

**RELATÓRIO
DE RESULTADOS
1T24**

ALLOS



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

PORTUGUÊS

Com tradução simultânea para inglês

10 de maio de 2024 – 6ª feira

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

Webcast - [Clique aqui](#)

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

CONTATOS RI

Daniella Guanabara

Diretora Financeira e de RI

André Coutinho

Diretor de RI

Diego Canuto

Gerente de RI

Clara Costa

Analista de RI

Juliana Bedante

Analista de RI

Tel.: +55 (21) 2583-9800

E-mail: ri@allos.co

ri.allos.co

1T24

FFO POR AÇÃO CRESCE 41%

Rio de Janeiro, 9 de maio de 2024 – A ALLOS S.A. (B3: ALOS3), a mais inovadora plataforma de experiências, entretenimento, serviços, *lifestyle* e compras da América Latina anuncia seus resultados do primeiro trimestre de 2024 (1T24). A Companhia, ao final do 1T24, detinha participação em 49 shopping centers, totalizando 2.113,1mil m² de ABL Total e 1.328,8mil 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 303,2 mil m².

DESTAQUES DO 1T24

FFO POR AÇÃO CRESCE 41%

No 1T24, o FFO atingiu R\$289,7 milhões, superando em 36,5% o mesmo período no ano anterior. O FFO por ação cresceu 41,0%, 440 bps maior que o crescimento do FFO no período, em função dos mais de R\$520 milhões investidos em recompras de ações desde o 4T23, que reforçam o compromisso da ALLOS de alocar capital visando otimizar o retorno aos acionistas.

RECEITA CRESCE 6,5%

A receita totalizou R\$616,4 milhões, crescimento de 6,5% YoY. Mídia foi destaque com crescimento de 49% YoY, além do estacionamento, que segue trajetória ascendente avançando 21% YoY. A Receita de aluguel cresceu 3% refletindo a capacidade da ALLOS de gerar sinergia de receita.

ALLOS CAPTA R\$1,2 BILHÃO A CDI+0,5%

Em abril de 2024 foi concluída com sucesso a 1ª Emissão de Debêntures da ALLOS, com excesso de demanda, captando R\$1,2 bilhão. O resultado reforça a confiança do mercado na estratégia de negócios e solidez financeira da Companhia.

SSR DE 4,2% E SSS DE 6,1%

A ALLOS segue apresentando consistente performance de aluguéis no trimestre, com SSR de 4,2%. O resultado foi guiado pela forte performance em vendas dos lojistas, com SSS de 6,1%, e contínua captura de sinergias. As vendas totais no trimestre avançaram 8,3% em relação ao 1T23.

APROVADOS DIVIDENDOS DE R\$612 MILHÕES

Os acionistas da ALLOS aprovaram a proposta da administração de distribuição de R\$612 milhões em dividendos, correspondentes a 50% do FFO de 2023, valor 116% superior ao distribuído em 2023. Somados aos mais de R\$520 milhões em recompra de ações, o *total share return* foi de 10%¹.

TAXA DE OCUPAÇÃO SE MANTÉM EM 96,3%

ALLOS encerra o 1T24 com a taxa de ocupação de 96,3%, mesma taxa observada no 4T23, superando os efeitos de sazonalidade. No primeiro trimestre do ano, foram assinados um total de 150 novos contratos, equivalente a 21 mil m² de ABL.

NOVO PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

O Conselho da ALLOS aprovou um novo programa de recompra de ações de até 3,9% do seu capital, visando aumentar o retorno por ação e seguir aproveitando as oportunidades de alocação de capital que gerem valor aos acionistas no longo prazo.

NOVO PLANO DE DESINVESTIMENTOS E AQUISIÇÃO DE ATÉ 15% DO SHOPPING RIO SUL

ALLOS anuncia novo plano de desinvestimentos que pode gerar até R\$1 bilhão em recursos, já incluindo o desinvestimento do Top Shopping anunciado nesta data. Além disso, a Companhia assinou o documento vinculante para a aquisição de até 15% do Shopping Rio Sul, que é considerado um dos *trophy assets* do Brasil, o shopping seria o 3º maior ativo da ALLOS em vendas e o 4º maior em NOI.

As informações financeiras gerenciais contidas neste documento, bem como outras informações não contábeis da Companhia apresentadas neste Relatório de Resultados, não foram revisadas pelos auditores independentes. Para análise da conciliação entre tais informações financeiras gerenciais e as demonstrações financeiras consolidadas da Companhia, e outras informações relevantes, ver quadros e tabelas na seção “Anexos”. As informações históricas gerenciais apresentadas neste documento referem-se a soma das informações da Aliansce Sonae Shopping Centers S.A. e Br Malls Participações S.A., como se as empresas já estivessem combinadas à época. As variações apresentadas ao longo do documento consideram participações atuais aplicadas à base histórica. ¹ Considera o preço de fechamento da ação em 30 de abril de 2024, último dia antes da data ex-dividendos.



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O início de 2024 reforçou nossa perspectiva positiva para o ano. Nesse primeiro trimestre, a Companhia seguiu entregando fortes resultados, com boas vendas de nossos lojistas, demanda forte por novas áreas e espaços para lazer, entretenimento e serviços, além de um ótimo fluxo de consumidores refletido no crescimento de receita de estacionamento e uma performance excepcional do nosso negócio de mídia e de Loyalty. A demanda por espaços em nossos shoppings se manteve tão aquecida que encerramos o trimestre com a mesma taxa de ocupação que tínhamos no 4T23, de 96,3%. Isso é um número muito expressivo considerando a sazonalidade natural entre o quarto trimestre e primeiro trimestre, por conta do Natal. No primeiro trimestre do ano, foram assinados um total de 150 novos contratos, equivalente a 21 mil m² de ABL.

Em relação ao nosso desempenho operacional, atingimos R\$9 bilhões em vendas, o que equivale a um crescimento proforma de 8,3%, versus o 1T23. O SSS do período foi de 6,1%, e a sua diferença para a performance de vendas totais evidencia o sucesso do nosso relacionamento comercial e da extração de sinergias. O desempenho das novas lojas, que apresentaram crescimento de 30,9% no 1T24 versus o 1T23, contribuiu positivamente para o desempenho total do portfólio.

No 1T24, a receita líquida foi de R\$616 milhões, um crescimento de 6,5%, em relação ao 1T23, impulsionado pelos aumentos de 49% em mídia, como comentado a seguir, e de 21% em estacionamento. Neste primeiro trimestre, com todos os shoppings do portfólio operados pela Helloo, atingimos um faturamento de mídia de R\$33 milhões, R\$11 milhões maior que no 1T23. Como percentual da receita total da Companhia, as receitas de mídia avançaram 140 bps na comparação do 1T24 com o 1T23, atingindo 5,0%. Estamos muito confiantes no grande potencial de crescimento da receita de mídia .

Estamos orgulhosos em anunciar que, no primeiro trimestre de 2024, a Helloo, ampliou a sua cobertura, e está presente em mais de 100 shoppings, e se tornou a maior plataforma de mídia em shoppings do Brasil, atingindo grandes anunciantes como Disney, Burguer King, Mc Donald's, Netflix, Estácio e Fast Shop. Além disso, lançamos a Helloo Live, uma agência de live marketing focada em desenvolver mais projetos especiais em shoppings e condomínios residenciais em todo o país.

No trimestre, a receita de locação foi beneficiada pela contínua melhoria de mix, crescimento de vendas e captura de sinergias, atingindo R\$468 milhões, o que representa um crescimento de 3,0% em relação ao 1T23. O SSR também teve crescimento expressivo de 4,2%, apesar do cenário de inflação negativa, demonstrando relevantes ganhos reais.

O EBITDA atingiu R\$447 milhões no 1T24, uma expansão de 6,7% em relação ao 1T23, com margem de 73%. O indicador foi beneficiado pela forte performance operacional e pelos avanços da linha de negócios de mídia. Equalizando o efeito da harmonização que impactou apenas o 4T23, o crescimento do EBITDA no 1T24 teria sido de 7,9%. O FFO somou R\$290 milhões, com margem de 47%, incrementos de 36,5% e 10 p.p. na comparação do 1T24 com o 1T23, respectivamente. Essa performance foi atingida graças a gestão muito bem-sucedida de nosso passivo, o que permitiu uma redução expressiva do nosso custo de dívida, uma outra sinergia evidente que esperávamos com a criação da ALLOS.

