR +6.5% AND FFO PER SHARE +9%

Rio de Janeiro, November 12th, 2025 – A ALLOS S.A. (B3: ALOS3), the most complete experience, entertainment, services, lifestyle, and shopping platform in Latin America, announces its results for the third quarter of 2025 (3Q25). At the end of 3Q25, the Company held ownership of 45 malls, totaling 1,908 thousand sqm of Total GLA and 1,242 thousand sqm of Owned GLA. The Company also provided planning, management and leasing services to 10 third-party malls with a total GLA of 227 thousand sqm.

3Q25 HIGHLIGHTS

R\$1.9 BILLION IN DIVIDENDS UNTIL DECEMBER 2026

ALLOS' Board of Directors has approved dividends of R\$146 million to be paid in December 2025. Additionally, it approved dividend guidance between R\$0.28 and R\$0.30 per share per month for 2026. Combined, dividends may reach up to R\$1.9 billion between December 2025 and December 2026.

FFO PER SHARE GROWS 9,0%

In 3Q25, FFO totaled R\$304.9 million, representing a 3.5% increase from 3Q24, despite the elevated interest rate environment. FFO per share (FFOPS) rose 9%, driven by the operational performance and the execution of ALLOS's share buyback program.

SALES GROW 5.5%

Sales at ALLOS' malls continue to outperform national retail. In 3Q25, sales were 5.5% higher than in 3Q24, reinforcing the strength of the Company's portfolio.

SSR INCREASE 6.5%

The strong sales performance accumulated in recent years enables lease renewals to be negotiated with leasing spreads above inflation. As a result, ALLOS recorded, in 3Q25, same-store rents (SSR) 6.5% higher than the indicator reported in 3Q24.

MEDIA GROWS 25.2%

The third quarter of 2025 marked the launch of Helloo's operation in airports. This expansion, combined with the media performance in shopping malls, contributed to the 25.2% increase in media revenues in 3Q25 compared to 3Q24.

MALL COSTS DECREASE

In 3Q25, mall operating costs decreased by 8.1% compared to 3Q24, primarily due to lower expenses associated with vacant stores. This contributed to an 80 basis point increase in NOI margin, which closed the quarter at 93.4%

REDUCTION OF SG&A

Driven by an organizational efficiency program, in 3Q25 SG&A remained stable despite inflation, which, combined with the drop in costs, contributed to the 97bps increase in the EBITDA margin. This program was started in May this year and should start to show more relevant effects as of 1Q26.

CAPEX GUIDANCE 2026

Due to the current macroeconomic scenario, the Company expects a cycle of lower investments for next year. As a result, the CAPEX guidance for the year 2026 will be between R\$350 and R\$450 million, a reduction of R\$100 million over the range projected for 2025.

MESSAGE FROM MANAGEMENT

In this third quarter, ALLOS consolidated an important pillar of its integration with the completion of the ERP unification process and the overcoming of the stabilization phase. Today, we have a very robust, integrated back-office and systems structure, operating smoothly.

Another key pillar is operational integration, implemented seamlessly. This integration encompassed several aspects: (i) revenue; (ii) tenant relations; (iii) sales performance; and (iv) execution of expansion and redevelopment projects. The result is clear: the Company has achieved consistent growth in every quarter since its creation. Operational excellence stands out, and the consolidation of ALLOS' culture shows that we are on the right path.

The third point is our portfolio adjustment. We made several divestments and invested in our main malls so they can continue to grow consistently. This strengthened our results, as reflected in the gains in sales per square meter and NOI per square meter, with increases of 50.1% (CAGR of 7.0%) and 66.0% (CAGR of 8.8%) in 3Q25 compared to 3Q19, respectively.

Finally, the fourth pillar is our balance sheet. An exceptional job was done reprofiling and extending our financing. When we created the Company in January 2023, our cost was CDI + 2.5%. Today, we have a much lower cost, at CDI + 0.7%, with the latest funding below CDI. This allows us, as soon as interest rates fall, to capture the full effect of the rate drop, since our spread is very low compared to the best companies in the market. As proof of this, we maintained our AAA ratings, giving us a unique balance sheet position.

Now, we look inward and see important opportunities, which we have already started to tackle. One is to gain more operational efficiency, now that we have correctly integrated the Company, which accomplished something very difficult in a post-merger moment: delivering growing results every quarter, without setbacks.

The opportunities lie in optimizing processes, reducing bureaucratic flows, and seeking greater efficiency, with a short, medium, and long-term program that we have already begun to implement. In the short term, we have already executed important measures. In recent quarters, we implemented a reduction in organizational structure and a review of mandates, with process changes that will generate results, especially from the first quarter of 2026 on. This is a gradual process, carried out carefully, respecting ALLOS's culture and continuing to deliver excellent execution, which is our main objective.

Another possibility that this successful integration gives us is to seek a more efficient capital structure, re-leveraging the Company's balance sheet. Today, we have a lot of liquidity, operating with a much higher cash level than in the past, for two important reasons: (i) high conversion of results into cash and (ii) reduction of our indebtedness and cost of debt. Therefore, we are comfortable gradually and carefully re-leveraging the Company's balance sheet, given our current capital structure.

Now, speaking about our operational results, in 3Q25, ALLOS malls recorded sales of R\$9.9 billion, a growth of 5.5% compared to 3Q24, even with the impact of movie theatres, which did not have audiences as strong as the releases in 2024.

This factor ended up influencing the SSS indicator, which grew 2.9% in 3Q25, compared to a strong SSS base of 6.2% in 3Q24. Our sales performance far exceeds the growth of national retail, reinforcing the leadership of our assets and maintaining them as the main malls and experience destinations in their regions.

This position also strengthens the attractiveness for tenants, who continue to consistently demand space. In the quarter, we signed 241 new contracts, ending the period with an occupancy rate of 96.5%. Among the openings, two Farm stores (Shopping Villagio Caxias do Sul and Catuaí Shopping Maringá), a Coco Bambu at Independência Shopping, and two Sephora stores, one at Mooca Plaza Shopping and another at Shopping Campo Grande, stand out. It is worth mentioning that in October, we inaugurated the first H&M store in our portfolio at Parque Dom Pedro in Campinas, the only one in the country with a home segment, and signed another store at NorteShopping in Rio de Janeiro, which is scheduled to open in 2026.

The solid sales performance continues to drive real gains in rental revenues: in 3Q25, we achieved a 6.0% increase in rental income, with SSR up 6.5%. The media segment, which began operations in airports at the end of July, maintained a strong pace, growing 25.2% compared to 3Q24. Parking revenues also stood out, with an increase of 10.2% in the period.

By combining revenue growth with cost and expense reductions, we enhanced NOI and EBITDA results, with significant margin gains. Our costs decreased by 8.1%, and SG&A expenses remained stable despite inflation. NOI reached R\$586 million (+7.8%), and EBITDA margin closed at 73.2%, a gain of 97 bps compared to the previous year. FFO totaled R\$304.9 million (+3.5% vs. 3Q24), even in a high-interest-rate environment, and FFO per share grew 9.0%, driven by share buyback programs.

Given our strong balance liquidity, robust operational cash generation, extended financing amortization schedule, and lower CAPEX projection, we have the opportunity to make our capital structure increasingly efficient. Therefore, we are adopting a strategy to re-leverage our balance sheet to around 2x net debt/EBITDA, returning cash to our shareholders.

Accordingly, the Board of Directors approved the payment of R\$146 million in dividends for December 2025, and for 2026, a guidance of between R\$0.28 and R\$0.30 per share per month was approved, which is nearly three times higher than the monthly payments throughout 2025. The forecast for dividends to be paid between December 2025 and December 2026 may reach a total of R\$1.9 billion.

Additionally, the Company set its CAPEX projection for 2026 between R\$350 and R\$450 million, a reduction of R\$100 million compared to the 2025 estimate. This projection reflects the Company's decision to focus on smaller, faster-to-implement projects with higher returns, given the uncertain macroeconomic and political scenario for 2026.

We wish everyone a good read, and the Investor Relations team is available for any questions

ALLOS Team



KEY INDICATORS

3Q25 RESULT

The Proforma concept addressed throughout this report consists of applying current ownerships to historical bases to make them comparable.

Main indicators	3Q25	3Q24 Proforma	3Q25 / 3Q24 Δ% Proforma	9M25	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ% Proforma
<i>Managerial information</i> <small>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</small>						
Financial Performance						
Net revenue	679.888	637.678	6,6%	1.981.799	1.841.730	7,6%
NOI	602.775	550.963	9,4%	1.757.123	1.620.409	8,4%
Margin %	93,6%	92,7%	88 bps	93,4%	92,7%	71 bps
Adjusted EBITDA	502.438	462.887	8,5%	1.448.566	1.325.338	9,3%
Margin %	73,9%	72,6%	131 bps	73,1%	72,0%	113 bps
Net Income	125.865	100.201	25,6%	581.937	478.903	21,5%
Margin %	18,5%	15,7%	280 bps	29,4%	26,0%	336 bps
FFO	304.927	294.716	3,5%	884.249	858.339	3,0%
Margin %	46,0%	46,8%	-77 bps	45,6%	47,1%	-144 bps
FFO per share	0,61	0,56	9,0%	1,77	1,63	8,5%
Financial Performance Ex-Straight-line rent adj.						
Net revenue	663.010	630.283	5,2%	1.937.763	1.823.386	6,3%
NOI	585.897	543.569	7,8%	1.713.087	1.602.065	6,9%
Margin %	93,4%	92,6%	80 bps	93,3%	92,6%	63 bps
Adjusted EBITDA	485.560	455.492	6,6%	1.404.530	1.306.993	7,5%
Margin %	73,2%	72,3%	97 bps	72,5%	71,7%	80 bps
Net Income	108.987	92.807	17,4%	537.901	460.558	16,8%
Margin %	16,4%	15,7%	73 bps	29,4%	26,0%	33611,8%
FFO	304.927	294.716	3,5%	884.249	858.339	3,0%
Margin %	46,0%	46,8%	-77 bps	45,6%	47,1%	-144 bps
FFO per share	0,61	0,56	9,0%	1,77	1,63	8,5%
Total shares ex-treasury shares	499.190.947	525.702.980	-5,0%			
Total shares	504.190.947	542.936.909	-7,1%			
(-) Total tereasury shares	(5.000.000)	(17.233.929)	-71,0%			
Main indicators	3Q25	3Q24	3Q25 / 3Q24 Δ%	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%
<i>Managerial information</i> <small>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</small>						
Operating Performance						
Total Sales @100% ('000 R\$) ¹	9.860.879	9.346.498	5,5%	29.094.529	27.266.762	6,7%
Total Sales @Proforma ('000 R\$) ¹	6.406.486	6.086.072	5,3%	18.897.351	17.736.710	6,5%
Sales/sqm (R\$)	1.925	1.862	3,4%	1.895	1.805	5,0%
Sales/sqm @Proforma (R\$)	1.925	1.866	3,2%	1.895	1.809	4,8%
SSS (% same store sales)	2,9%	6,2%	-327 bps	4,2%	5,4%	-120 bps
SSR (% same store rent)	6,5%	4,2%	230 bps	6,4%	3,7%	267 bps
Occupancy Cost (% of sales)	10,5%	10,4%	9 bps	10,6%	10,7%	-3 bps
Net Delinquency (% of revenues)	0,9%	-0,5%	n/a	1,8%	1,5%	30 bps
Occupancy Rate (%)	96,5%	96,4%	5 bps	96,4%	96,3%	11 bps
Total GLA (sqm)	1.907.960	2.080.910	-8,3%	1.907.960	2.080.910	-8,3%
Owned GLA (sqm)	1.242.246	1.291.465	-3,8%	1.242.246	1.291.465	-3,8%

¹ Araguaia Shopping and Rio Design Leblon are not considered.



FINANCIAL PERFORMANCE

REVENUE

In the third quarter of 2025, ALLOS reported a R\$663.0 million net revenue, 5.2% higher than the amount recorded in 3Q24. Highlights include a continued increase in rental and parking lines, which will be detailed below.

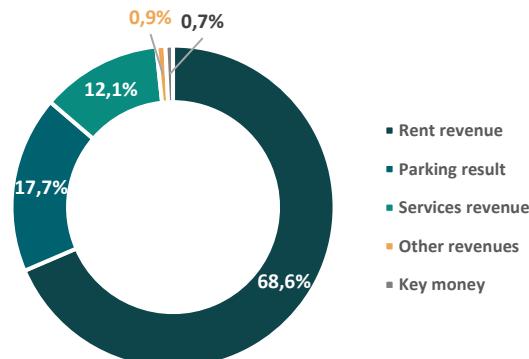
Rent revenue reached R\$489.1 million, representing a 6.0% increase compared to 3Q24. The performance was driven by contract adjustments, which led the minimum rent line to register a 5.9% rise in the quarter and a 6.5% increase in same-store rents (SSR). The strong performance in Media, which continued to maintain a fast pace of growth, reached 29.0% in 3Q25 compared to 3Q24, was also a highlight of the period.

Parking revenues reached R\$126.4 million in 3Q25, a 10.2% increase compared to the same quarter of 2024. The growth can be mainly attributed to index adjustments made throughout 2025.

In 3Q25, service revenues totaled R\$86.1 million, representing a 9.2% increase compared to the previous year, driven by the continuous advancement of Helloo's media services, which started operations at airports at the end of July 2025.

Other revenues include revenues from real estate development, which do not have a regular periodicity. In 3Q24, R\$12.9 million were recorded with the sale of land, while in 3Q25, there was no recognition of revenues of this nature. Excluding real estate development revenue, net revenue would have grown 7.4% in 3Q25 compared to 3Q24.