Vale destacar que, no 1T24, o FFO por ação cresceu 41% em relação ao 1T23, o que corresponde a 440 bps a mais que o crescimento do FFO no mesmo período, como consequência das recompras de ações realizadas desde o 4T23.

Quanto aos desinvestimentos recentes, que somaram mais de R\$1,8 bilhão, confirmamos que concluímos todas as transações anunciadas, e que o processo do São Luis Shopping está em andamento com previsão de conclusão nos próximos meses. Até o momento, R\$1,5 bilhão foram recebidos entre o 4T23 e maio de 2024. Além disso, o Conselho aprovou um plano de desinvestimentos que pode gerar vendas de ativos no valor de até R\$1 bilhão. Em linha com novo plano, anunciamos a venda integral de nossa participação no Top Shopping, na cidade de Nova Iguaçu, no estado do Rio de Janeiro, por R\$112 milhões.

Adicionalmente, anunciamos também a assinatura de um documento vinculante para aquisição de até 15% do Shopping Rio Sul. Essa aquisição foi estruturada de forma que, junto com investidores financeiros e estratégicos, passamos a deter 54% do Rio Sul. O Shopping será adicionado ao ecossistema da ALLOS, com potencial de alavancar o desempenho do ativo por meio de sua administração. É importante destacar que o Rio Sul é considerado um dos melhores shoppings do Brasil e, em termos de vendas, seria o terceiro maior do ecossistema ALLOS, e seria o quarto maior NOI da Companhia. Com essas transações, seguimos a estratégia de ter um ecossistema cada dia mais forte no ponto de vista de relevância para consumidores, lojistas e parceiros de negócio.

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

Também em abril, foi aprovada pela AGOE nossa proposta de distribuição de dividendos no montante de R\$612 milhões, 116% acima do distribuído no ano anterior. A proposta, considerou 50% do FFO alcançado no ano de 2023, conforme guidance divulgado em abril de 2023.

Além da distribuição de dividendos, realizamos investimentos no montante de R\$526 milhões em recompra de ações desde outubro de 2023. O total retornado aos acionistas é de R\$1,1 bilhão e representa um *total cash return* de 10,0%, considerando o valor de mercado da companhia em 30 de abril de 2024, último dia antes da data ex-dividendos.

Em maio de 2024 o Conselho aprovou um novo programa de recompra de ações. Com isso, seguiremos aproveitando as condições de mercado para investir na aquisição ações da ALLOS, reforçando a bem-sucedida estratégia de alocação de capital. O programa é de até 3,9% do capital da Companhia e visa aumentar o retorno por ação, reafirmando nosso compromisso em gerar valor para os acionistas.

Para o próximo ano, divulgamos nosso novo *guidance* de remuneração aos acionistas, correspondente a, no mínimo, 50% do FFO de 2024, podendo ser realizado tanto via recompra de ações quanto via dividendos.



PRINCIPAIS INDICADORES

RESULTADO 1T24

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

Principais Indicadores	1T24	1T23 Proforma	1T24 / 1T23 Δ% Proforma
Informações gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)			
Desempenho Financeiro			
Receita Líquida	622.474	572.651	8,7%
NOI	555.072	510.119	8,8%
Margem %	92,8%	92,6%	13 bps
EBITDA Ajustado	453.329	413.066	9,7%
Margem %	72,8%	72,1%	70 bps
Lucro Líquido	91.065	2.951.772	n/a
Margem %	14,6%	n/a	n/a
FFO	289.683	212.148	36,5%
Margem %	47,0%	36,6%	1035 bps
FFO por ação	0,53	0,38	41,0%
Desempenho Financeiro Ex-Ajuste aluguel linear			
Receita Líquida	616.395	578.946	6,5%
NOI	548.993	516.414	6,3%
Margem %	92,7%	92,7%	-3 bps
EBITDA Ajustado	447.251	419.361	6,7%
Margem %	72,6%	72,4%	12 bps
Lucro Líquido	84.987	2.958.067	n/a
Margem %	13,8%	n/a	n/a
FFO	289.683	212.148	36,5%
Margem %	47,0%	36,6%	1035 bps
FFO por ação	0,53	0,38	41,0%
Total de ações ex-ações em tesouraria	545.938.762	563.649.829	-3,1%
Total de ações	573.936.909	573.936.909	0,0%
(-) Total de ações em tesouraria	(27.998.147)	(10.287.080)	172,2%

Principais Indicadores	1T24	1T23	1T24/1T23 Δ%
Informações gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)			
Desempenho Operacional			
Vendas Totais @ 100% (R\$ mil)	9.004.130	8.311.766	8,3%
Vendas Totais @ share (R\$ mil)	5.926.493	5.767.789	2,8%
Vendas Totais @ Proforma (R\$ mil)	5.926.493	5.480.693	8,1%
Vendas/m² @ Proforma (R\$)	1.708	1.578	8,2%
SSS (% vendas mesmas lojas)	6,1%	12,8%	n/a
SSR (% aluguel mesmas lojas)	4,2%	8,5%	-427 bps
Custo de Ocupação (% vendas)	11,1%	11,5%	-42 bps
Inadimplência Líquida (% receita)	3,6%	4,7%	-110 bps
Taxa de Ocupação (%)	96,3%	97,0%	-74 bps
ABL Total Final (m²)	2.113	2.222	-4,9%
ABL Própria Final (m²)	1.329	1.426	-6,8%

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



DESEMPENHO FINANCEIRO

RECEITAS

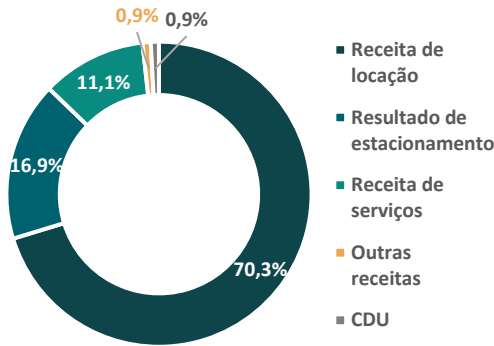
No primeiro trimestre de 2024, a ALLOS apresentou receita líquida de R\$616,4 milhões, crescendo 6,5% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Mídia foi destaque com crescimento de 49,0% YoY além do estacionamento, que segue trajetória ascendente avançando 21,2% YoY.

A receita de locação atingiu R\$468,3 milhões, um aumento de 3,0% versus o 1T23, mesmo a um cenário de inflação negativa no acumulado dos últimos 12 meses. A qualificação de mix, crescimento de vendas e o avanço das receitas de locação de mídia reforçam a capacidade da ALLOS de gerar sinergias de receita.

O resultado de estacionamento somou R\$112,5 milhões no 1T24, com significativa expansão de 21,2%, comparada ao mesmo trimestre de 2023. O crescimento pode ser explicado principalmente devido aos reajustes de tarifas ocorridos ao longo de 2023, adequações no programa de relacionamento substituindo isenções concedidas como recompensas, por produtos oferecidos pelos próprios lojistas, além do aumento no fluxo de pagantes.

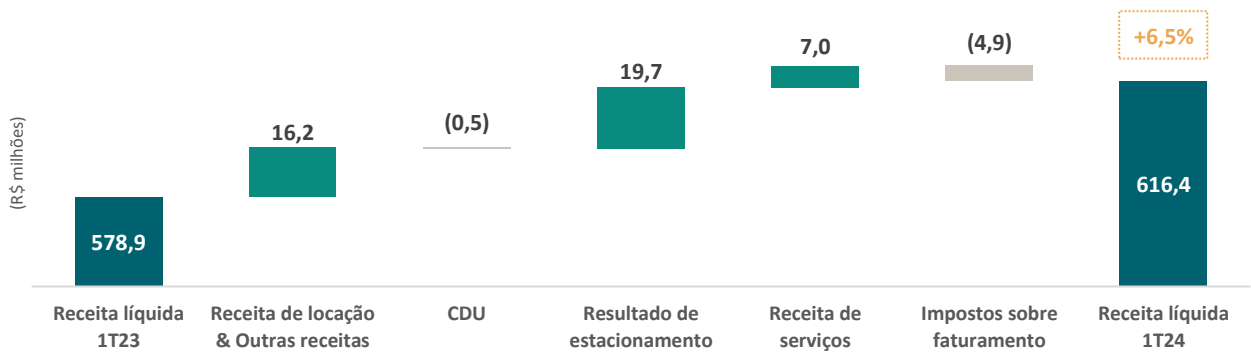
No 1T24, a receita de serviços foi de R\$73,8 milhões, um aumento de 10,5% em relação à base do ano anterior. Impulsionada pelo aumento de 72,3% dos serviços de mídia.