Net Revenue Composition

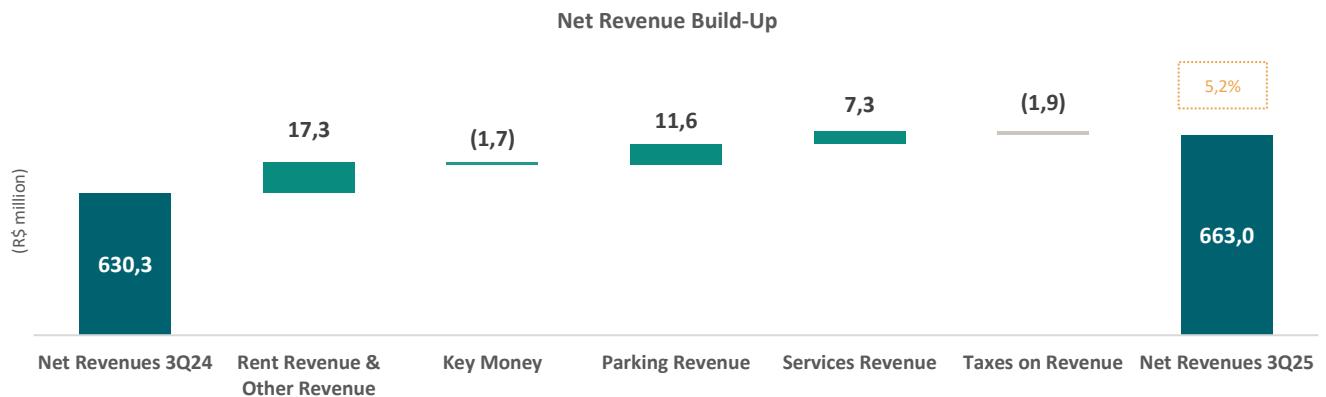


Revenues per Type	3Q25	3Q24	3Q25 / 3Q24 Δ%	3Q24 Proforma	3Q25 / 3Q24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> <small>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</small>					
Rent revenue	489.068	471.992	3,6%	461.536	6,0%
Key money	5.348	7.184	-25,6%	7.004	-23,6%
Parking result	126.398	116.726	8,3%	114.749	10,2%
Other revenues ¹	6.503	16.771	-61,2%	16.689	-61,0%
Services revenue	86.067	78.784	9,2%	78.784	9,2%
Straight-line rent adjustment	16.878	7.486	125,5%	7.395	128,3%
Taxes on revenue	(50.373)	(48.479)	3,9%	(48.479)	3,9%
Net Revenue	679.888	650.463	4,5%	637.678	6,6%
Net Revenue (ex-Straight-line rent adj.)	663.010	642.977	3,1%	630.283	5,2%

¹Includes Real estate developments and New businesses

Revenues per Type	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> <small>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</small>					
Rent revenue	1.437.766	1.408.706	2,1%	1.363.420	5,5%
Key money	15.558	19.108	-18,6%	18.580	-16,3%
Parking result	368.007	342.621	7,4%	332.044	10,8%
Other revenues ¹	15.584	34.493	-54,8%	33.263	-53,1%
Services revenue	248.252	221.294	12,2%	221.294	12,2%
Straight-line rent adjustment	44.036	18.753	134,8%	18.345	140,0%
Taxes on revenue	(147.404)	(145.216)	1,5%	(145.216)	1,5%
Net Revenue	1.981.799	1.899.760	4,3%	1.841.730	7,6%
Net Revenue (ex-Straight-line rent adj.)	1.937.763	1.881.007	3,0%	1.823.386	6,3%

¹Includes Real estate developments and New businesses



RENT REVENUE

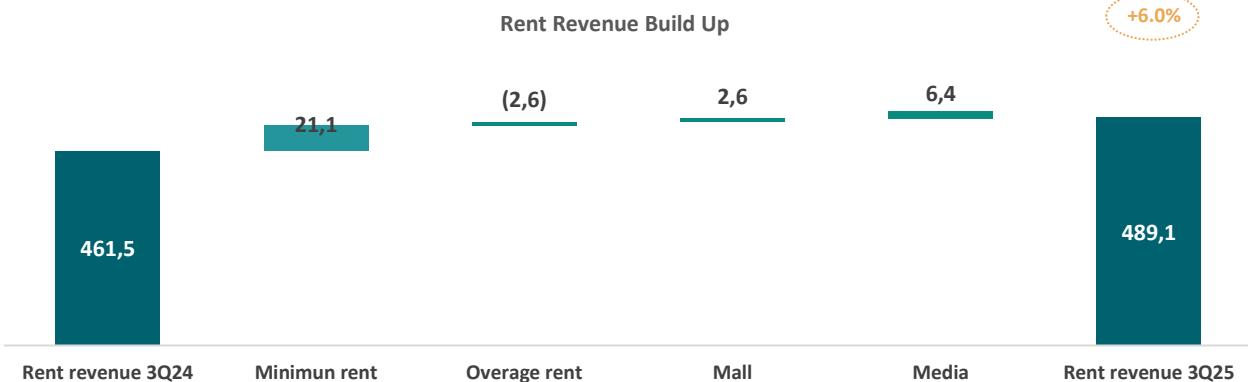
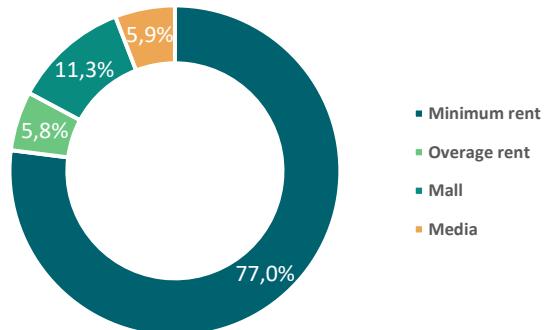
Rent revenue reached R\$489.1 million, a 6.0% increase compared to 3Q24. The highlights of the period were the minimum rent and media lines.

In 3Q25, minimum rent revenue totaled R\$376.6 million, representing a 5.9% increase compared to 3Q24, with an SSR indicator, net of discounts, of 6.5%. This result was primarily due to higher contract adjustments, in many cases exceeding the inflation recorded during the period.

Average rent revenue was impacted by the performance of theaters, with releases in 3Q25 that did not exceed the 2024 box office.

In 3Q25, Mall revenue reached R\$55.4 million, and Media revenues totaled R\$28.7 million, representing 5.0% and 29.0% increases compared to 3Q24, respectively. For another quarter, the consistency of the media line's growth trajectory stands out.

Rent Revenue Compositon



NOI

In 3Q25, ALLOS' NOI reached R\$585.9 million, considering the provision for doubtful accounts effect. The indicator increased by 7.8% compared to the same period of the previous year, primarily driven by the rise in rental revenue and the positive result from parking, which maintained the double-digit growth level observed throughout the year. In addition, the operating costs of the malls decreased by 8.1% in 3Q25, primarily due to lower costs of vacant stores during the period, which contributed to the NOI margin in 3Q25 being 93.4%, an increase of 80 basis points compared to 3Q24.

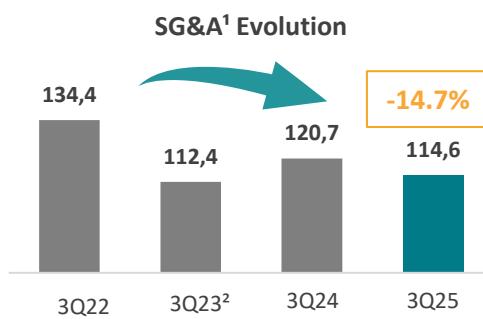


NOI	3Q25	3Q24	3Q25 / 3Q24 Δ%	3Q24 Proforma	3Q25 / 3Q24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> <small>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</small>					
Rent revenue	489.068	471.992	3,6%	461.536	6,0%
Straight-line rent adjustment	16.878	7.486	125,5%	7.395	128,3%
Key money	5.348	7.184	-25,6%	7.004	-23,6%
Other revenues	6.503	3.843	69,2%	3.761	72,9%
Parking Result	126.398	116.726	8,3%	114.749	10,2%
Operational Income	644.195	607.230	6,1%	594.445	8,4%
(-) Mall operating costs	(28.564)	(31.834)	-10,3%	(31.089)	-8,1%
(-) Provision for doubtful accounts	(12.856)	(11.861)	8,4%	(12.392)	3,7%
(=) NOI	602.775	563.535	7,0%	550.963	9,4%
NOI Margin	93,6%	92,8%	77 bps	92,7%	89 bps
(=) NOI (ex-Straight-line rent adj.)	585.897	556.050	5,4%	543.569	7,8%
NOI Margin (ex-Straight-line rent adj.)	93,4%	92,7%	68 bps	92,6%	80 bps
NOI	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ%Proforma
<i>Managerial Financial Information</i>					
Rent revenue	1.437.766	1.408.706	2,1%	1.363.420	5,5%
Straight-line rent adjustment	44.036	18.753	134,8%	18.345	140,0%
Key money	15.558	19.108	-18,6%	18.580	-16,3%
Other revenues	15.584	16.712	-6,7%	15.482	0,7%
Parking Result	368.007	342.621	7,4%	332.044	10,8%
Operational Income	1.880.950	1.805.900	4,2%	1.747.871	7,6%
(-) Mall operating costs	(84.687)	(94.244)	-10,1%	(89.099)	-5,0%
(-) Provision for doubtful accounts	(39.140)	(40.208)	-2,7%	(38.363)	2,0%
(=) NOI	1.757.123	1.671.448	5,1%	1.620.409	8,4%
NOI Margin	93,4%	92,6%	86 bps	92,7%	71 bps
(=) NOI (ex-Straight-line rent adj.)	1.713.087	1.652.695	3,7%	1.602.065	6,9%
NOI Margin (ex-Straight-line rent adj.)	93,3%	92,5%	78 bps	92,6%	63 bps

ADJUSTED EBITDA

In the third quarter of 2025, EBITDA reached R\$485.6 million, an increase of 6.6% compared to 3Q24. The EBITDA margin was 73.2%, representing a 97-basis-point growth, driven by operational performance and efficiency gains in expenses.

Selling, General and Administrative Expenses (SG&A) were R\$114.6 million in 3Q25, stable compared to 3Q24, despite the inflation. ALLOS has been implementing actions aimed at achieving efficiency gains with resource utilization since its inception — such measures generated relevant financial impacts, as shown by the SG&A evolution graphic on the side. In real terms, there was a 14.7% reduction in 3Q25 compared to 3Q22, the year immediately preceding the creation of ALLOS.



At the end of September, we continued the organizational efficiency program with a reduction in structure and a review of mandates, which is expected to have a more significant impact in the first quarter of 2026. This is a continuous effort focused on making the use of resources increasingly efficient, with a reduction in operating expenses as a percentage of the Company's revenues.

Non-recurring expenses refer mainly to: (i) an agreement to extinguish the collection of IRPJ and CSLL on tax use of goodwill in the incorporation of companies, with reductions of up to 65% on fines, interest and legal charges, in addition to partial amortization with balances of tax losses; and (ii) severance expenses linked to the structure reductions mentioned above.

¹SG&A reported, adjusted by the IPCA from October 1 of the initial year to September 30, 2025. ²Considers SG&A 2023 with the equalization of compensation, which occurred in December 2023, redistributed among all quarters of that same year.



EBITDA	3Q25	3Q24	3Q25 / 3Q24 Δ%	3Q24 Proforma	3Q25 / 3Q24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> <small>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</small>					
NOI (ex-Straight-line rent adjustment)	585.897	556.050	5,4%	543.569	7,8%
(-) Taxes on revenue	(50.373)	(48.479)	3,9%	(48.479)	3,9%
(-) Net service revenue	67.800	61.908	9,5%	61.908	9,5%
(+) Other recurring operational revenues/(expenses)	(3.140)	325	n/a	325	n/a
(+) SG&A	(114.624)	(114.758)	-0,1%	(114.758)	-0,1%
(=) Adjusted EBITDA (ex-Straight-line rent adj.)	485.560	467.973	3,8%	455.492	6,6%
Adjusted EBITDA Margin (ex-Straight-line rent adj.)	73,2%	72,8%	45 bps	72,3%	97 bps
EBITDA	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i>					
NOI (ex-Straight-line rent adjustment)	1.713.087	1.652.695	3,7%	1.602.065	6,9%
(-) Taxes on revenue	(147.404)	(145.216)	1,5%	(145.216)	1,5%
(-) Net service revenue	192.197	171.345	12,2%	171.345	12,2%
(+) Other recurring operational revenues/(expenses)	(11.832)	(1.408)	n/a	(1.408)	n/a
(+) SG&A	(341.518)	(337.574)	1,2%	(337.574)	1,2%
(=) Adjusted EBITDA (ex-Straight-line rent adj.)	1.404.530	1.357.623	3,5%	1.306.993	7,5%
Adjusted EBITDA Margin (ex-Straight-line rent adj.)	72,5%	72,2%	31 bps	71,7%	80 bps

FINANCIAL RESULT

In 3Q25, ALLOS' financial revenues totaled R\$118.4 million, a 1.3% decrease compared to the same period of the previous year, due to a lower average cash balance. Financial expenses totaled R\$254.0 million in 3Q25, an increase of 9.3% compared to 3Q24, mainly due to a higher interest rate.

Financial Result	3Q25	3Q24	3Q25 / 3Q24 Δ%	3Q24 Proforma	3Q25 / 3Q24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> <small>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</small>					
Financial Revenues	118.392	119.963	-1,3%	119.963	-1,3%
Financial revenue	126.008	127.438	-1,1%	127.438	9,7%
Taxes on financial revenue	(7.616)	(7.475)	1,9%	(7.475)	1,9%
Financial Expenses	(254.015)	(232.404)	9,3%	(232.404)	9,3%
Interest expenses	(220.476)	(206.740)	6,6%	(206.740)	6,6%
Structuring cost	(3.348)	(6.752)	-50,4%	(6.752)	-50,4%
Other financial expenses	(30.190)	(18.912)	59,6%	(18.912)	59,6%
SWAP (Fair Value)	(13.303)	(25.355)	-47,5%	(25.355)	-47,5%
Recurring Financial Result	(148.925)	(137.796)	8,1%	(137.796)	8,1%
Non-recurring financial revenues and expenses	4.728	(4.497)	n/a	(4.497)	n/a
Financial Result	(144.197)	(142.293)	1,3%	(142.293)	1,3%
Financial Result	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i>					
Financial Revenues	334.714	300.862	11,3%	300.862	11,3%
Financial revenue	358.219	326.551	9,7%	326.551	9,7%
Taxes on financial revenue	(23.505)	(25.690)	-8,5%	(25.690)	-8,5%
Financial Expenses	(733.175)	(608.751)	20,4%	(608.751)	20,4%
Interest expenses	(639.473)	(541.551)	18,1%	(541.551)	18,1%
Structuring cost	(15.870)	(18.317)	-13,4%	(18.317)	-13,4%
Other financial expenses	(77.833)	(48.883)	59,2%	(48.883)	59,2%
SWAP (Fair Value)	27.634	(7.535)	n/a	(7.535)	n/a
Recurring Financial Result	(370.827)	(315.424)	17,6%	(315.424)	17,6%
Non-recurring financial revenues and expenses	8.990	(6.415)	n/a	(6.415)	n/a
Financial Result	(361.837)	(321.839)	12,4%	(321.839)	12,4%



FFO

In 3Q25, FFO per share grew 9.0%. The positive variation of the indicator is explained by the strong operating performance, driven by share buybacks executed since 4Q24. Additionally, controlled leverage enabled the indicator to maintain an upward trajectory even in scenarios with higher interest rates. FFO reached R\$ 304.9 million in 3Q25, an increase of 3.5% compared to 3Q24. FFO margin reached 46.0% in 3Q25.