Composição da Receita Líquida



Receitas por Natureza	1T24	1T23	1T24 / 1T23 Δ%	1T23 Proforma	1T24 / 1T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	468.257	477.639	-2,0%	454.485	3,0%
CDU	5.756	6.400	-10,1%	6.251	-7,9%
Resultado de estacionamento	112.513	98.192	14,6%	92.842	21,2%
Outras receitas¹	5.782	3.328	73,7%	3.388	70,7%
Receita de serviços	73.834	66.831	10,5%	66.831	10,5%
Ajuste aluguel linear	6.079	(7.223)	n/a	(6.295)	n/a
Impostos sobre faturamento	(49.747)	(44.853)	10,9%	(44.853)	10,9%
Receita Líquida	622.474	600.315	3,7%	572.651	8,7%
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	616.395	607.538	1,5%	578.946	6,5%

Evolução da Receita Líquida



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



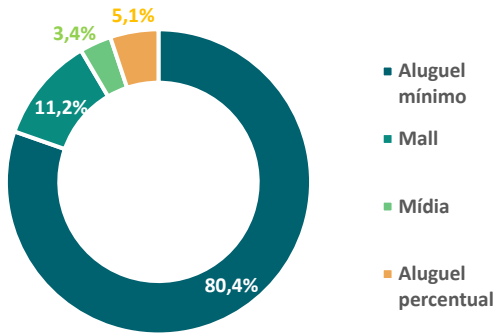
RECEITA DE LOCAÇÃO

A receita de locação atingiu R\$468,3 milhões, um aumento de 3,0% versus o 1T23, beneficiada por contínua qualificação de mix, crescimento de vendas e o avanço das receitas com mall e mídia.

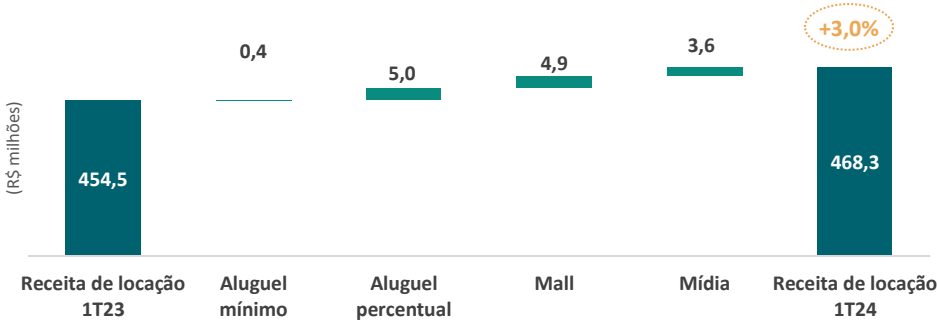
No 1T24, a receita de aluguel mínimo totalizou R\$376,3 milhões. O aluguel percentual, por sua vez, somou R\$24,0 milhões, um crescimento de 26,1% em comparação ao mesmo período do ano anterior, em função do bom desempenho em vendas no trimestre. O indicador de aluguel mesmas lojas (SSR), líquido de descontos, apresentou crescimento de 4,2%, em comparação ao 1T23.

As linhas de Mall & Mídia foram destaques de crescimento. As receitas com Mall atingiram R\$52,3 milhões e as receitas com locação de Mídia foram de R\$15,7 milhões no 1T24, avanços de 10,2% e 29,6% versus 1T23, respectivamente. Até o fim de 2023, todas as operações de mídia da Companhia, já eram desempenhadas pela subsidiária Helloo, fator que impulsionou essa linha de negócios. Maiores detalhes serão abordados mais a frente, na seção de Mídia.

Composição da Receita de Locação



Evolução da Receita de Locação



NOI

No 1T24, o NOI da ALLOS totalizou R\$549,0 milhões, com margem de 92,7%, já considerando o efeito de provisão de devedores duvidosos (PDD). O indicador apresentou crescimento de 6,3% versus o mesmo período do ano anterior, reflexo da performance de alugueis e estacionamento, além da captura de sinergias em custos operacionais, que se mantiveram estáveis no 1T24 em relação ao 1T23. O aumento de 37 bps YOY, em margem NOI, também é reflexo do processo bem sucedido de desinvestimentos que a Companhia vem conduzindo.

NOI	1T24	1T23	1T24 / 1T23 Δ%	1T23 Proforma	1T24 / 1T23 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita de locação	468.257	477.639	-2,0%	454.485	3,0%
Ajuste aluguel linear	6.079	(7.223)	n/a	(6.295)	n/a
CDU	5.756	6.400	-10,1%	6.251	-7,9%
Outras receitas	5.782	3.328	73,7%	3.388	70,7%
Resultado de estacionamento	112.513	98.192	14,6%	92.842	21,2%
Resultado Operacional	598.386	578.336	3,5%	550.672	8,7%
(-) Custos operacionais dos shoppings	(30.261)	(33.446)	-9,5%	(30.177)	0,3%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(13.053)	(11.562)	12,9%	(10.376)	25,8%
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	548.993	540.551	1,6%	516.414	6,3%
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	92,7%	92,3%	37 bps	92,7%	-3 bps



EBITDA AJUSTADO

No primeiro trimestre de 2024, o EBITDA alcançou R\$447,3 milhões, com margem de 72,6%. O indicador apresentou crescimento 6,7% e um avanço em margem de 12 bps em relação ao mesmo período do ano anterior. Além da performance operacional, o avanço de 49,0% em receitas de mídia no 1T24 em relação ao mesmo período de 2023, impulsionaram a performance do indicador. Considerando a equalização trimestral do efeito da harmonização da remuneração dos colaboradores da ALLOS, ocorrida no 4T23, o EBITDA apresenta crescimento de 7,9% em relação ao 1T23 harmonizado.

As Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) foram de R\$109,6 milhões no 1T24, um aumento de 6,0% versus o 1T23. Considerando a equalização do efeito da harmonização mencionado acima, o crescimento da linha de SG&A seria de 1,1% no 1T24 versus o 1T23 harmonizado, uma queda de 2,8% em termos reais.

EBITDA	1T24	1T23	1T24 / 1T23 Δ%	1T23 Proforma	1T24 / 1T23 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	548.993	540.551	1,6%	516.414	6,3%
(-) Impostos sobre faturamento	(49.747)	(44.853)	10,9%	(44.853)	10,9%
(+) Receita líquida de serviços	57.236	52.032	10,0%	52.032	10,0%
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	340	(894)	n/a	(894)	n/a
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(109.572)	(103.338)	6,0%	(103.338)	6,0%
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	447.251	443.498	0,8%	419.361	6,7%
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	72,6%	73,0%	-44 bps	72,4%	12 bps
(=) EBITDA Ajustado (SG&A 2023 Harmonizado)	447.251	438.500	2,0%	414.362	7,9%
Margem EBITDA Ajustado (SG&A Harmonizado)	72,6%	72,2%	38 bps	71,6%	99 bps

RECEITAS E DESPESAS NÃO-RECORRENTES

No 1T24, a linha de “Outras receitas/despesas operacionais” foi negativa em R\$57,1 milhões. O resultado pode ser explicado, majoritariamente, por:

- i. Plano de alinhamento e retenção de longo prazo em função da combinação de negócios para diretores executivos que não tiveram aceleração dos programas de Incentivo de longo prazo. O programa que foi outorgado em 8 de dezembro de 2023, engloba 0,5% das ações emitidas pela ALLOS, possui 9 anos de duração, dividido em 7 tranches, sendo 15% nos 6 primeiros anos e 10% no último ano. Com exceção da primeira, cada tranche possui 2 anos de lock-up além do vesting. Este programa gera uma despesa não caixa e utilizou as ações referentes ao programa de recompra de ações anterior ao programa em aberto. Caso o executivo deixe a Companhia durante esse período, as ações não vestidas serão devolvidas.
- ii. Efeito líquido, não caixa, na alienação de ativos
- iii. Constituição de provisão para contingências
- iv. Efeito não caixa do impairment reconhecido na venda do Top Shopping, em função da diferença entre o valor justo registrado na combinação de negócios, e o valor de venda do ativo.