Funds from Operations - FFO	3Q25	3Q24	3Q25 / 3Q24 Δ%	3Q24 Proforma	3Q25 / 3Q24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> (Amounts in thousands of Reais, except percentages)					
Adjusted EBITDA	502.438	475.459	5,7%	462.887	8,5%
(+) Financial revenue	118.392	119.963	-1,3%	119.963	-1,3%
(-) Financial expenses	(254.015)	(232.404)	9,3%	(232.404)	9,3%
(-) Current income and social contribution taxes	(45.011)	(48.335)	-6,9%	(48.335)	-6,9%
(-) Straight-line rent adjustment	(16.878)	(7.486)	125,5%	(7.395)	128,3%
(=) FFO	304.927	307.197	-0,7%	294.716	3,5%
FFO Margin %	46,0%	47,8%	-179 bps	46,8%	-77 bps
FFO per share	0,61	0,58	4,5%	0,56	9,0%
Funds from Operations - FFO	9M25	9M24	9M25 / 9M24 Δ%	9M24 Proforma	9M25 / 9M24 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i>					
Adjusted EBITDA	1.448.566	1.376.376	5,2%	1.325.338	9,3%
(+) Financial revenue	334.714	300.862	11,3%	300.862	11,3%
(-) Financial expenses	(733.175)	(608.751)	20,4%	(608.751)	20,4%
(-) Current income and social contribution taxes	(121.820)	(140.765)	-13,5%	(140.765)	-13,5%
(-) Straight-line rent adjustment	(44.036)	(18.753)	134,8%	(18.345)	140,0%
(=) FFO	884.249	908.969	-2,7%	858.339	3,0%
FFO Margin %	45,6%	48,3%	-269 bps	47,1%	-144 bps
FFO per share	1,77	1,73	2,4%	1,63	8,5%



Center Shopping Uberlândia



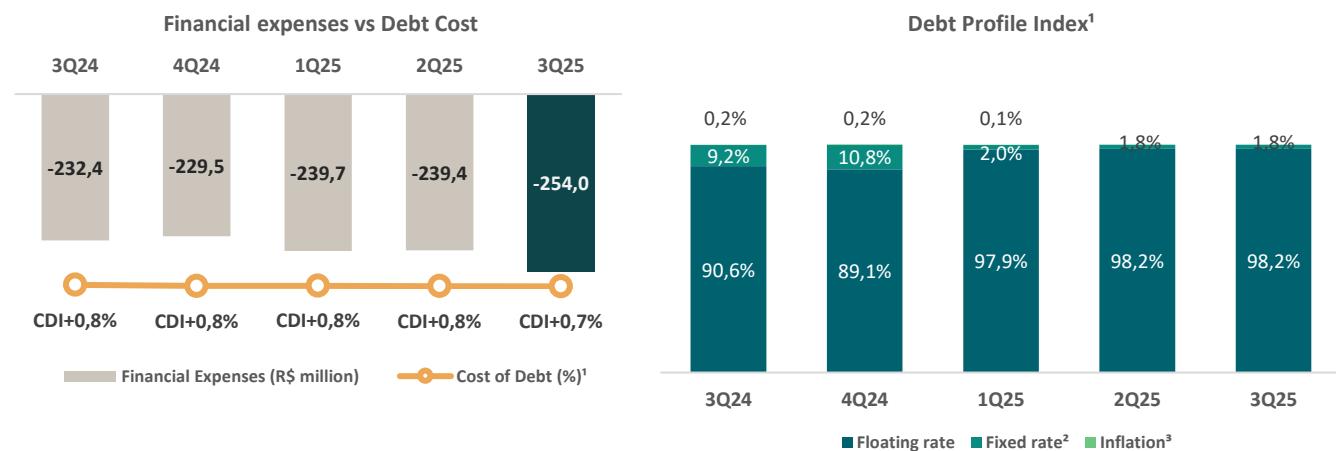
INDEBTEDNESS AND CAPITAL STRATEGY

ALLOS' average cost of debt was 14.1% in 3Q25 (versus 12.9% in 2Q25), equivalent to the CDI floating rate + 0.7%. The level achieved is a result of liability management actions from past quarters. In 3Q25, the Company's Net Debt/EBITDA ratio was 1.7x.

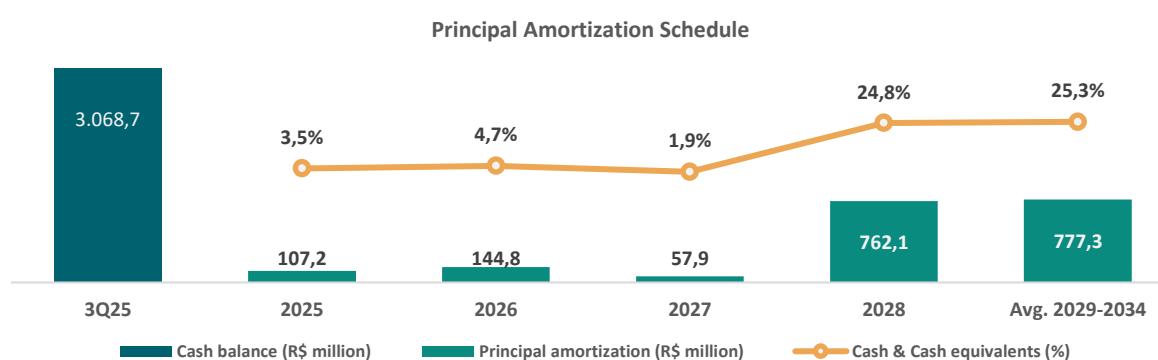
Debt Breakdown	Short-Term	Long-Term	Total Debt
<i>Managerial financial information</i>		<i>(Amounts in thousands of Reais)</i>	
Loans and financing, real estate credit notes and debentures ¹	267.309	5.654.231	5.921.540
Obligations for the purchase of assets	419.251	17.522	436.773
Financial securities	-	130.748	130.748
Gross Debt	686.560	5.802.502	6.489.062
Cash and Cash Equivalents	(2.902.014)	(166.659)	(3.068.673)
Net debt	(2.215.454)	5.635.843	3.420.389

As of September 2025, ALLOS's debt exposure linked to the CDI index was 98.2%.

Further details on the costs and maturities of each debt, as well as the reconciliation between consolidated net debt and the managerial net debt, are available in the Annex of this Report.



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



CAPEX

In the third quarter of 2025, ALLOS' realized Capex was R\$121.1 million, distributed as follows:

(i) R\$50.4 million invested in expansions and redevelopments. This group includes projects with direct returns assigned that aim to expand GLA, increase market share, and/or enhance portfolio dominance. Investments in this group were mainly in Shopping Recife, Parque Shopping Maceió, Shopping Tijuca, Shopping Campo Grande, Shopping Del Rey, Parque Dom Pedro, Shopping da Bahia, and Shopping Leblon (see details of the projects in the annexes of this report).



EXPANSION/REDEVELOPMENT

Projects with direct return assigned, aiming to expand GLA, expand market share and/or increase portfolio dominance

Parque Shopping Maceió	Shopping Recife	Shopping Leblon
Shopping Campo Grande	Shopping da Bahia	Shopping Del Rey
Shopping Tijuca	Parque Dom Pedro	

(ii) R\$40.5 million invested in revitalization, corresponding to 6.9% of the NOI in 3Q25.

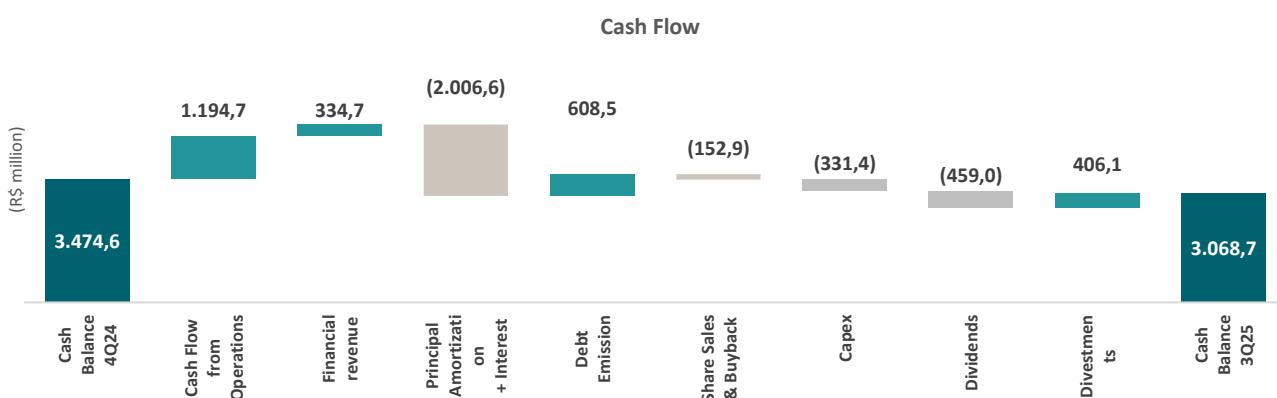
(iii) R\$30.3 million in fixed assets and intangibles. As mentioned last quarter, significant reductions in this line are expected in the coming years, as the Company's ERP unification project is completed.

Capex	3Q25	9M25
<i>Managerial financial information</i> (Amounts in thousands of Reais)		
Expansions and Redevolvements	50.367	142.267
Revitalization	40.473	100.670
Maintanance and Revitalization	30.307	86.099
Fixed Assets and Intangible	-	2.355
Total	121.147	331.391
Total ex-Acquisitions	121.147	331.391

In line with the capital allocation strategy, the Company has established its new CAPEX projection for 2026, between R\$350 million and R\$450 million, representing a reduction of R\$100 million compared to the 2025 estimate. The projection takes into account the Company's decision to focus on smaller, fast-to-implement projects with higher returns, given the uncertain macroeconomic scenario for the year 2026.

CASH FLOW

ALLOS presented operating cash generation of R\$ 1,194.7 million in the first nine months of 2025. The change in the cash balance can be explained, to a large extent, by: i) receipts from divestments; ii) amortization of principal and interest on financing and new funding; iii) share buybacks; iv) payment of dividends; v) Capex; and other initiatives aligned with the Company's long-term strategic planning.



UNLOCKING VALUE TO SHAREHOLDERS

SIMPLIFICATION: UNLOCKING GREATER EFFICIENCY IN SG&A

ALLOS's integration is supported by four main pillars: (i) systems and technology integration; (ii) operational efficiency; (iii) a stronger portfolio; and (iv) a robust balance sheet.

With the completion of ERP unification and the stabilization phase, the Company now operates with a robust back-office and systems structure, fully integrated and running stably and securely.

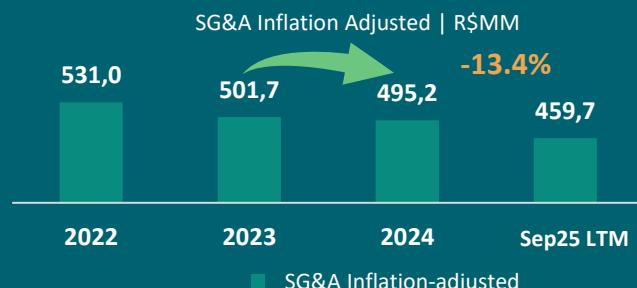
Operational efficiency was implemented seamlessly, covering revenues, tenant relationships, sales performance, and the execution of expansion and redevelopment projects. As a result, the Company has delivered consistent growth in every quarter since its inception.

Portfolio optimization, through strategic divestments and investments in the most relevant assets, strengthened the Company's results, as evidenced by gains in sales/sqm and NOI/sqm, which grew 50.1% (CAGR of 7.0%) and 66.0% (CAGR of 8.8%) in 3Q25 compared to 3Q19, respectively.

The robust balance sheet reflects the maintenance of a controlled level of indebtedness, an extended amortization schedule, and strong cash generation. When ALLOS was created in January 2023, its average debt cost was CDI + 2.5%. Today, that cost is significantly lower, at CDI + 0.7%, with the latest funding below CDI.

Additionally, SG&A expenses decreased by 13.4% when comparing the last twelve months ended September 2025 to the inflation-adjusted year of 2022 — a significant result of a safe and carefully executed integration.

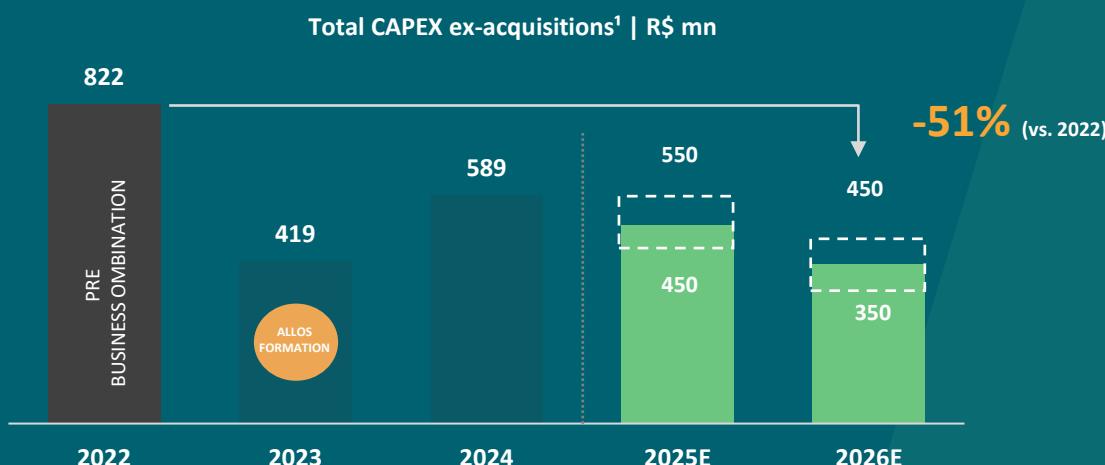
With the four pillars firmly in place, the Company is now focused on achieving additional efficiency and simplification gains through a program of short-, medium-, and long-term actions already underway, with the most significant impacts expected in the first quarter of 2026.



The program, which has already begun implementation, includes initiatives to streamline the organizational structure and review mandates, accompanied by process improvements. This is a continuous and gradual process, carried out with care, respecting ALLOS's culture and ensuring excellence in execution, which remains our primary objective.

CAPEX PRIORITIZATION AND GUIDANCE FOR 2026

Given the current macroeconomic environment characterized by high interest rates and political uncertainty, the Company has been focusing on smaller projects that can be implemented quickly and yield higher returns.



For 2026, ALLOS has established a CAPEX projection between R\$ 350 and R\$ 450 million, a reduction of R\$ 100 million compared to the expected range for 2025.

This CAPEX level reflects a significant reduction compared to the pre-combination levels of the business, representing a reduction of 51%, considering the central point of the projection for 2026 compared to an inflated 2022.