Outras Receitas/(Despesas) Operacionais	1T24
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais)	
Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	340
Outras receitas/(despesas) operacionais não recorrentes	(57.470)
Plano de alinhamento e retenção de longo prazo	(8.385)
Efeito líquido na alienação de ativos	(9.506)
Provisão (reversão) contingências	(1.813)
Impairment Top Shopping	(36.750)
Outros resultados não recorrentes	(1.016)
Outras receitas/(despesas) operacionais	(57.130)

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



RESULTADO FINANCEIRO

No 1T24, as receitas financeiras da ALLOS somaram R\$77,1 milhões, um aumento de 11,3% em relação ao mesmo período no ano anterior, devido a um maior saldo médio de caixa. Já as despesas financeiras totalizaram R\$176,5 milhões no 1T24, uma redução de 20,6% em comparação ao 1T23. Esse resultado deriva majoritariamente da redução na taxa CDI, além das ações de gestão de passivos.

Resultado Financeiro	1T24	1T23	1T24 / 1T23 Δ%	1T23 Proforma	1T24 / 1T23 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receitas Financeiras	77.119	69.298	11,3%	69.298	11,3%
Receita Financeira	83.371	74.789	11,5%	74.789	11,5%
PIS & Cofins sobre receita financeira	(6.253)	(5.490)	13,9%	(5.490)	13,9%
Despesas Financeiras	(176.437)	(222.284)	-20,6%	(222.284)	-20,6%
Despesas com Juros & Variação Monetária	(159.759)	(199.909)	-20,1%	(199.909)	-20,1%
Custo de Estruturação	(5.522)	(5.026)	9,9%	(5.026)	9,9%
Outras Despesas Financeiras	(11.156)	(17.349)	-35,7%	(17.349)	-35,7%
SWAP (Valor Justo)	(10.344)	12.270	n/a	12.270	n/a
Resultado Financeiro Recorrente	(109.662)	(140.715)	-22,1%	(140.715)	-22,1%
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	436	(5.353)	n/a	(5.353)	n/a
Resultado Financeiro	(109.226)	(146.068)	-25,2%	(146.068)	-25,2%

FFO

No 1T24, o FFO atingiu R\$289,7 milhões, superando em 36,5% o mesmo período no ano anterior. A margem FFO alcançou 47,0% no primeiro trimestre de 2024, 10,3 p.p. maior que no mesmo período de 2023. A variação positiva do indicador é reflexo do desempenho operacional, do menor resultado financeiro em função, principalmente, da redução na taxa CDI no 1T24 em relação ao 1T23, ações de gestão de passivos e um maior saldo médio de caixa.

Vale destacar, que no 1T24 o FFO por ação cresceu 41,0%, 440 bps maior que o crescimento do FFO no período, beneficiado pelas recompras de ações ocorridas desde o 4T23, que reforçam o compromisso da ALLOS em retornar capital ao acionista.

Funds from Operations - FFO	1T24	1T23	1T24 / 1T23 Δ%	1T23 Proforma	1T24 / 1T23 Δ% Proforma
<i>Informações Financeiras Gerenciais</i> (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
EBITDA Ajustado	453.329	436.276	3,9%	413.066	9,7%
(+) Receitas financeiras	77.119	69.298	11,3%	69.298	11,3%
(-) Despesas financeiras	(176.437)	(222.284)	-20,6%	(222.284)	-20,6%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(58.250)	(54.227)	7,4%	(54.227)	7,4%
(+) Ajuste aluguel linear	(6.079)	7.223	n/a	6.295	n/a
(=) FFO	289.683	236.285	22,6%	212.148	36,5%
Margem FFO %	47,0%	38,9%	810 bps	36,6%	1035 bps
FFO por ação	0,53	0,42	26,6%	0,38	41,0%

DESTAQUES

mensagem da administração

principais indicadores

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

ENDIVIDAMENTO E ESTRATÉGIA DE CAPITAL

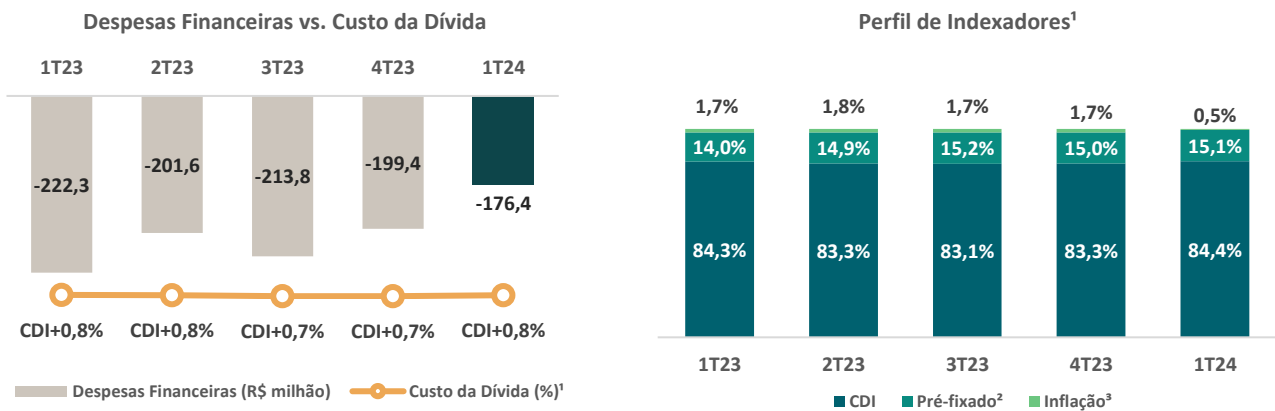
O custo médio da dívida da ALLOS foi de 13,3% no 1T24 (versus 13,9% no 4T23), o que equivale à taxa de CDI + 0,8%. O patamar alcançado decorre das ações de gestão de passivos realizadas nos últimos trimestres. No 1T24, a relação Dívida Líquida / EBITDA da Companhia foi de 1,8x.

Composição da Dívida	Curto Prazo	Longo Prazo	Endividamento Total
Informações Financeiras Gerenciais (Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI e debêntures	1.446.669	4.080.410	5.527.078
Obrigação para compra de ativos	420.756	10.627	431.384
Instrumentos financeiros derivativos	-	57.558	57.558
Dívida Bruta	1.867.426	4.148.594	6.016.020
Caixa e aplicações financeiras	(2.303.263)	(186.226)	(2.489.489)
Dívida Líquida	(435.837)	3.962.368	3.526.531

Em abril de 2024 foi concluída com sucesso a 1ª Emissão de Debêntures da ALLOS, captando R\$ 1,2 bilhão. O resultado reforça a confiança do mercado na estratégia de negócios e solidez financeira da Companhia. Houve excesso de demanda e a opção de lote adicional foi exercida, o que viabilizou a redução do custo esperado da dívida para CDI + 0,52% a.a, evidenciando a percepção mercado de baixo risco e a força da marca ALLOS. Vale destacar que a tabela acima não reflete ainda o efeito de tal captação, que alonga o perfil de dívida.

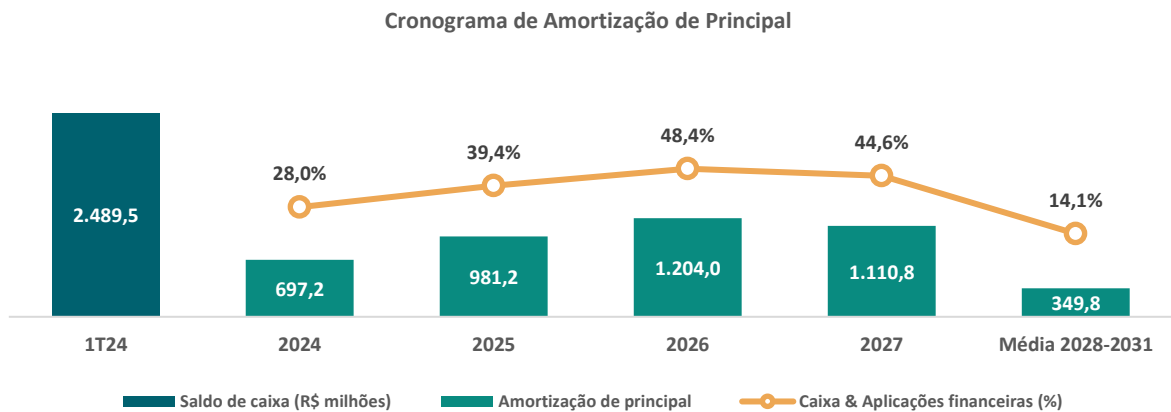
A exposição das dívidas da ALLOS atrelada ao índice CDI foi de 84,4%, em março de 2024.

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.





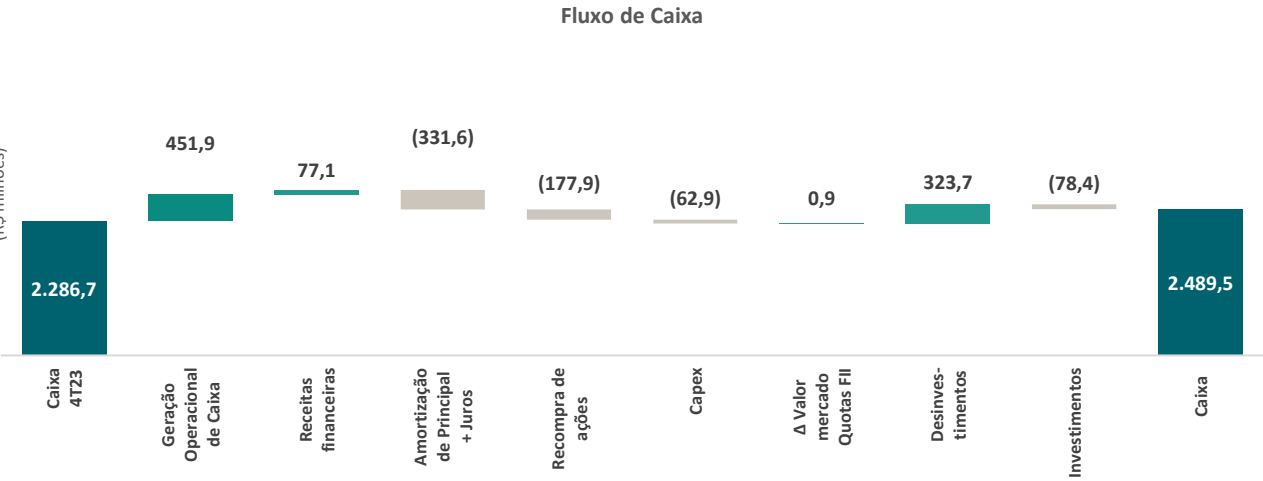
CAPEX

No primeiro trimestre de 2024, o Capex realizado da ALLOS foi de R\$62,9 milhões, investidos, principalmente, em manutenção, revitalização de seus shoppings e projetos de inovação e implementação e licenciamento de softwares.

Capex Realizado	1T24
Informações Financeiras Gerenciais	(Valores em milhares de reais)
Manutenção	17.916
Revitalização	19.318
Expansões & Terrenos	613
Imobilizado & Intangível	21.005
Outros	4.075
Total	62.926

FLUXO DE CAIXA

A ALLOS apresentou geração operacional de caixa de R\$451,9 milhões nos primeiros três meses de 2024. A variação do saldo de caixa pode ser explicada, em grande parte por: i) recebimentos pelos desinvestimentos; ii) pelas amortizações de principal e juros de financiamentos ; iii) recompra de ações ; iv) capex; e, (v) outras iniciativas alinhadas ao planejamento estratégico de longo-prazo da Companhia.



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

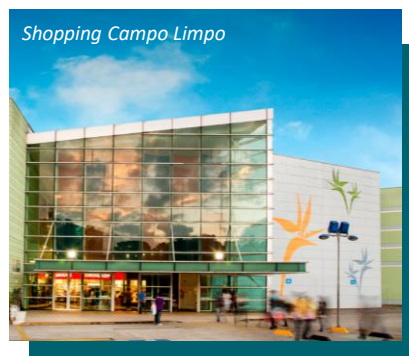
DESEMPENHO OPERACIONAL

DESEMPENHO DE VENDAS

No primeiro trimestre de 2024, a ALLOS consolidou R\$9,0 bilhões em vendas totais. O crescimento mesmas bases versus o 1T23 foi de 8,3%, impulsionadas pelas ações de renovação de mix, investimentos em revitalizações e redensolvimentos, além dos eventos promovidos nos shoppings da Companhia. As vendas /m² alcançaram R\$1.708, no 1T24, com variação positiva de 8,2% versus o 1T23.

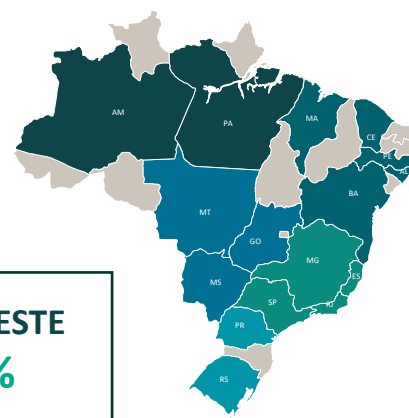
O indicador “vendas mesmas lojas” (SSS) por sua vez, reportou aumento de 6,1%, no 1T24. A diferença da performance de vendas totais e SSS corrobora a qualificação de mix no período. As novas lojas apresentaram expansão de 30,9% versus o 1T23, contribuindo positivamente para o desempenho total do portfólio.

No 1T24, os destaques de performance de vendas foram: Shopping Campo Limpo (+21,3%), Parque Shopping Belém (+20,9%), Parque Shopping Maceió (+19,9%) e Caxias Shopping (+15,5%).



DESEMPENHO POR REGIÃO¹

A ALLOS possui ampla capilaridade geográfica, com shoppings localizados em relevantes centros urbanos, distribuídos por 16 estados diferentes do Brasil. No primeiro trimestre de 2024, os shoppings localizados na região Sul novamente se destacaram, com crescimento de 9,3% em vendas totais, seguido da região Nordeste com crescimento de 8,7% em vendas totais, comparado ao mesmo período em 2023.

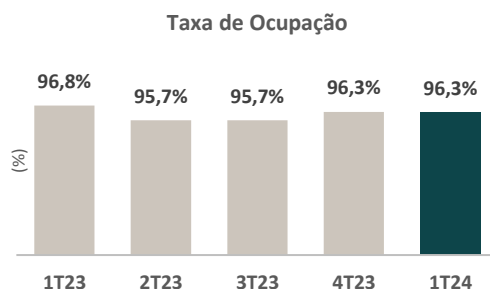


¹@100%

SUL	NORDESTE	SUDESTE	NORTE	CENTRO-OESTE
+ 9,3%	+ 8,7%	+ 8,6%	+ 7,6%	+ 5,9%

TAXA DE OCUPAÇÃO E ATIVIDADE COMERCIAL

Ao final do 1T24, a taxa de ocupação foi de 96,3%, se mantendo no mesmo patamar observado no 4T23, evidenciando a forte demanda comercial pelos espaços nos shoppings da ALLOS, neutralizando o *turnover* sazonal do primeiro trimestre.



No 1T24, um total de 150 contratos foram assinados nos shoppings próprios da Companhia, representando uma ABL adicionada de 21,0 mil m². Considerando os shoppings de terceiros administrados, 181 novas operações foram comercializadas, equivalentes à 24,0 mil m².

Entre os destaques de contratos recém-assinados estão: restaurante Gula Gula, no Shopping Leblon; Renner, no Shopping Metrôpole; Nagairo Sushi no Parque Dom Pedro e Lindt, no Shopping Del Rey.

Entre os destaques de inaugurações recentes estão: Decathlon no Shopping Tijuca; quatro lojas Vivara, sendo uma no Shopping Campo Limpo, uma no Shopping Piracicaba, uma Life no NorteShopping e uma Life no Independência Shopping; Loungerie, no NorteShopping; Kiko Milano no Parque Dom Pedro e, NBA Store, no Shopping Estação Cuiabá.