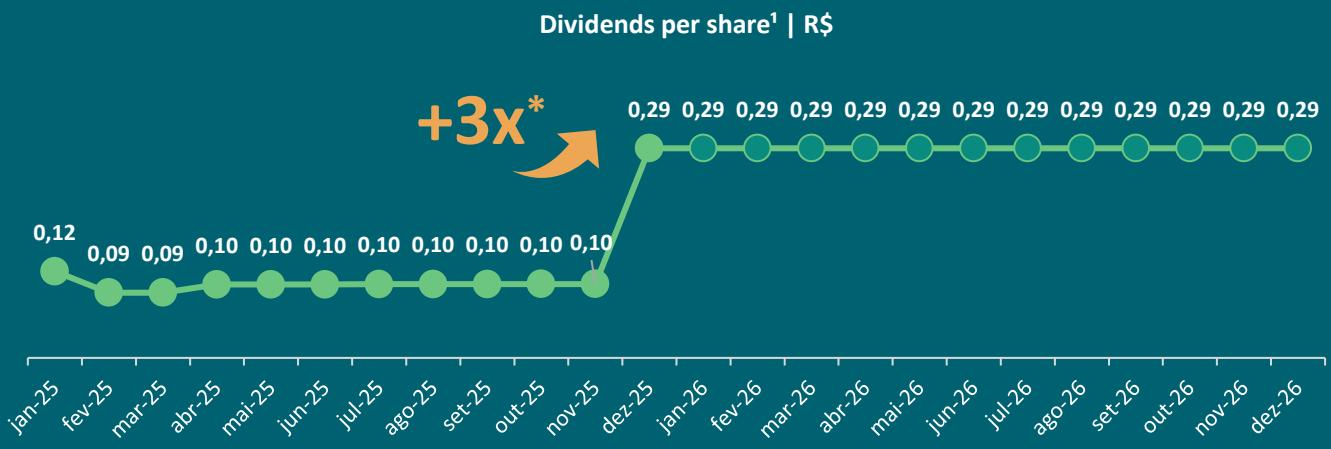
¹ Historical values adjusted for accumulated inflation until 2026, considering inflation projected for 2025 (5%) and 2026 (4%).

UNLOCKING VALUE TO SHAREHOLDERS

HIGHER SHAREHOLDER RETURN

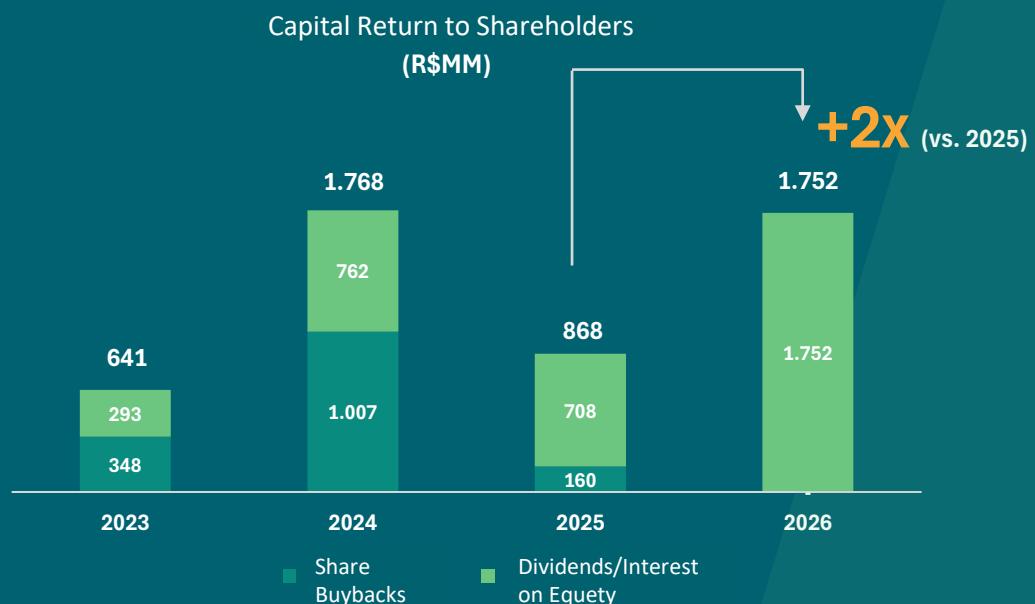
The current balance sheet liquidity, strong operating cash generation, extended financing amortization schedule and reduced CAPEX forecast would lead to a strong deleveraging of the balance sheet. In this context, the Company adopted the strategy of deleveraging the balance sheet to around 2x net debt/EBITDA, returning cash to shareholders, seeking greater efficiency in its capital structure.

Thus, the Board of Directors approved the payment of R\$146 million in dividends for the month of December 2025 and, for 2026, guidance of between R\$0.28 and R\$0.30 per share per month was approved, which is almost 3x higher than what had been paid monthly throughout 2025. The forecast of dividends to be paid between December 2025 and December 2026 may reach a total of R\$ 1.9 billion.



¹Considers the central point of the dividend management projection for the year 2026

The chart below shows the total amounts returned to shareholders annually since 2023, including share buybacks and the estimated dividends to be paid in 2026 (based on the midpoint of the estimate). The total return projected for 2026 is approximately twice the amount returned to shareholders in 2025.





OPERATIONAL PERFORMANCE

SALES PERFORMANCE

In the third quarter of 2025, ALLOS reached R\$9.9 billion in total sales. Growth on the same basis versus 3Q24 was 5.5%, with August showing a 7.0% increase compared to the same period in 2024. In 3Q25, sales/sqm reached R\$1,925, with a positive change of 3.4% versus 3Q24.

The “same-store sales” (SSS) indicator grew 2.9% in the quarter, impacted by cinema performance, which had film releases in 2024 that achieved higher box office results and had posted SSS above 11% in 3Q24. During the quarter, the top-performing segments were: Accessories, Beauty Products, and Jewelry (+5.3%); Apparel and Footwear (+3.1%); and Food & Beverage (+2.9%).

SSS% by Segment	3Q25	9M25
<i>Managerial Financial Information</i>		
Accessories, Beauty Items and Jewelry	5,3%	5,3%
Food	2,9%	3,1%
Services, Convenience, Leisure and others	1,0%	2,9%
Housewares, Stationary, Tech and others	2,4%	3,1%
Apparel and Shoes	3,1%	5,4%
Total	2,9%	4,2%

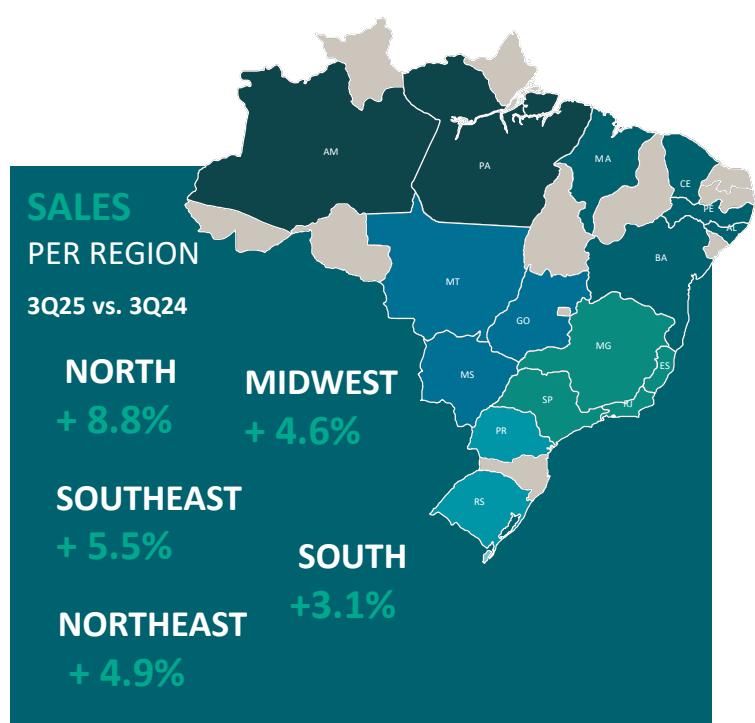
The highlights in the sales performance in the quarter were: Shopping Leblon (15.3%), Shopping Grande Rio (11.8%), Boulevard Shopping Belém (+10.4%), Shopping Vila Velha (+11.0%), Amazonas Shopping (+9.7%), and Shopping Bangú (+8.9%).

PERFORMANCE BY REGION

ALLOS malls are present in the five regions of the country and are located in important urban centers in 16 states.

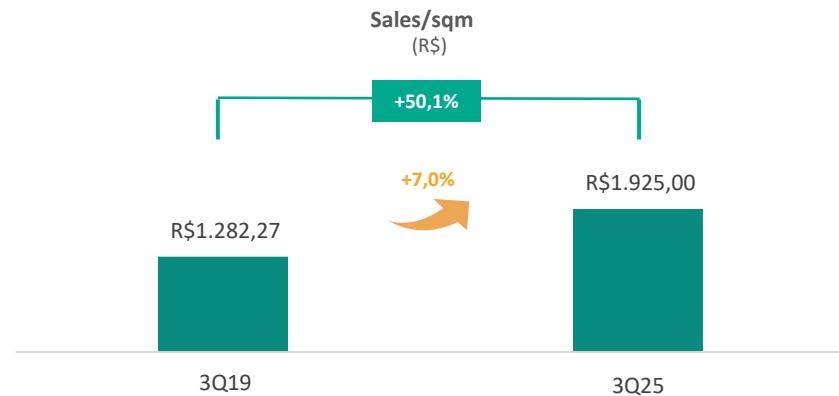
In the third quarter of 2025, the North region stood out, with growth of 8.8% compared to 3Q24.

The other regions also maintained a positive pace of sales in the third quarter of 2025, surpassing the performance achieved by Brazilian retail, a fact that demonstrates that ALLOS malls are leaders in their areas of influence, consolidating them as the main shopping and experience destinations.



SALES/SQM

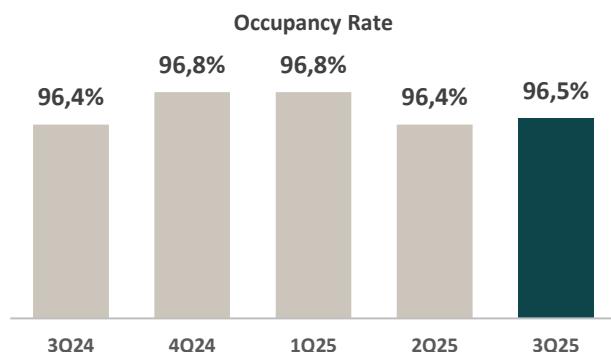
Sales/sqm in 3Q25 reached R\$1,925, a 3.4% increase compared to the same period of the previous year. This level of sales/sqm reflects, in another quarter, the consistent growth trajectory that the Company has been presenting since 2019, with a total increase of 50.1%, which represents a CAGR of 7.0%, comparable to the average IPCA for the same period, which was 5.9%.



*Considering numbers released in the respective quarters

OCCUPANCY RATE AND LEASING ACTIVITY

At the end of 3Q25, the occupancy rate was 96.5%, 10bps higher than 3Q24. The indicator reflects the attractiveness of ALLOS malls for tenants, who continue to consistently demand space



In the third quarter of 2025, a total of 241 contracts were signed in the Company's owned malls, resulting in an increase of 35.2 thousand square meters in Gross Leasable Area (GLA). Notably, September alone accounted for 90 of these new contracts. Additionally, 45 new operations were successfully commercialized in managed malls, contributing an extra 7.1 thousand square meters.

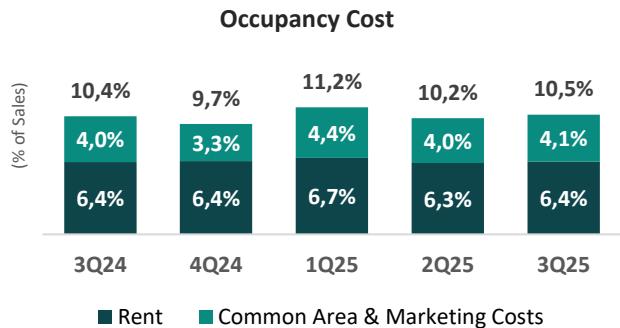
Among the highlights of recently signed contracts are: Adidas at NorteShopping, Osklen at Manauara Shopping, Daiso at Shopping Villa Velha, Madero + Jeronimo at Shopping Estação BH, and Levi's at Franca Shopping.

Recent openings include: Sephora at Mooca Plaza Shopping, Vans, Shoulder, and Farm at Catuaí Shopping Maringá, Melissa and Smart Fit at Caxias Shopping, Tommy Hilfiger at Goiânia Shopping, and Lacoste at Shopping Estação Cuiabá.



OCCUPANCY COST

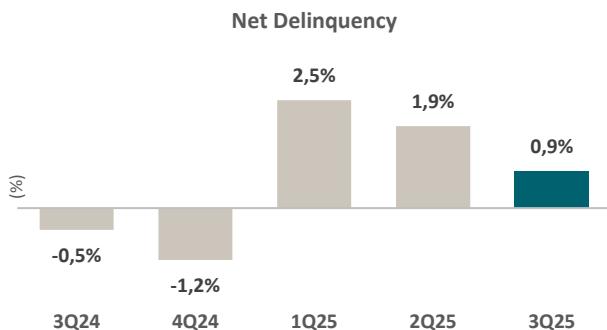
In the third quarter of 2025, the occupancy cost¹ was 10.5%, representing a 30 basis point increase compared to the figure reported in the second quarter of 2025. Rent expenses accounted for 6.4% of the total costs, while common costs and promotion fund expenses made up 4.1%.



¹Considers only tenants who made sales in the period.

NET DELINQUENCY

In 3Q25, net delinquency was 0.9%, an increase of 140 bps compared to the same quarter of the previous year. This variation reflects specific adjustments in renegotiations and specific delays, remaining at a controlled level and without structural change in the quality of the tenant base.



¹Only considers tenants who sold during the period.



Parque Shopping Maceió



Shopping Recife

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

KEY INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

UNLOCKING SHAREHOLDER VALUE

OPERATIONAL PERFORMANCE

CASE ANALYSIS

MEDIA

DEVELOPMENT AND MIXED USE

DIGITAL FEATURES

SUSTAINABILITY

APPENDIX

17

CASE ANALYSIS

THE PORTFOLIO STRENGTH: SOUTHEAST REGION

THE PORTFOLIO STRENGTH IN THE SOUTHEAST REGION

As part of our ongoing series of case studies showcasing the strength of ALLOS' portfolio, this quarter's edition highlights the Southeast Region (SE). In 2024, ALLOS malls accounted for 21% of total sales in malls across the region¹, despite representing only 11.7% of the total Gross Leasable Area (GLA) in the SE. Notably, sales from the Company's assets in this region grew 4.4 times more than the overall growth of ABRASCE's portfolio¹, as illustrated in Chart 1.

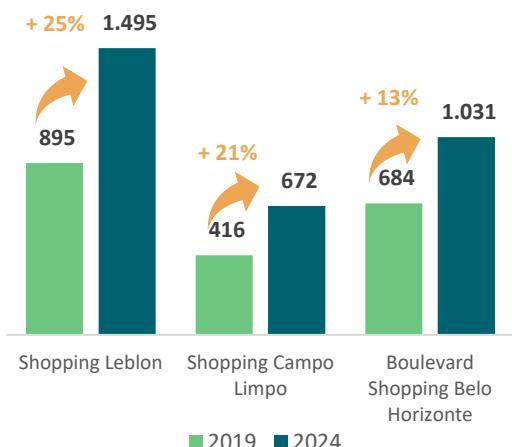
Source: Census Abrasce 2024.

RELEVANCE TO ALLOS' PORTFOLIO

The Company operates 27 malls in the Southeast Region, which collectively generated R\$23.8 million in sales in 2024, equivalent to 59% of the total sales recorded in the ALLOS portfolio. Of these assets, 10 exceeded the R\$1 billion mark in annual sales, with Parque Dom Pedro being a notable highlight, achieving sales of over R\$2 billion. In the markets of Greater São Paulo and Rio de Janeiro, our assets are leaders in LTM sales, reaching R\$7.7 billion and R\$8.5 billion, respectively.

From a sales growth perspective, the Company's top three malls in the region — Shopping Leblon (RJ), Shopping Campo Limpo (SP), and Boulevard Shopping Belo Horizonte (MG) — experienced significant growth between 2019 and 2024, with increases of 25%, 21%, and 13% in real terms, respectively, as shown in Chart 2. Additionally, the strength of the malls in the Southeast can also be illustrated by the sales per square meter (sales/sqm) metric. Among the top five assets in the entire ALLOS portfolio, four are located in this region, as depicted in Graph 3.

Chart 2: Top 3 Real Sales Growth SE | (R\$ mn)



The Company's assets in the Southeast totaled more than 1 million sqm of GLA and, in terms of NOI, generated more than R\$1.5 billion in 2024, which corresponds to 65% of the NOI of the entire portfolio.

The NOI/sqm of the Southeast is also a highlight, occupying the top 4 positions in the ALLOS portfolio in 3Q25, as evidenced by chart 4.

These results demonstrate the high operational efficiency of these assets and their ability to generate value for the Company.

Chart 1: Sales Growth

SE YoY Region (2024 vs 2023) | Total Vision

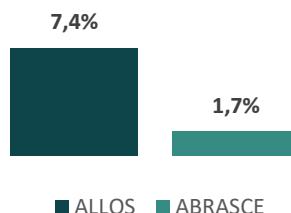


Chart 3: Top 5 Sales/sqm | R\$ 3Q25

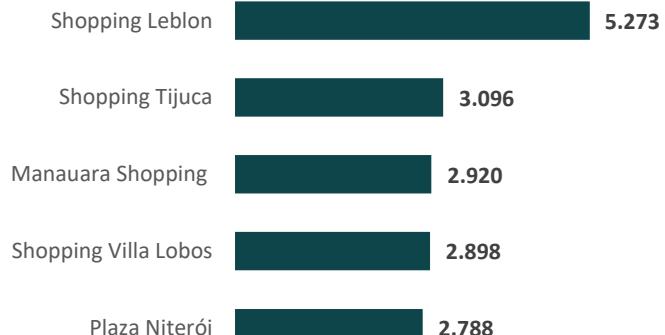
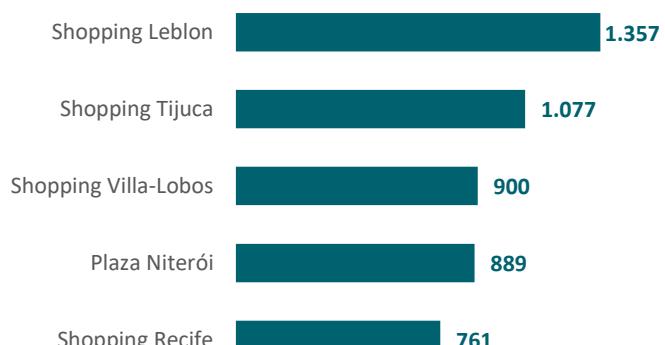


Chart 4: Top 5 NOI/sqm | R\$ 3Q25



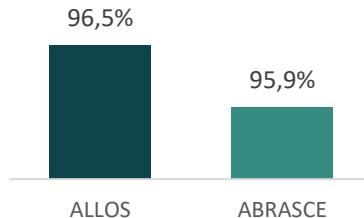
CASE ANALYSIS

THE PORTFOLIO STRENGTH: SOUTHEAST REGION

OCCUPANCY RATE

The company's average occupancy rate in the Southeast region in Q3 2025 was 96.5%, exceeding ABRASCE's rate in the same region by 0.6 percentage points. ALLOS's superior performance demonstrates the quality of the assets, the result of the combination of a curatorship mix of excellence, which keeps the assets attractive to consumers, efficiency in commercial management, and strategic location. These aspects combined, sustain the flow of customers at high levels, and provide the right conditions for tenants to generate business with resilience, while remaining financially and operationally healthy.

Chart 5: Southeast Occupancy Rate vs ABRASCE



Source: Monthly Market Monitoring Sep/2025 | ABRASCE

STRATEGIC SEGMENTATION: THE GROWTH OF GLA IN GASTRONOMY

ALLOS places the consumer at the center of its business operations. The company continually strives to offer experiences that engage mall customers and increase their share of life. The mall is not just a shopping destination, it is now part of the consumer's life, being responsible for occupying a relevant portion of the consumption of entertainment, lifestyle, leisure, gastronomy, and convenience. An example of this was the creation of the Taste Lab, a gastronomic space featuring several culinary options inspired by traditional European food halls, with a distinct ambiance and art. Currently, ALLOS has two Taste Labs already open in the Southeast, one at Shopping Tamboré and the other at NorteShopping. Additionally, one more is under construction and is expected to open in the first half of 2026 at Shopping Tijuca.

The Company has been transforming its mix, focused on gastronomy. At the beginning of 2019, ALLOS had approximately 72,000 sqm of GLA designated for follow-up, and by September 2025, the value had already increased to approximately 122,000 sqm. In the Southeast alone, the sector's GLA experienced a 62% growth. In addition to mix changes, to reach this milestone, a series of actions were carried out, which include resumption of areas, expansions and retrofits, such as the inauguration of Taste Labs and the retrofit of the food court at Shopping Leblon.



Image 1: Taste Lab NorteShopping



Image 2: Retrofit Praça de Alimentação Shopping Leblon

MIX STRATEGY: SHOPPING LEBLON

Shopping Leblon, an asset with a profile focused on the Company's high income, always aims for innovation and the enchantment of consumers. Since 2019, important changes have been made to the asset's mix, bringing exceptional curatorship to the South Zone of Rio de Janeiro. The changes in tenant mix were accompanied by financial returns, with increases in monthly minimum rent reaching triple-digit levels.

Following ALLOS' strategy of space optimization, in 2022, the mall underwent its first expansion, which added another 1.7 thousand sqm of GLA, in a place previously intended for parking operations, with an annual revenue, generated in that space, of R\$ 90 thousand per year. The new area, in line with the search for increasing consumers' share of life, has been transformed into a wellness area, with a mix focused on healthy living and eating, and has the presence of brands such as Bodytech, Studio Velocity, Vidya Studio, Aera Pilates and Café Zinn. The current revenue generated in the expansion area is around R\$ 3 million annually, more than 30 times the revenue generated in the space before the intervention, which highlights ALLOS' ability to identify opportunities to extract commercial and financial value from its assets.



CASE ANALYSIS

THE PORTFOLIO STRENGTH: SOUTHEAST REGION

In addition to curating the mix, the mall serves as a reference point for experience and culture. The ArtWall, located in the main entrance corridor, exhibits works by renowned artists, making the experience and arrival at the mall much more distinctive. The events held on the G3 floor are giving new meaning to the space, bringing entertainment to the mall's audience, generating an additional flow of customers and, consequently, generating sales.

The mall, which receives most of its traffic via app car or on foot, attracts 8.4 million people annually and has benefited even more from the city's record tourism in 2025. By September, the growth in the number of tourists in Rio de Janeiro had increased by 52% according to the State Secretariat of Tourism, with Argentina and Chile being the main countries of origin.

MIX STRATEGY: SHOPPING TAMBORÉ

Tamboré Shopping has undergone significant redevelopments and the conversion of areas into in-line stores, further strengthening its tenant mix strategy. One of the main initiatives was the transformation of a 6,500 sqm area, previously occupied mainly by a C&C store, into approximately 30 smaller in-line stores. This transformation resulted in a 126% increase in minimum rent and a 224% increase in sales for these areas. Sales/sqm jumped from R\$ 430 to R\$1,234, a growth of 186%.

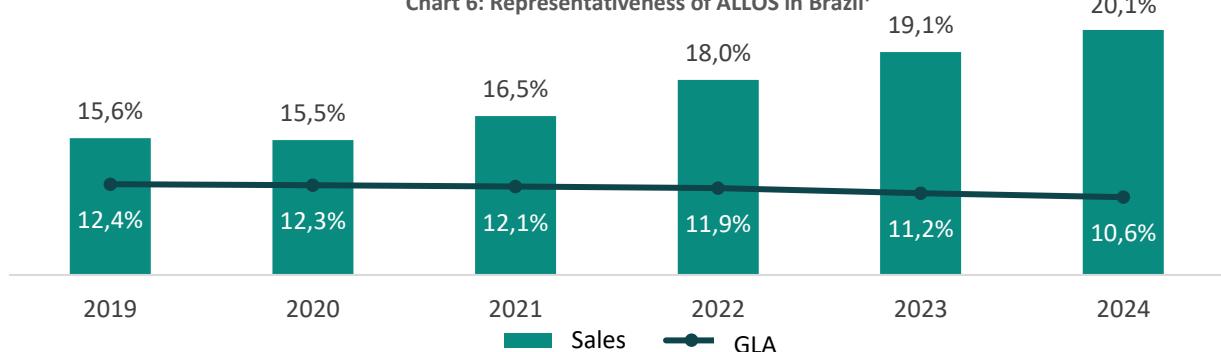
Another example of optimization was the division of a 130 sqm store into three operations, which provided an increase of more than 152% in the minimum rent.

In addition to the improvements in the store mix, the mall also reinforced its gastronomic offer, adapting its plant to the implementation of the Fogo de Chão restaurant, resulting in a 280% increase in total sales of the leased GLA.

RELEVANCE OF MARKET SHARE GAIN IN BRAZIL

ALLOS has a nationwide portfolio and is a leading reference in the sector, with strategically distributed top-performing assets across Brazil. The Company accounts for 20% of total sales in the Brazilian shopping mall market. This significant market share has been built over time through a consistent tenant mix strategy, the offering of more than 2,000 exclusive events across all regions, a diverse gastronomic experience within the malls, innovation, and strong consumer loyalty. The portfolio's resilience can be analyzed in Chart 6, which shows market share gains in sales despite all divestments over the years and, consequently, the reduction in the Company's GLA. ALLOS operates a complete and integrated ecosystem that goes beyond the physical boundaries of its malls. ALLOS consumers are engaged through HELLOO screens, present in various locations such as airports and commercial buildings, and increasingly connected through loyalty programs that drive retention and recurring visits to its assets.

Chart 6: Representativeness of ALLOS in Brazil¹



Source: ABRASCE | Internal data

¹Considers core malls

APPENDIX	PORTFOLIO	SUSTAINABILITY	DIGITAL FEATURES	DEVELOPMENT AND MIXED USE	MEDIA	CASE ANALYSIS
OPERATIONAL PERFORMANCE	UNLOCKING SHAREHOLDER VALUE	FINANCIAL PERFORMANCE	KEY INDICATORS	MESSAGE FROM MANAGEMENT	HIGHLIGHTS	A
PORTFOLIO	SUSTAINABILITY	DIGITAL FEATURES	DEVELOPMENT AND MIXED USE	MEDIA	CASE ANALYSIS	
APPENDIX	PORTFOLIO	SUSTAINABILITY	DIGITAL FEATURES	DEVELOPMENT AND MIXED USE	MEDIA	CASE ANALYSIS
OPERATIONAL PERFORMANCE	UNLOCKING SHAREHOLDER VALUE	FINANCIAL PERFORMANCE	KEY INDICATORS	MESSAGE FROM MANAGEMENT	HIGHLIGHTS	A

CASE ANALYSIS

THE PORTFOLIO STRENGTH: SOUTHEAST REGION

MIXED USE PROJECTS – LOCAL VALORIZATION STRATEGIES

The Southeast region, which encompasses the country's largest urban centers, concentrates ALLOS' strategic assets in highly consolidated markets. In a context of high population density, land scarcity, and growing demand for integrated solutions, the Company has accelerated its urban transformation strategy through multipurpose projects that connect housing, work, leisure, and services. This approach drives asset appreciation and promotes qualified densification, extending dwell time, diversifying traffic flows, and consolidating the malls as complete, dynamic, and desirable urban hubs.

Below, we highlight some properties located in the Southeast region, including: Shopping Parque Dom Pedro, Shopping Piracicaba, São Bernardo Plaza Shopping, NorteShopping, and Independência Shopping.

CAMPINAS/SP – COMPLEX WITH NEW TOWERS UNDER DEVELOPMENT

Parque Dom Pedro, the largest shopping mall in Latin America in terms of continuous area, began a broad renovation process in 2022 to mark its 20 years of operation, with more than 48,000 sqm revitalized. As part of the densification and diversification strategy, ALLOS is moving forward with the consolidation of the multipurpose complex, with an approved project for 17 towers.

Contracts were signed for an AAA corporate tower, with Aurea Finvest, and a hotel, with the Diamond Group, totaling 30 thousand sqm of private area and PSV estimated at R\$ 438 million. The arrival of approximately 3,000 people will reinforce the qualified densification and the continuous flow, consolidating the asset as a vector of urban transformation in the region.



PIRACICABA/SP – RESIDENTIAL TOWERS AS A NEW VECTOR OF URBAN DEVELOPMENT

In the 1st quarter of 2025, ALLOS reinforced its partnership with the developer EBM/Cyrela, with a strong presence in the interior of São Paulo, for the development of three residential towers around Shopping Piracicaba, totaling 441 units, more than 30 thousand sqm of private area, and an estimated PSV of R\$ 309 million. Following the successful launches in Goiânia, the initiative reaffirms the synergy between the companies and the potential of the qualified densification model, thereby strengthening the vitality and appreciation of the primary area of the project.

SÃO BERNARDO/SP – QUALIFIED HOUSING BOOSTS DENSIFICATIONS IN ABC PAULISTA

A reference in leisure, culture and shopping in ABC Paulista, São Bernardo Plaza Shopping advances in its strategy of qualified densification in the primary area. In the 2nd quarter of 2025, ALLOS entered into a partnership with the developer MG Tec, which has already delivered more than 5 thousand residential units in its trajectory in the ABC and in the capital of São Paulo, for the development of three residential towers with 19 thousand sqm of private area and PSV estimated at R\$ 166 million.

Located in the Greater ABC region, the 2nd largest industrial center in the country, the project will offer quality housing close to employer centers such as Mercedes-Benz, Volkswagen and GM. São Bernardo occupies the 7th place in the national ranking of industrial employment, with 73,700 workers and an income above the Brazilian average, reinforcing its economic and urban relevance.