VIVARA
Shopping Campo Limpo



KIKO MILANO
Parque Dom Pedro



NBA STORE
Shopping Estação Cuiabá

RESSIGNIFICAÇÃO NO MIX DE LOJAS

A ALLOS aumentou a exposição do mix de lojas à segmentos que corroboram com a estratégia de ganho de *Share of Life*. Apenas neste trimestre, a ABL locada para estes segmentos estratégicos aumentou em mais de 10.000m², sendo +4.850m² de ABL locada para lojas de Conveniência & Serviços, +4.350m² de Restaurantes e +1.530m² de Lazer. Desta forma, 38% da ABL Locada está voltada para estas operações, impulsionando a estratégia de fidelizar cada vez mais o cliente, e fazendo com que ele passe cada vez mais tempo nos shoppings da ALLOS.



SMART FIT
Shopping Campo Limpo



CAMARADA CAMARÃO
Goiânia Shopping



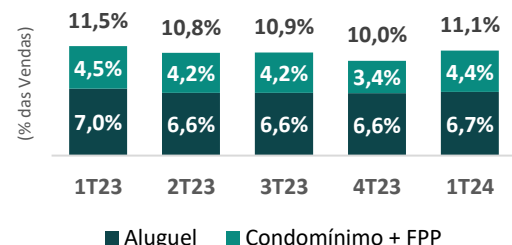
PATTIES BURGER
Shopping Tamboré

CUSTO DE OCUPAÇÃO

No 1T24, o custo de ocupação¹ foi de 11,1%, 40 bps abaixo do registrado no 1T23, em função do forte crescimento em vendas no trimestre. As despesas de aluguel representaram 6,7%, enquanto os encargos comuns e despesas com fundo de promoção (FPP) representaram 4,4% do custo total.

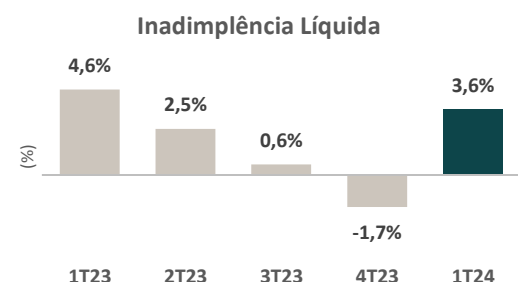
¹Considera apenas lojas que venderam durante o período.

Composição do Custo de Ocupação



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA

No primeiro trimestre de 2024, a inadimplência líquida foi de 3,6%, representando uma redução de 100 bps em relação ao mesmo período de 2023, reflexo da boa performance em vendas dos lojistas. Vale ressaltar a sazonalidade da inadimplência líquida, normalmente mais alta no primeiro trimestre de cada ano.





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.

RIO OPEN E WHEELCHAIR

A ALLOS acredita que o esporte tem a capacidade de encantar, impactar e transformar a vida das pessoas, por isso, tem orgulho em patrocinar, pela primeira vez, o maior torneio de tênis da América do Sul! A décima edição do Rio Open aconteceu no Jockey Club Brasileiro (RJ), com a participação de Carlos Alcaraz, o número 2 do mundo, Cameron Norrie, o atual campeão do torneio, e outros grandes tenistas que estão entre os melhores da ATP. Para celebrar os 10 anos do Rio Open, a ALLOS teve a honra de apresentar uma atração inédita no torneio: o Wheelchair Tennis Elite. Em fevereiro, o torneio internacional de tênis em cadeira de rodas reuniu atletas do Brasil, Japão e Grã-Bretanha, que fazem parte da elite mundial da modalidade. A estreia da ALLOS como patrocinadora desse torneio inspirador enche de orgulho e reforça o compromisso da companhia com a inclusão e a diversidade!



CAMPANHA DE DOAÇÃO VOLTA ÀS AULAS

Reconhecendo a educação como um instrumento fundamental para a transformação social e construção de um futuro melhor, a ALLOS realizou mais uma edição da campanha Volta Às Aulas, mobilizando seus visitantes e colaboradores à doação de materiais escolares para crianças em vulnerabilidade social. No início do ano, os corredores dos malls contaram com pontos para recolhimento das doações. Os colaboradores, por sua vez, puderam ajudar entregando suas doações nos escritórios dos shoppings.



EmpoderaEla

Os corredores dos shoppings da ALLOS foram palco de uma série de atividades direcionadas ao público feminino em março. Em comemoração ao Mês da Mulher, a companhia promoveu a sexta edição do projeto EmpoderaEla. A partir do conceito “Conectadas somos mais fortes”, a campanha deste ano – assim como em 2023 – teve como foco o empreendedorismo feminino. O objetivo da ação foi promover a conexão de clientes, parceiras e lojistas mulheres, ampliando as discussões, a visibilidade de produtos, serviços e a oportunidade de geração de negócios. Para isso, alguns shoppings da ALLOS contaram com Pop-up stores colaborativas, montadas para a campanha e destinadas ao desenvolvimento de produtos e serviços de empreendedoras locais.

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



TRANSFORMAÇÃO FIGITAL

Programa de Benefícios

A **ALLOS** tem o compromisso de proporcionar experiências únicas aos consumidores. Para isso, a **ALLOSTECH**, investe em iniciativas para estreitar cada vez mais o relacionamento com os consumidores e oferecer uma jornada ainda mais encantadora. No 1T24, o aplicativo, ponto de contato direto com o cliente, apresentou crescimento de 24% no total de membros em comparação ao mesmo período do ano anterior, atingindo a marca de aproximadamente 2 milhões de usuário de aplicativos, sendo 1 milhão de membros ativos nos programas de *loyalty*.

Através dos aplicativos dos shoppings, os consumidores já dispõem de diversos benefícios, informações sobre o shopping e suas lojas e serviços, promoções, compra de ingressos de cinema e eventos, pagamento de estacionamento, entre outros. Visando aumentar a atratividade e aprimorar a experiência de consumidores e lojistas novas atualizações serão lançadas em breve, trazendo novas funcionalidades como reserva de mesas, eventos, cardápios digitais, gestão de filas em restaurantes, mapas em tempo real e gamificação.

Novas funcionalidades:



Reserva de mesa em Restaurantes



Gestão de filas em Restaurantes



Cardápio Digital



Mapa Indoor

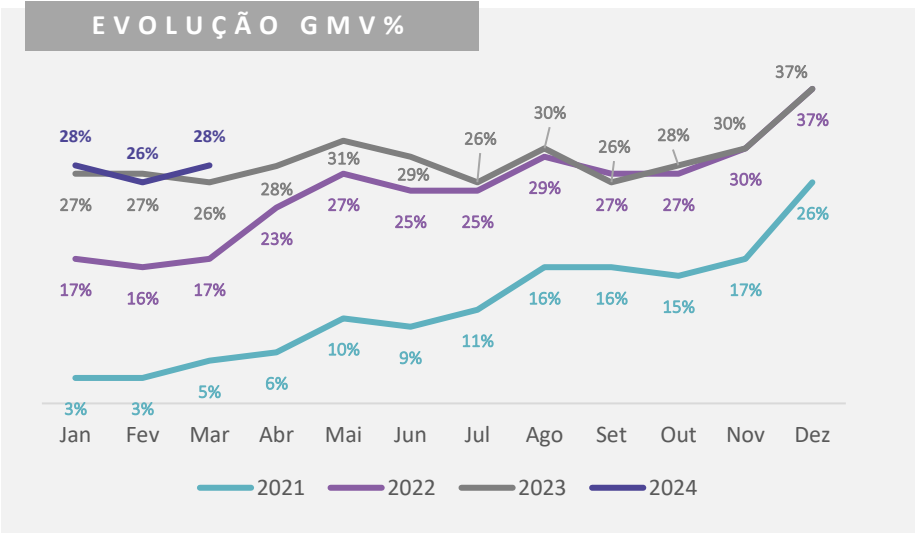


Reserva/Compra eventos do Shopping



Gamificação

Disponibilizado dentro do aplicativo dos shoppings, o programa de benefícios, canal destinado a conhecer profundamente o consumidor e influenciar positivamente, tem seu uso cada vez mais dissipado e recorrente. Os resultados falam por si só, 1 a cada 3 vendas realizadas nos shoppings já são reconhecidas, o que resultou no crescimento do GMV (Gross Merchandise Value) total capturado com o Programa de Benefícios de 15% em comparação ao primeiro trimestre do ano anterior. Além disso, a penetração das vendas realizadas nos shoppings com o Programa cresceu +2p.p. vs mesmo período em 2023.