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

KEY INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

UNLOCKING SHAREHOLDER VALUE

OPERATIONAL PERFORMANCE

CASE ANALYSIS

MEDIA

DEVELOPMENT AND MIXED USE

DIGITAL FEATURES

SUSTAINABILITY

PORTFOLIO

APPENDIX

CASE ANALYSIS

THE PORTFOLIO STRENGTH: SOUTHEAST REGION



NORTH RIO DE JANEIRO – WORKS IN THE SURROUNDINGS ADVANCE

NorteShopping continues to consolidate itself as a vector of urban transformation, this time with the progress of the works of Only by Living, launched by RJZ Cyrela adjacent to the mall.

The project comprises five residential towers, featuring 780 apartments and three stores, totaling 56,000 sqm of private area and an estimated PSV of R\$450 million. With 90% of the units already sold, the development confirms the strong demand for high-end housing in the region.

When completed, the project will contribute to the qualified densification of the neighborhood, which has traditionally lacked launches of this size, with the expectation of attracting 2,500 new residents to the primary area. The buildings are positioned in front of the entrance to the Taste Lab, a gastronomic space inspired by traditional European food halls, creating a direct connection between the new residences and the complex. This integration will expand the daily flow and bring residents closer to the wide range of leisure, convenience and experiences that the mall already has, with a corporate tower, supermarkets, theater, gym, clinics, schools, colleges, restaurants and a wide public transport network, consolidating the asset as a complete and vibrant urban ecosystem.

JUIZ DE FORA/MG – RESIDENTIAL TOWERS BOOST COMPLEX

Located in Juiz de Fora, the largest city in southern Minas Gerais, Independência Shopping is a commercial hub in the region. Located on one of the main access roads, the asset was chosen to receive a new residential development in partnership with the Diamond Group, the construction company with the most significant number of launches in the region, with an estimated PSV of R\$140 million.

With a profile aimed at students, health professionals, teachers, singles and couples at the beginning of their careers, the project dialogues with a growing demand for qualified housing close to teaching and health centers: the Federal University of Juiz de Fora (UFJF), one of the leading higher education institutions in the country, and the Monte Sinai hospital complex, both located in the immediate surroundings of the mall. The initiative consolidates qualified densification, bringing new residents closer to a complete ecosystem of services, leisure and convenience.



CASE ANALYSIS

THE PORTFOLIO STRENGTH: SOUTHEAST REGION

SUSTAINABILITY

ALLOS' sustainability strategy is intrinsically connected to the business strategy, since the Company recognizes sustainability as an opportunity to corroborate environmental, social, and governance aspects, using shopping malls as hubs to enhance these advances.

Assets in the Southeast region achieved a recycling rate of 65% in 2024, with the most notable highlight being Parque Dom Pedro (PDP), which reached a 96% mark. The mall is a concrete example of how sustainability can be effectively incorporated into the operation of a large enterprise.

The PDP's Estação Produtora de Água de Reuso (EPAR) treats approximately 16 million liters of sewage per month and has the capacity to treat the wastewater of a city of 15,000 inhabitants. 100% of the sewage generated is treated, with 25% of the waste returning to the mall for use in non-potable purposes (irrigation and sanitation), another 25% is reused in the mall's air conditioning system and the remaining 50% is disposed of in the river, already clean. Additionally, waste is transformed into a resource, as the biological sludge generated at EPAR is sent for composting, which converts it into organic fertilizer, reaching a production of 230 tons of fertilizers per year.

NorteShopping is another notable example of sustainability. The NorteShopping Acolhedor Program, in force since 2021, initially came up with the idea of offering shelter for the night, food and basic hygiene care for homeless people. But, over the years, the project has evolved, expanding its social impact through partnerships aimed at professional training, issuance of documents, family reintegration and access to job opportunities. Since the first edition, more than 200 people have been welcomed, 21 of whom have returned to their homes and 62 have won jobs.

Image 3 and 4: PDP Reuse Water Production Station (EPAR)



Image 5: NorteShopping Acolhedor Program



MEDIA

HELLOO

Heloo has reached a total of 113 malls and is now present in over 6,000 residential buildings. The company is also expanding its operations to airports. In the third quarter, Heloo took over the leasing of five airports through a consortium formed with NEOOH. This new operation began on July 1 and includes airports in Congonhas, Aracaju, Campina Grande, Juazeiro do Norte, and Montes Claros.

The beginning of this project was marked by great achievements, including the sale of fingers to Banco do Brasil for 12 months and the boarding access gantry project, which involves major brands such as C6 Bank, Latam and GAC.

HELLOO LIVE

An important milestone during this period was the achievement of the award in the Special Projects category of the 24th Outdoor Central Award for the project carried out at Shopping Tijuca to launch the Round 6 series. Heloo LIVE solidifies its presence in the market, delivering unique solutions that elevate the advertiser experience.

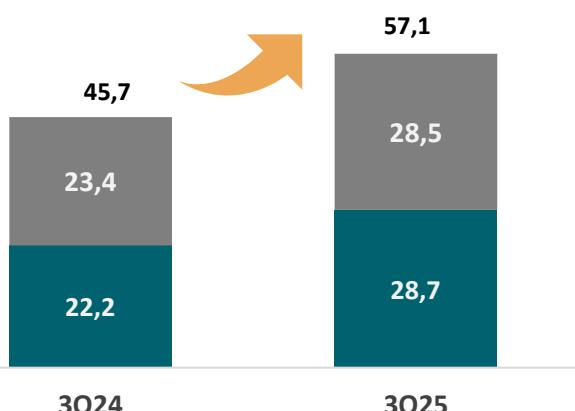
MEDIA REVENUE GROWTH

In 3Q25, Gross Revenue showed an evolution of 25.2% compared to the same quarter of 2024, representing 8.0% of ALLOS' gross revenue in the quarter, an increase of 130 basis points. This result reflects the increase in turnover, driven by seasonality and improved performance across the four operational verticals.



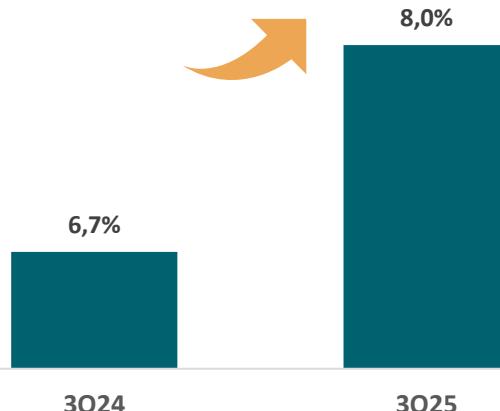
Media Revenue
(R\$ Million)

+25.2%



Media as % of gross revenue

+130 bps



DEVELOPMENT AND MIXED USE

HIGHLIGHTS PROJECTS

ALLOS continues to advance its strategy of development and portfolio transformation through structuring projects of expansion, revitalization, and redevelopment. These initiatives aim to expand the regional dominance of assets, strengthen the commercial mix, and generate sustainable value over time.

All projects are designed to focus on return on invested capital, urban integration, and high standards of sustainability, innovation, and consumer experience. The company remains committed to maximizing the potential of each asset, consolidating its leadership as a national platform for the development of shopping malls.

In 3Q25, the execution of key projects that achieved significant progress in assets such as:

SHOPPING DEL REY

The first outdoor space at Shopping Del Rey has been inaugurated, combining gastronomy and leisure in a single environment. Located in parking lot G, this new area connects the restaurants of "Alameda Gastronômica" to a spacious living and entertainment space. It features gardens, a playground, Instagram-worthy spots, and rest areas, providing a versatile and inviting experience for visitors.



SHOPPING RECIFE

Shopping Recife continues to advance in its transformation journey. The first major delivery was a Gourmet Park: 6,000 sqm area inaugurated in November 2025, which featuring leading names from the local and national scene and positioning the mall as a true destination for experiences.



SHOPPING TIJUCA

Shopping Tijuca continues to expand the new gastronomic space Taste Lab., scheduled to open in Q1 2026.





DEVELOPMENT AND MIXED USE

MIXED USE STRATEGY – PROJECTS THAT TRANSFORM CITIES

In increasingly dense urban markets, characterized by land scarcity and a growing demand for integrated solutions, ALLOS has established a unique real estate appreciation platform through the development of multipurpose projects linked to its shopping malls.



More than an efficient occupation of the landbank, the Company's Real Estate program is based on the creation of complete urban centralities, which integrate housing, work, services and leisure around consolidated operating assets.

With partnerships structured mostly via financial exchange, and under an asset-light model (without the need for its own investment), ALLOS monetizes idle land, increases the attractiveness of its assets and generates additional value through direct cash inflow and increased qualified flow, with audiences with higher purchasing power and recurring frequency.

By 3Q25, the program already involves more than 69 planned towers in 14 malls, spread across 8 states. These projects reinforce the company's role as a protagonist in the urban development of the regions where it operates, with positive effects on the NOI, SSS, SSR and the valuation of integrated shopping malls. In this report, we highlight a new case with projects in operation and under development in the Southeast Region, the country's primary economic and demographic market, where the multipurpose strategy has already demonstrated concrete results and a significant local impact.

APPENDIX	SUSTAINABILITY	PORTFOLIO	DIGITAL FEATURES	MEDIA	CASE ANALYSIS	OPERATIONAL PERFORMANCE	UNLOCKING SHAREHOLDER VALUE	FINANCIAL PERFORMANCE	KEY INDICATORS	MESSAGE FROM MANAGEMENT	HIGHLIGHTS
----------	----------------	-----------	------------------	-------	---------------	-------------------------	-----------------------------	-----------------------	----------------	-------------------------	------------



DIGITAL FEATURES

ALLOS ADVANCES IN THE MONETIZATION OF ITS DIGITAL ECOSYSTEM

ALLOS continues to expand the relevance and reach of its digital ecosystem, currently present in 35 malls through applications that incorporate the relationship program. The platform connects millions of consumers with over 600 unique brands, offering benefits and personalized experiences. Between January and September 2025, more than 10 million purchases made through the program were registered, totaling R\$3 billion in transacted volume.

Digital initiatives already have robust performance indicators. In malls with a mature-stage loyalty program, there was an average increase of 17% in the frequency of visits by members after they joined the program. This engagement reinforces loyalty and the concentration of purchases in ALLOS' assets, driving results for tenants and advertisers.

In addition, ALLOS advances in the direct monetization of its digital products, with hyper-segmented media solutions that allow brands to connect with highly qualified audiences at strategic moments in the consumer journey. This capacity consolidates the company's positioning as an integrated business platform, with the potential to generate value and results on multiple fronts.



CASE BTG PACTUAL

ALLOS's ability to connect data, qualified audience, and their physical presence on a national scale enables the creation of integrated and customized solutions for major brands, combining consumer relationships, media, and activation within their assets. This unique advantage allows the execution of strategic partnerships with significant potential for value creation.

Shopping Leblon has signed a partnership with BTG Pactual, incorporating the Ultrablue and Black cards into the mall's benefits program. Ultrablue customers can access category 3 directly, while Black customers qualify for category 2.

This initiative was part of an integrated activation and communication strategy that aimed not only to enroll customers in the relationship program but also to run campaigns on the digital screens of the Helloo circuit and secure naming rights for the KARG charging station. The project highlights the increasing synergy among different ALLOS business areas while enhancing the overall integrated performance of the portfolio.



Eletroposto KARG – Shopping Leblon



HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

KEY INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

UNLOCKING SHAREHOLDER VALUE

OPERATIONAL PERFORMANCE

CASE ANALYSIS

MEDIA

DEVELOPMENT AND MIXED USE

DIGITAL FEATURES

SUSTAINABILITY

PORTFOLIO

APPENDIX

SUSTAINABILITY

ALLOS' commitment to sustainability permeates a series of perennial initiatives and projects, conducted by the Company's malls, supporting social causes and local development. Below are outstanding recent campaigns and achievements.

IDIVERSA B3

For the third consecutive year, ALLOS has been awarded with IDIVERSA B3 seal.

IDIVERSA B3

The index is the first in Latin America to combine gender and race criteria, recognizing companies that ensure representation on boards and executive teams, and that advance in governance and diversity performance.

Once again, being part of the index reinforces ALLOS's commitment to Diversity, Equity, and Inclusion.



COP 30 IN BELEM

During COP30, held in Belém (PA), ALLOS reinforced its leadership in sustainability by anticipating environmental goals for its malls in the Amazon Basin, including the use of 100% renewable energy, infrastructure for water reuse, carbon neutrality and 90% of waste recovered. The company promoted an agenda of more than 250 days with cultural, educational and social actions at the Boulevard Belém and Parque Belém, in line with the concept of "Spaces that Transform".

The active presence at the conference and the engagement with the local community are evidence of ALLOS' long-term strategy, which integrates sustainability with value creation and business resilience.

CONSCIOUS FASHION

Shopping Campo Limpo, in partnership with the NGO Gerando Falcões, a national reference in social projects, inaugurated an itinerant store in the format of a bazaar.

For three months, pieces in excellent condition, donated by individuals and brands, will be available at affordable prices, and all the amount raised will be destined to the NGO's initiatives aimed at reducing social inequality in favelas throughout Brazil.

This action reflects our commitment to creating experiences that care, support and generate real impact.



“DE OLHO NOS OLHINHOS”

ALLOS supports, for the third consecutive year, the “De olho nos olhinhos” campaign, aimed at raising awareness about retinoblastoma. This rare eye cancer mainly affects children in the first years of life. Conceived by journalists Tiago Leifert and Daiana Garbin, the initiative promotes information and reception for families, highlighting the importance of early diagnosis. This year, Shopping Plaza Sul, in São Paulo, received a special program with playful activities for children, distribution of informative materials and service to the public by doctors and volunteers, expanding the reach of the cause in an affective and educational way.

The campaign also extends to nine other ALLOS malls, which function as true channels of communication with society. With wide dissemination on Helloo's websites, social networks, and digital totems, the action reinforces the role of the enterprises as spaces for coexistence and social transformation. By connecting information, health and entertainment, ALLOS reaffirms its purpose of generating a positive impact in the communities where it operates, promoting access and awareness through the strength of its experience platform.



PORTFOLIO

Owned Malls	State	Ownership	Total GLA (sqm)	Owned GLA (sqm)	Private area Mixed Use	Occupancy Rate (%)	Services rendered
Amazonas Shopping	AM	24,7%	37.525	9.264	48.801	97,5%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50,0%	21.758	10.879	-	97,8%	-
Bangu Shopping	RJ	90,0%	57.889	52.100	8.838	93,0%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80,0%	39.430	31.540	30.030	98,4%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70,0%	41.683	29.178	27.114	97,8%	A / C / CSC
Carioca Shopping	RJ	65,0%	36.287	23.586	-	97,1%	A / C / CSC
Catuá Shopping Londrina	PR	93,0%	57.185	53.182	67.419	98,8%	A / C / CSC
Catuá Shopping Maringá	PR	100,0%	33.313	33.313	55.724	97,8%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65,0%	27.781	18.057	42.313	95,8%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21,0%	56.876	11.944	50.925	95,2%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60,0%	37.520	22.512	-	95,9%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76,9%	18.955	14.582	56.460	99,0%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48,8%	30.153	14.727	-	97,0%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83,4%	23.672	19.752	-	98,9%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100,0%	47.279	47.279	-	95,9%	A / C / CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	60,0%	42.173	25.304	9.069	99,1%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72,5%	71.165	51.595	65.783	95,0%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro	SP	51,6%	126.137	65.086	319.310	97,3%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51,0%	36.544	18.638	-	98,8%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceló	AL	50,0%	39.659	19.829	18.416	99,4%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90,0%	74.432	66.989	332.120	91,2%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100,0%	44.592	44.592	-	93,8%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	50,1%	24.375	12.212	-	96,5%	A / C / CSC
Rio Anil	MA	0,0%	0	0	-	-	A / C
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60,0%	42.943	25.766	-	94,9%	A / C / CSC
Shopping ABC	SP	1,3%	44.602	566	-	97,3%	-
Shopping Campo Grande	MS	70,9%	44.401	31.480	80.761	98,9%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20,0%	30.232	6.046	-	97,6%	A / C / CSC
Shopping Curitiba	PR	49,0%	22.379	10.966	-	96,9%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71,5%	71.077	50.813	93.376	94,3%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80,0%	38.069	30.455	-	95,0%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75,0%	48.273	36.205	13.200	97,5%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50,0%	43.984	21.992	54.940	95,1%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51,0%	27.473	14.011	-	97,6%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100,0%	18.767	18.767	-	95,0%	A / C / CSC
Shopping Metrópole	SP	100,0%	28.951	28.951	-	96,8%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40,0%	33.563	13.425	13.546	96,3%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75,3%	44.995	33.895	11.352	97,1%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30,8%	72.363	22.309	27.600	97,9%	C
Shopping Taboão	SP	92,0%	37.394	34.403	85.766	98,3%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100,0%	50.003	50.003	24.300	98,4%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	90,0%	35.359	31.823	-	98,2%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50,0%	71.504	35.752	48.180	96,7%	A / C / CSC
Shopping Villagio Caxias do Sul	RS	61,0%	29.667	18.097	51.821	96,9%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63,4%	28.394	18.002	-	97,3%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	87,4%	11.809	10.322	-	100,0%	-
Total Portfólio		65,1%	1.907.960	1.242.246	1.637.164	96,5%	

MESSAGE FROM MANAGEMENT

KEY INDICATORS

UNLOCKING SHAREHOLDER VALUE

OPERATIONAL PERFORMANCE

CASE ANALYSIS

MEDIA

DEVELOPMENT AND MIXED USE

SUSTAINABILITY

PORTFOLIO

APPENDIX

APPENDIX

EXPANSION/REDEVELOPMENT AND RENOVATION PROJECTS



Expansion/Redevelopment: Facades and gastronomic boulevard

Opened in August 2025.

The project includes the modernization of the façade and the creation of 2.5 thousand sqm of new spaces, including 2 new restaurants that will be part of the new Gastronomic Boulevard.

SHOPPING DEL REY

Inauguration
on Aug-25



Expansion/Redevelopment: Gourmet Park Redevelopment

Under construction.

Creation of a new Gourmet Park with 6 thousand sqm dedicated to 13 new restaurants.

SHOPPING RECIFE

Inauguration
in 4Q25



Expansion/Redevelopment: Expansion of 45 new stores

Under construction.

The project includes an increase of 6 thousand sqm of GLA.

PARQUE SHOPPING MACEIÓ

Inauguration
in 4Q25



Expansion/Redevelopment: Taste Lab and new vertical circulation

Under construction.

The new gastronomic space with 5 thousand sqm will add 22 new gastronomic options.

SHOPPING TIJUCA

Inauguration
in 1S26



Expansion/Redevelopment: Requalification of the Colinas Sector

Under construction

Modernization and redevelopment of the Colinas Sector.

PARQUE D. PEDRO SHOPPING



EXPANSION/REDEVELOPMENT



RENOVATION



Expansion/Redevelopment:

Extension of the Gastronomic Boulevard.

Under construction.

Expansion of the Gastronomic Boulevard, with 3 thousand sqm distributed in four new stores, three of which are intended for restaurants.

CENTER UBERLÂNDIA



Expansion/Redevelopment:

New L4 floor

Creation of new spaces for more than 5 thousand sqm of Gastronomic area.

SHOPPING LEBLON



Expansion/Redevelopment:

Requalification of L3 and Modernization of the Façade

Under construction.

Completion of the main façade and the modernization of the look & feel of the third floor.

SHOPPING DA BAHIA



Expansion/Redevelopment:

Expansion of 150 new stores

In bidding.

The project foresees more than 150 new stores distributed in 24 thousand sqm, 12 thousand sqm of which are new GLA.

SHOPPING CAMPO GRANDE



Renovation:

Modernization of the Promenade at Villa Lobos

In project development.

Creation of a new Gastronomic Boulevard integrated with the Villa Lobos Building.

SHOPPING VILLA LOBOS



Renovation:

Modernization of the L3 floor

The revitalization of the third floor is under development.

GOIÂNIA SHOPPING



EXPANSION/REDEVELPMENT



RENOVATION

CAPITAL STRUCTURE

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

Debts	Index	Interest	Total Cost	Total Debt	(%) Total Debt	Maturity
TR			12,4%	107.169	1,8%	
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	11,3%	13,1%	48.169	0,8%	Jun-27
Itaú	TR	9,9%	11,7%	59.000	1,0%	May-30
CDI			14,1%	5.888.517	98,2%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	1,0%	14,4%	80.426	1,3%	Jun-29
Debenture XII (CRI - ICVM400)	CDI	1,2%	14,6%	529.111	8,8%	Jul-28
Debenture 7 ^a (CRI - ICVM160)	CDI	1,0%	14,4%	316.547	5,3%	Mar-28
Debenture 7 ^a (CRI - ICVM160)	CDI	1,2%	14,6%	298.838	5,0%	Mar-30
Debenture (8 ^a emissão. 1 ^a serie)	CDI	0,6%	13,9%	376.150	6,3%	Apr-29
Debenture (8 ^a emissão. 2 ^a serie)	105% CDI	0,0%	13,9%	403.873	6,7%	Apr-29
Debenture (8 ^a emissão. 3 ^a serie)	CDI	0,5%	13,8%	494.051	8,2%	Apr-31
CCB Itaú	CDI	1,3%	14,7%	220.340	3,7%	Oct-26
Debenture (11 ^a emissão. 1 ^a serie)	CDI	0,6%	14,0%	652.647	10,9%	Aug-31
Debenture (11 ^a emissão. 2 ^a serie)	CDI	1,0%	14,3%	1.890.160	31,5%	Aug-34
Debenture (12 ^a emissão. 1 ^a serie)	98% CDI	0,0%	13,0%	156.872	2,6%	Jan-30
Debenture (12 ^a emissão. 2 ^a serie)	CDI	0,0%	13,3%	469.501	7,8%	Jan-32
Total			14,1%		0,0%	
Total	CDI+	0,74%		5.995.686		

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

Debt Breakdown Consolidated	Financial Statements 3Q25	Effects of CPC 18/19	Managerial 3Q25
(amounts in thousands of reais)			
Loans and financing, CCI/CRI's and debentures	5.921.540	-	5.921.540
Obligation for purchase of assets	436.953	(180)	436.773
Derivative financial instruments	130.748	0	130.748
Gross Debt	6.489.241	(180)	6.489.061
Cash and Cash Equivalents	(3.075.886)	7.213	(3.068.673)
Net debt	3.413.355	7.033	3.420.388



RECONCILIATION OF THE CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS

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

The managerial financial statements were prepared based on the balance sheets, income statements, and financial reports of the Company and assumptions that the Company's Management considers to be reasonable and should be read in conjunction with the period's financial statements and explanatory notes.

CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS FOR SEPTEMBER 30, 2024 AND 2025

Consolidated Income Statement	3Q25	3Q24	3Q25 / 3Q24 Δ%	3Q24 Proforma	3Q25 / 3Q24 Δ% Proforma
(Amounts in thousands of Reais, except percentages)					
Gross revenue from rent and services	727.239	707.275	2,8%	n/a	n/a
Taxes, contributions and other deductions	(48.921)	(49.895)	-2,0%	n/a	n/a
Net revenue	678.318	657.380	3,2%	n/a	n/a
Cost	(160.933)	(178.090)	-9,6%	n/a	n/a
Gross income	517.385	479.291	7,9%	n/a	n/a
Operating income/(expenses)	(171.628)	(165.888)	3,5%	n/a	n/a
Sales, general and administrative expenses	(175.513)	(181.739)	-3,4%	n/a	n/a
Equity income	18.896	18.325	3,1%	n/a	n/a
Other net income (expenses)	(15.011)	(2.475)	n/a	n/a	n/a
Financial income/(expenses)	(138.738)	(138.435)	0,2%	n/a	n/a
Net income before taxes and social contributions	207.020	174.968	18,3%	n/a	n/a
Current income and social contribution taxes	(43.982)	(48.896)	-10,1%	n/a	n/a
Deferred income and social contribution taxes	(7.115)	8.995	n/a	n/a	n/a
Net income in the period	155.922	135.068	15,4%	-	n/a
Income (loss) attributable to:					
Controlling Shareholders	125.865	112.773	11,6%	n/a	n/a
Minority Shareholders	30.057	22.295	34,8%	n/a	n/a
Net income in the period	155.922	135.068	15,4%	-	n/a
Managerial Income Statement	3Q25	3Q24	3Q25 / 3Q24 Δ%	3Q24 Proforma	3Q25 / 3Q24 Δ% Proforma
(Amounts in thousands of Reais, except percentages)					
Gross revenue from rent and services	730.261	698.943	4,5%	686.157	6,4%
Taxes, contributions and other deductions	(50.373)	(48.479)	3,9%	(48.479)	3,9%
Net revenue	679.888	650.463	4,5%	637.678	6,6%
Cost	(175.139)	(172.750)	1,4%	(172.537)	1,5%
Cost of rent and services	(59.686)	(60.571)	-1,5%	(60.358)	-1,1%
Depreciation and amortization	(115.453)	(112.179)	2,9%	(112.179)	2,9%
Gross income	504.749	477.713	5,7%	465.141	8,5%
Operating income/(expenses)	(181.063)	(183.116)	-1,1%	(183.116)	-1,1%
Sales, general and administrative expenses	(106.361)	(107.995)	-1,5%	(107.995)	-1,5%
Long-term incentive plan	(8.263)	(6.763)	22,2%	(6.763)	22,2%
Equity Income	-	-	n/a	-	n/a
Depreciation and Amortization expenses	(38.374)	(37.473)	2,4%	(37.473)	2,4%
Other net income (expenses)	(28.065)	(30.885)	-9,1%	(30.885)	-9,1%
Financial income/(expenses)	(144.197)	(142.292)	1,3%	(142.292)	1,3%
Net income before taxes and social contributions	179.489	152.304	17,8%	139.732	28,5%
Current income and social contribution taxes	(45.011)	(48.335)	-6,9%	(48.335)	-6,9%
Deferred income and social contribution taxes	(8.613)	8.804	n/a	8.804	n/a
Net income in the period	125.865	112.773	11,6%	100.201	25,6%



BALANCE SHEET

Managerial Balance Sheet	ALLOS		Adjustments		ALLOS	
	Financial Statements				Managerial Consolidated	
	30/09/2025	31/12/2024	30/09/2025	31/12/2024	30/09/2025	31/12/2024
ASSETS	<i>(amounts in thousands of Reais)</i>					
Current						
Cash and cash equivalents	48.994	47.771	1.429	(715)	50.423	47.056
Short-term investments	2.860.233	3.321.334	(8.641)	(83.847)	2.851.592	3.237.488
Accounts receivable	361.509	492.367	7.349	(5.268)	368.858	487.099
Dividends receivable	27	423	(27)	(423)	(0)	0
Taxes recoverable	146.921	149.785	344	2.132	147.265	151.918
Anticipated expenses	22.574	15.715	(1.040)	(260)	21.534	15.455
Other receivables	352.741	244.456	6.394	10.895	359.135	255.351
Total	3.792.999	4.271.853	5.807	(77.486)	3.798.806	4.194.367
Non-Current Assets held for sale	-	-	-	-	-	-
Total Current Assets and non-current assets held for sale	3.792.999	4.271.853	5.807	(77.486)	3.798.806	4.194.367
Non-Current						
Taxes recoverable	42.719	39.158	2.272	68	44.991	39.226
Deferred income and social contribution tax	7.350	7.511	(0)	(51)	7.350	7.459
Legal deposits	176.415	169.019	805	(311)	177.220	168.707
Borrowings and other accounts receivable	-	13.762	-	(13.762)	-	-
Values receivable	114.904	92.825	(1.244)	1.324	113.660	94.149
Anticipated expenses	17.142	17.993	(6)	(12)	17.136	17.981
Long-term investments	166.659	190.051	-	-	166.659	190.051
Other receivables	302.923	237.190	(277)	(66)	302.646	237.124
Investments	605.001	624.928	(605.001)	(624.928)	0	(0)
Properties for investment	20.217.115	20.700.140	(166.064)	(168.081)	20.051.051	20.532.059
Property, plant and equipment	93.013	97.391	1.770	(800)	94.783	96.590
Intangible assets	807.339	826.970	549.044	102.700	1.356.383	929.670
Total Non-current Assets	22.550.580	23.016.938	(218.702)	(703.922)	22.331.878	22.313.016
Total Assets	26.343.579	27.288.791	(212.894)	(781.407)	26.130.684	26.507.383
LIABILITIES	<i>(amounts in thousands of Reais)</i>					
Current						
Suppliers	81.096	89.934	1.180	651	82.276	90.585
Loans and financing, real estate credit notes and debentures	267.309	1.123.404	-	-	267.309	1.123.404
Taxes and contributions payable	77.158	112.162	2.015	1.869	79.173	114.031
Deferred income	10.626	15.813	4.683	468	15.309	16.281
Dividends payable	156.167	211.798	(3.167)	(3.329)	153.000	208.469
Obligations for purchase of assets	419.251	407.484	-	(607)	419.251	406.877
Leasing	20.431	20.765	117.836	6.112	138.267	26.877
Other liabilities	209.456	284.100	6.639	(88.493)	216.095	195.607
Total Current Liabilities and liabilities related to non-current assets held for sale	1.241.494	2.265.459	129.187	(83.329)	1.370.681	2.182.130
Non-Current						
Loans and financing, real estate credit notes and debentures	5.654.231	5.521.620	-	-	5.654.231	5.521.620
Taxes and contributions to collect	6.560	7.721	(110)	(110)	6.450	7.610
Deferred income	15.229	16.742	612	925	15.841	17.668
Financial securities	130.748	158.383	0	-	130.748	158.383
Deferred income and social contribution tax	4.695.326	4.755.405	(4.720)	(5.469)	4.690.606	4.749.936
Obligations for the purchase of assets	17.702	19.752	(179)	(180)	17.522	19.572
Leasing	156.803	158.658	415.254	83.327	572.057	241.985
Other liabilities	3.556	8.981	(847)	(5.613)	2.709	3.368
Provision for contingencies	250.977	241.548	(379)	(1.331)	250.598	240.217
Total Non-Current Liabilities	10.931.132	10.888.811	409.630	71.549	11.340.762	10.960.359
Shareholders' Equity	<i>(amounts in thousands of Reais)</i>					
Share capital	15.092.136	15.092.136	0	-	15.092.136	15.092.136
Expenditure on issuance of shares	(72.332)	(72.332)	0	-	(72.332)	(72.332)
Capital reserves	9.617	0	(0)	-	9.617	0
Legal reserve	234.265	234.265	(0)	-	234.265	234.265
Shares held in treasury	(104.855)	(776.697)	(0)	-	(104.855)	(776.697)
Retained earnings (losses)	377.937	0	(0)	0	377.937	0
Income reserves	1.886.791	2.891.838	(1)	-	1.886.790	2.891.838
Carrying value adjustments	(4.004.316)	(4.004.316)	(0)	-	(4.004.316)	(4.004.316)
Minority Interest	751.710	769.628	(751.710)	(769.628)	-	-
Total Shareholders' Equity	14.170.953	14.134.523	(751.711)	(769.628)	13.419.242	13.364.895
Total liabilities and shareholders' equity	26.343.579	27.288.792	(212.894)	(781.407)	26.130.684	26.507.384