Estes excelentes resultados mostram como a estratégia da **ALLOSTECH** de estreitar o relacionamento com o consumidor e potencializar as vendas é eficiente. No 1T24 80% do GMV (Gross Merchandise Value) capturado foi proveniente de membros ativos nos últimos 180 dias, crescimento de 13% quando comparado com o mesmo período do ano anterior. Além de transformar os conhecimentos adquiridos sobre a jornada de compras, os hábitos e preferências em uma plataforma muito valiosa também para lojistas e anunciantes.

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO FIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Percepção de valor para anunciantes

Vale destacar a importância de disponibilizar aplicativos e programas de *loyalty* robustos. Os dados capturados sobre os comportamentos e hábitos dos clientes, são ferramentas poderosas de monetização desses aplicativos e programas de *loyalty* através do negócio de mídia. A Helloo, com isso, passa a ofertar audiência e não mais simplesmente espaços publicitários, produto com uma percepção de valor muito maior para os anunciantes. Os resultados já podem ser evidenciados no crescimento de 49,0% das receitas de mídia no 1T24, em relação ao 1T23.

Percepção de valor para o consumidor e lojista

Acompanhando a crescente dos resultados, o consumidor no último semestre pôde usufruir de mais benefícios oferecidos pelo Programa. No total foram mais de 900 mil benefícios utilizados e mais de 1.800 disponíveis nos aplicativos dos shoppings, superando em 14% o mesmo período do ano anterior. Além disso, o total de benefícios utilizados ofertados pelos lojistas também apresentou um incrível crescimento de 88% em comparação com o mesmo período.

O trabalho de engajamento do lojista também apresentou ótimos resultados, somando aproximadamente 400 lojas com benefícios ativos em nosso programa de forma recorrente, mostrando como o lojista tem apostado no Programa como uma valiosa ferramenta de marketing e incremento de vendas. O fortalecimento da relação entre a ALLOSTECH e os lojistas, realça o propósito de proporcionar experiências envolventes aos consumidores, resultando em histórias de sucesso e crescimento significativo nas vendas para as lojas.

Exemplificando os bons resultados, a parceria com o lojista Biscoitê se destacou como case de sucesso: foram 5.000 benefícios utilizados, gerando um incremento de 7% nas vendas dos seis shoppings em que o benefício de compre e ganhe esteve ativo. Além disso, no primeiro mês da parceria com o lojista Lindt já teve excelentes resultados, mais de 3.200 benefícios utilizados nos shoppings que está disponível.

Expansão do Programa de Loyalty

Todos os resultados reforçam a estratégia de difusão do Programa. No final do primeiro trimestre, foi celebrado o lançamento bem-sucedido do Programa de *Loyalty* no Shopping Leblon.

O programa já nasceu com a participação de 20% dos lojistas do shopping. A adesão expressiva demonstra a confiança e o engajamento com o novo Programa, enquanto os membros estão demonstrando interesse e participando ativamente, impulsionados pelos benefícios exclusivos oferecidos aqueles que enviarem suas notas fiscais. Além disso, o GMV (Gross Merchandise Value) capturado no primeiro mês do Programa é 60% maior do que o capturado no mesmo período do ano anterior, quando era adotado o formato MVP (Minimum Viable Product).

Seguindo o propósito de conectar pessoas, negócios e sociedade, servindo e encantando todos os dias, no segundo semestre lançaremos o programa em mais dois shoppings da companhia e no primeiro trimestre do próximo ano, todos os shoppings ALLOS contarão com seu próprio Aplicativo do shopping com Programa de *Loyalty*.





MÍDIA

ENTREGA FULL SERVICE EM TODAS AS REGIÕES

No primeiro trimestre de 2024, a Helloo, empresa de mídia do grupo ALLOS, ampliou a sua cobertura para mais de 100 shoppings e se tornou a maior plataforma de mídia em shoppings do Brasil, atingindo grandes anunciantes como Disney, Burger King, Mc Donald's, Netflix, Estácio e Fast Shop.

Em fevereiro de 2024, a Helloo anunciou para o mercado publicitário a criação da Helloo Live, uma agência de live marketing focada em projetos especiais em shoppings em todo Brasil. A helloo Live nasce alinhada à missão da ALLOS de tornar a experiência do consumidor nos shoppings encantadora, se integrando às marcas de uma maneira ainda mais significativa.

A iniciativa foi lançada com foco em potencializar essa linha de receita, já que a Helloo é hoje a única empresa capaz de oferecer ações de experiências para as marcas em shoppings.

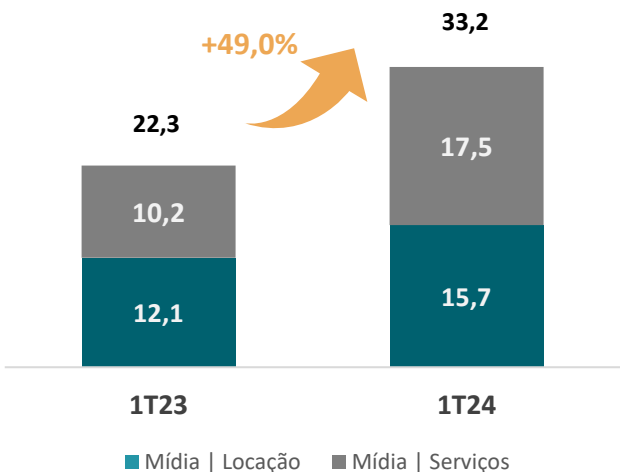
O objetivo da Helloo é promover uma entrega *full service*, unindo a expertise em distribuição de mídia OOH, com anos de experiência em desenvolvimento de projetos especiais em shoppings, trabalhando desde a concepção, planejamento, entrega e análise de resultados das campanhas.



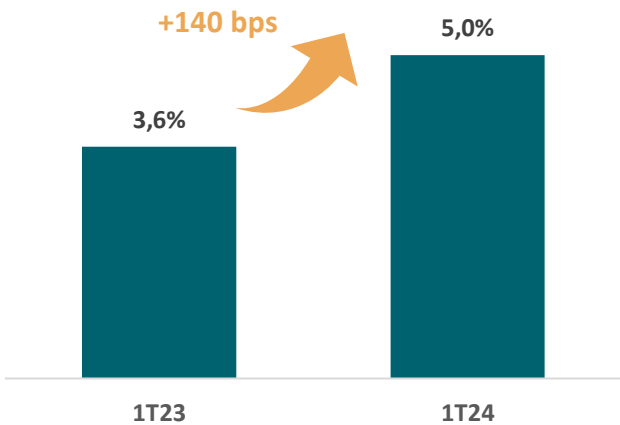
EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO DE MÍDIA

Ao longo de 2023, todo o portfólio da ALLOS passou a ser comercializado pela Helloo, fato que impulsionou o faturamento da linha de negócios de mídia na Companhia. No 1T24 a Companhia registrou faturamento de R\$33,2 milhões, 49,0% de crescimento em relação ao mesmo período de 2023. Como percentual da receita bruta, as receitas de mídia avançaram 140 bps na comparação do 1T24 com o 1T23, demonstrando o grande potencial dessa linha de negócios e a captura acelerada de sinergias da combinação de negócios.

Faturamento de Mídia



Mídia como % da receita bruta



DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MÍDIA

M&A

ANEXOS



M&A

OPERAÇÕES DE M&A RECENTES

Seguem abaixo os dados das transações com as respectivas atualizações do trimestre:

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

AQUISIÇÃO DE ATÉ 15% DO SHOPPING RIO SUL E DESINVESTIMENTO DO TOPSHOPPING

No dia 02 de maio de 2024, foi celebrado o Contrato de Compra e Venda para desinvestimento da totalidade de sua participação de 50% no Top Shopping, na cidade de Nova Iguaçu, no estado do Rio de Janeiro. O valor total da operação é de R\$111,5 milhões, correspondente ao cap rate de 9,3% baseado no NOI estimado do shopping para o ano de 2024. Do montante total de desinvestimento, R\$ 40,0 milhões foram recebidos à vista e o saldo será recebido em parcelas mensais.