CASH FLOW

Cash Flow Statement	ALLOS	Adjustments	ALLOS	MESSAGE FROM MANAGEMENT
	Financial Statements		Managerial Consolidated	
	30/09/2025	30/09/2025	30/09/2025	
(amounts in thousands of reais)				
Operating Activities				
Net Profit for the period	663.964	(82.027)	581.937	
Adjustments to net profit due to:				
Straight line rent adjustment	(42.422)	(1.614)	(44.036)	
Depreciation and Amortization	453.216	(53)	453.163	
Equity Income	(53.960)	53.960	-	
Provisions for doubtful accounts	39.119	21	39.140	
Stock Option plan	39.171	-	39.171	
Monetary variation over financial debts	696.598	7.060	703.658	
Fair value of financial derivatives instruments	(2.432)	(41.718)	(44.150)	
Deferred income and social contribution tax	(59.918)	31.241	(28.677)	
(Gain) loss on sale of investment property	(148.540)	38.368	(110.172)	
Income financial debts	(301.471)	6.718	(294.753)	
Write-off of asset added value	170	(170)	-	
Provision for loss of investments and investment properties	515	(515)	-	
Others	16.841	6.767	23.608	
	1.300.851	18.038	1.318.889	
Decrease (increase) in assets	26.180	(6.068)	20.112	
Accounts receivable	97.943	(8.457)	89.486	
Legal deposits	(7.976)	(1.117)	(9.093)	
Taxes recoverable	(311)	(811)	(1.122)	
Others	(63.476)	4.317	(59.159)	
Increase (decrease) in liabilities	105.161	59.542	164.703	
Suppliers	(8.252)	529	(7.723)	
Collectable taxes	215.910	(23.567)	192.343	
Other obligations	(95.920)	78.679	(17.241)	
Deferred income	(6.577)	3.901	(2.676)	
Taxes paid - IRPJ e CSLL	(134.150)	(911)	(135.061)	
Taxes paid - PIS, COFINS e ISS	(112.460)	(323)	(112.783)	
Net Cash Used in Operating Activities	1.185.582	70.278	1.255.860	
Investment Activities				
Acquisition of fixed assets	(6.403)	(1.177)	(7.580)	
Acquisition of Intangible Assets	(76.337)	115	(76.222)	
Acquisition of properties for investment - Shopping malls	(254.553)	9.314	(245.239)	
Capital increase/Decrease in controlled companies	(2.284)	2.284	-	
Capital Increase (decrease) in subsidiaries/ associates/ amortization of cotas	1.494	-	1.494	
Decrease (increase) in short-term investments	1.046.890	(81.923)	964.967	
Dividends and interest on capital received	64.191	(64.191)	-	
Receipt for the sale of equity and/or real estate interests in shopping malls	161.682	-	161.682	
Net Cash Used in Investment Activities	934.680	(135.578)	799.102	
Financing Activities				
Receipt of loans to related parties	3.164	(3.164)	-	
Interest payment - loans, financings and real estate credit notes	(54.105)	-	(54.105)	
Principal payment loans and financing and real estate credit notes	(752.552)	-	(752.552)	
Issuance of debentures	625.000	-	625.000	
Interest payment - debentures	(584.009)	-	(584.009)	
Principal payment - debentures	(582.252)	-	(582.252)	
Payment of debenture structuring costs	(16.542)	-	(16.542)	
Leasing - Payment of principal and interest	(24.259)	(17.348)	(41.607)	
Share Buyback Program	(159.799)	-	(159.799)	
Buyback - debentures	-	-	-	
Share Sales	6.919	-	6.919	
Dividends paid to stockholders	(459.000)	-	(459.000)	
Dividends paid to non-controlled stockholders	(87.349)	87.349	-	
Payment of obligations for the purchase of companies	(34.255)	607	(33.648)	
Net Cash Used in Financing Activities	(2.119.039)	67.444	(2.051.595)	
Net cash and cash equivalent increase (reduction)	1.223	2.144	3.367	
Cash and Cash Equivalents at the end of the period	48.994	1.429	50.423	
Cash and Cash Equivalents at the beginning of the period	47.771	(715)	47.056	
Net change in Cash and Cash Equivalents	1.223	2.144	3.367	

RECONCILIATION BETWEEN CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS | 2025

Conciliation
Financial statements vs. Managerial financial information
Period ended September 30, 2025

ALLOS Consolidated
2025 - Financial Statements

Adjustments

ALLOS Consolidated
2025 - Managerial

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

KEY INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCE

UNLOCKING
SHAREHOLDER
VALUE

OPERATIONAL
PERFORMANCE

CASE ANALYSIS

MEDIA

DEVELOPMENT AND
MIXED USE

DIGITAL FEATURES

SUSTAINABILITY

PORTFOLIO

APPENDIX

(amounts in thousands of reais)

	ALLOS Consolidated 2025 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2025 - Managerial
Gross revenue from rental and services	2.174.240	(45.037)	2.129.203
Taxes and contributions and other deductions	(148.196)	792	(147.404)
Net revenues	2.026.044	(44.245)	1.981.799
Cost of rentals and services	(515.861)	(5.034)	(520.895)
Gross income	1.510.183	(49.279)	1.460.904
Operating income/expenses	(371.143)	(52.844)	(423.987)
Sales, general and administrative expenses	(512.868)	196.336	(316.532)
Long-term incentive plan	n/a	24.985	(24.985)
Equity Income	53.960	(53.960)	-
Depreciation and Amortization	n/a	112.151	(112.151)
Other net operating income (expenses)	87.766	(58.085)	29.681
Financial income/(expenses)	(388.635)	26.798	(361.837)
Net income before taxes and social contributions	750.406	(75.326)	675.080
Income and social contribution taxes	(86.442)	(6.702)	(93.143)
Net income in the period	663.964	(82.027)	581.937
Income attributable to:			
Controlling shareholders	581.937	0	581.937
Minority shareholders	82.027	(82.027)	-

Conciliation between EBITDA / Adjusted EBITDA
Period ended September 30, 2025

ALLOS Consolidated
2025 - Financial Statements

Adjustments

ALLOS Consolidated
2025 - Managerial

(amounts in thousands of reais, except percentages)

	ALLOS Consolidated 2025 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2025 - Managerial
Net income for the period	663.964	(82.027)	581.937
(+) Depreciation and amortization	453.217	(54)	453.163
(+)(-)/(-) Financial expenses / (income)	388.635	(26.798)	361.837
(+) Income and social contribution taxes	86.442	6.702	93.143
EBITDA	1.592.257	(102.178)	1.490.079
EBITDA margin %	78,6%		75,2%
(+)(-)/(-) Non-recurring (expenses)/income	(41.513)	-	(41.513)
Adjusted EBITDA	1.550.744	(102.178)	1.448.566
Adjusted EBITDA margin %	76,5%		73,1%
(-) Straight line rent adjustments - CPC 06	(10.059)	(33.977)	(44.036)
Adjusted EBITDA (Ex- Straight line rent adjustments)	1.540.685	(136.154)	1.404.530

Conciliation between FFO / Adjusted FFO
Period ended September 30, 2025

ALLOS Consolidated
2025 - Financial Statements

Adjustments

ALLOS Consolidated
2025 - Managerial

(amounts in thousands of reais, except percentages)

	ALLOS Consolidated 2025 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2025 - Managerial
Net income for the period	663.964	(82.027)	581.937
(+) Depreciation and amortization	453.217	(54)	453.163
(=) FFO *	1.117.181	(82.082)	1.035.099
(+)(-)/(-) Non-recurring expenses	(41.513)	-	(41.513)
(-) Straight line rent adjustments - CPC 06	(10.059)	(33.977)	(44.036)
(+)(-)/(-) Non-cash taxes	(59.915)	31.238	(28.677)
(+)(-)/(-) SWAP (Fair Value)	(27.634)	-	(27.634)
(+)(-)/(-) Other non-recurring financial expenses	(8.990)	-	(8.990)
(=) Adjusted FFO *	969.068	(84.820)	884.249
AFFO margin %	48,1%		45,6%

* Non-accounting indicators



RECONCILIATION BETWEEN CONSOLIDATED, MANAGERIAL AND PROFORMA FINANCIAL STATEMENTS | 2024

Conciliation Financial statements vs. Managerial financial information Period ended September 30, 2024		ALLOS Consolidated 2024 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Managerial	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Proforma	MESSAGE FROM MANAGEMENT
(amounts in thousands of reais)							
Gross revenue from rental and services	2.092.003	(47.027)	2.044.975	(58.030)	1.986.946		KEY INDICATORS
Taxes and contributions and other deductions	(148.605)	3.390	(145.216)	-	(145.216)		FINANCIAL PERFORMANCE
Net revenues	1.943.397	(43.637)	1.899.760	(58.030)	1.841.730		UNLOCKING SHAREHOLDER VALUE
Cost of rentals and services	(538.739)	12.167	(526.572)	6.991	(519.581)		OPERATIONAL PERFORMANCE
Gross income	1.404.659	(31.471)	1.373.188	(51.039)	1.322.149		CASE ANALYSIS
Operating income/expenses	(399.964)	(3.360)	(403.324)	-	(403.324)		MEDIA
Sales, general and administrative expenses	(526.705)	208.011	(318.694)	-	(318.694)		DEVELOPMENT AND MIXED USE
Long-term incentive plan	n.a	18.880	(18.880)	-	(18.880)		DIGITAL FEATURES
Equity Income	55.818	(55.818)	-	-	-		SUSTAINABILITY
Depreciation and Amortization	n.a	111.604	(111.604)	-	(111.604)		PORTFOLIO
Other net operating income (expenses)	70.923	(25.069)	45.854	-	45.854		APPENDIX
Financial income/(expenses)	(307.667)	(14.172)	(321.838)	-	(321.838)		
Net income before taxes and social contributions	697.028	(49.003)	648.026	(51.039)	596.987		
Income and social contribution taxes	(86.186)	(31.898)	(118.084)	-	(118.084)		
Net income in the period	610.843	(80.901)	529.942	(51.039)	478.903		
Income attributable to:	-	-	-	-	-		
Controlling shareholders	529.942	(0)	529.942	(51.039)	478.903		
Minority shareholders	80.901	(80.901)	-	-	-		
Conciliation between EBITDA / Adjusted EBITDA Period ended September 30, 2024		ALLOS Consolidated 2024 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Managerial	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Proforma	
(amounts in thousands of reais, except percentages)							
Net income for the period	610.843	(80.901)	529.942	(51.039)	478.903		
(+) Depreciation and amortization	460.698	(6.924)	453.774	-	453.774		
(+/-) Financial expenses / (income)	307.667	14.172	321.838	-	321.838		
(+) Income and social contribution taxes	86.186	31.898	118.084	-	118.084		
EBITDA	1.465.393	(41.755)	1.423.638	(51.039)	1.372.600		
EBITDA margin %	75,4%		74,9%	0,0%	74,5%		
(+/-) Non-recurring (expenses)/income	(47.262)	-	(47.262)	-	(47.262)		
Adjusted EBITDA	1.418.131	(41.755)	1.376.376	(51.039)	1.325.338		
Adjusted EBITDA margin %	73,0%		72,5%		72,0%		
(-) Straight line rent adjustments - CPC 06	(16.205)	(2.548)	(18.753)	409	(18.345)		
Adjusted EBITDA (Ex- Straight line rent adjustments)	1.401.926	(44.303)	1.357.623	(50.630)	1.306.993		
Conciliation between FFO / Adjusted FFO Period ended September 30, 2024		ALLOS Consolidated 2024 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Managerial	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Proforma	
(amounts in thousands of reais, except percentages)							
Net income for the period	610.843	(80.901)	529.942	(51.039)	478.903		
(+) Depreciation and amortization	460.698	(6.924)	453.774	-	453.774		
(=) FFO *	1.071.541	(87.825)	983.716	(51.039)	932.677		
(+/-) Non-recurring expenses	(47.262)	-	(47.262)	-	(47.262)		
(-) Straight line rent adjustments - CPC 06	(16.205)	(2.548)	(18.753)	409	(18.345)		
(+/-) Non-cash taxes	(90.347)	67.666	(22.681)	-	(22.681)		
(+/-) SWAP (Fair Value)	7.535	-	7.535	-	7.535		
(+/-) Other non-recurring financial expenses	6.415	-	6.415	-	6.415		
(=) Adjusted FFO *	931.676	(22.708)	908.969	(50.630)	858.339		
AFFO margin %	48,3%		48,3%		47,1%		

* Non-accounting indicators

GLOSSARY

Abrasce: Brazilian Association of Shopping Centers.

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

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

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

CAGR: Compound annual growth rate.

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

CCI: Real Estate Credit Note.

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

CPC: Accounting Pronouncements Committee.

CRI: Real Estate Receivables Certificates.

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

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

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

Greenfield: development of new shopping center projects.

In-line Stores: Small stores (less than 500 sqm of GLA) with no special marketing and structural features located around the anchor stores and intended for general retailing.

Jr. Anchors: Medium-sized stores (between 500 and 1,000 sqm of GLA), which frequently have special marketing and structural features on a lesser scale, but which still attract and retain customers. They are also known as "megastores".

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

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

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

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

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

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

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



GLOSSARY

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

PDA: Provision for doubtful accounts.

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

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

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

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

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

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