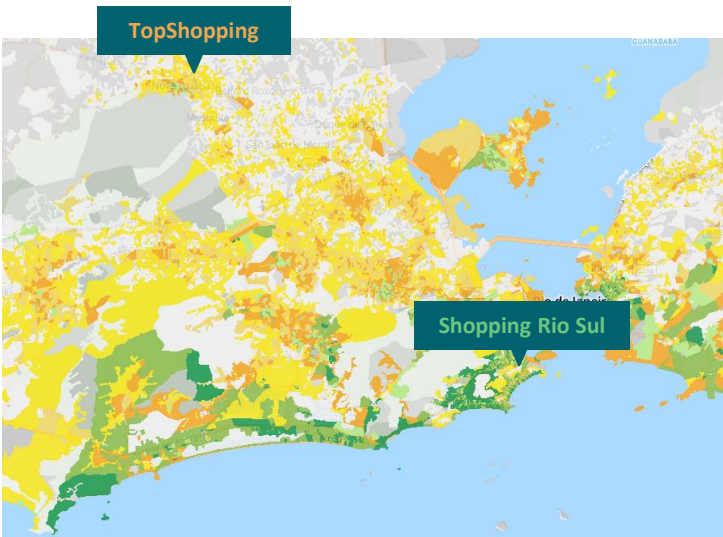
A operação do Top Shopping soma aos desinvestimentos anunciados em 2023, que totalizaram R\$1,8 bilhões a um cap rate médio de 8,2%, considerando o benefício fiscal, dos quais já foram recebidos R\$1,5 bilhões até a data deste relatório.

A ALLOS, em conjunto com investidores financeiros e estratégicos, assinou um documento vinculante para adquirir 54% da participação indiretamente detida pelo FIP Retail no Shopping Rio Sul sendo que a parte atribuída à ALLOS será de até 15% do ativo.

Se consumada a transação, o Shopping Rio Sul será adicionado ao ecossistema da ALLOS, com potencial de alavancar o desempenho do ativo por meio de sua administração, além de fortalecer o posicionamento estratégico da Companhia e aumentar o retorno sobre esse investimento.

O Shopping Rio Sul está localizado na região mais valorizada do Rio de Janeiro, o segundo maior mercado de varejo do país, e é considerado um dos *trophy assets* do Brasil. Em termos de vendas, o Rio Sul seria o terceiro maior shopping no qual a Companhia tem participação e, em termos de NOI, o quarto maior, fortalecendo a posição competitiva da ALLOS.

A consumação da transação está condicionada ao cumprimento de determinadas condições precedentes, tais como a aprovação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE (conforme o caso), a celebração de todos os documentos da operação e a obtenção de anuência ou renúncia do direito de preferência dos sócios.



Renda Média Mais baixa Mais alta

PORTFÓLIO

Shoppings Próprios	Estado	Participação	ABL Total (m²)	ABL Própria (m²)	Taxa de Ocupação	Prestação de Serviços
Amazonas Shopping	AM	28,0%	38.353	10.754	95,9%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50,0%	21.758	10.879	97,7%	-
Bangu Shopping	RJ	100,0%	58.335	58.335	94,0%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80,0%	39.428	31.538	97,2%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70,0%	41.666	29.166	98,7%	A / C / CSC
Carioca Shopping	RJ	100,0%	34.090	34.090	90,7%	A / C / CSC
Catuai Shopping Londrina	PR	93,0%	57.420	53.401	98,3%	A / C / CSC
Catuai Shopping Maringá	PR	100,0%	33.571	33.571	94,1%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65,0%	28.182	18.318	97,7%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21,0%	56.917	11.953	97,5%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60,0%	37.527	22.516	94,2%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76,9%	18.725	14.405	97,2%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48,8%	28.351	13.847	97,3%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83,4%	23.653	19.736	98,0%	A / C / CSC
Jardim Sul	SP	60,0%	28.739	17.243	96,2%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100,0%	47.146	47.146	99,2%	A / C / CSC
Mooça Plaza Shopping	SP	60,0%	42.070	25.242	99,0%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72,5%	71.187	51.611	96,7%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro Shopping	SP	51,3%	126.382	64.859	98,2%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51,0%	33.978	17.329	98,7%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	39.891	19.946	98,3%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90,0%	74.432	66.989	93,9%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100,0%	44.558	44.558	98,4%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	60,0%	23.978	14.387	95,9%	A / C / CSC
Rio Anil	MA	50,0%	39.519	19.760	96,1%	A / C
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60,0%	42.901	25.741	93,8%	A / C / CSC
São Luís Shopping	MA	15,0%	55.167	8.275	71,8%	-
Shopping ABC	SP	1,3%	48.079	611	89,5%	-
Shopping Campo Grande	MS	70,9%	40.243	28.532	96,2%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20,0%	30.009	6.002	98,0%	A / C / CSC
Shopping Curitiba	PR	49,0%	22.525	11.037	91,2%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71,5%	70.758	50.585	97,0%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80,0%	38.199	30.559	97,9%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75,0%	48.312	36.234	94,9%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50,0%	43.084	21.542	97,0%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51,0%	28.320	14.443	98,2%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100,0%	18.729	18.729	87,8%	A / C / CSC
Shopping Metrópole	SP	100,0%	28.907	28.907	95,4%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40,0%	32.657	13.063	95,5%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75,3%	45.001	33.899	97,9%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30,8%	80.180	24.719	98,4%	C
Shopping Taboão	SP	92,0%	37.078	34.112	97,3%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100,0%	48.481	48.481	98,3%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	100,0%	35.574	35.574	97,5%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50,0%	71.105	35.553	97,4%	A / C / CSC
Shopping Villagio Caxias do Sul	RS	71,0%	29.662	21.060	96,6%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63,4%	28.260	17.917	97,1%	A / C / CSC
Top Shopping	RJ	50,0%	31.664	15.832	75,4%	-
Via Parque Shopping	RJ	9,2%	56.510	5.196	90,5%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	90,0%	11.809	10.628	100,0%	N/A
Total Portfólio		62,9%	2.113.070	1.328.809	96,3%	

DESTAQUES

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃOPRINCIPAIS
INDICADORESDESEMPENHO
FINANCEIRODESEMPENHO
OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

MÍDIA

ANEXOS

ANEXOS

PROJETOS DE EXPANSÃO, REVITALIZAÇÃO E REDESENVOLVIMENTO

**Expansão:****+5 '000 m²**

Em desenvolvimento de projetos

**PARQUE
SHOPPING
MACEIÓ****GOIÂNIA
SHOPPING****Revitalização:**

Em construção

**SHOPPING
DEL REY****Revitalização:**

Em construção

**CENTER
UBERLÂNDIA**

EXPANSÃO



REVITALIZAÇÃO



REDESENVOLVIMENTO



Revitalização:

1ª fase: Conclusão em 2022

2ª fase: Conclusão em 2023

3ª fase: Em construção

4ª e 5ª fase: 2025

PARQUE DOM PEDRO



Revitalização:

Em construção

SHOPPING DA BAHIA



Revitalização:

Em construção

SHOPPING VILLA LOBOS



Redesenvolvimento:

Em desenvolvimento de projetos

SHOPPING RECIFE



Redesenvolvimento:

Em construção

SHOPPING LEBLON



EXPANSÃO



REVITALIZAÇÃO



REDESENVOLVIMENTO

ESTRUTURA DE CAPITAL

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

Endividamento	Índice	Juros	Custo Total	Endividamento Total	% Endividamento	Vencimento
TR			10,4%	845.093	15,1%	
Bradesco	TR	7,2%	8,6%	86.009	1,5%	ago-27
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	11,3%	12,8%	66.269	1,2%	jun-27
Itaú	TR	9,9%	11,4%	67.202	1,2%	mai-30
Santander	TR	6,8%	8,2%	48.073	0,9%	jun-25
CRI Mapa 4	TR	9,0%	10,5%	577.540	10,3%	mar-25
CDI			13,8%	4.720.309	84,4%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	1,0%	13,5%	100.315	1,8%	jun-29
Debenture (6ª emissão. 1ª série)	CDI	1,4%	13,9%	1.010.782	18,1%	ago-27
Debenture (5ª emissão. 1ª série)	CDI	1,4%	14,0%	235.485	4,2%	mar-27
Debenture (5ª emissão. 2ª série)	CDI	1,6%	14,1%	266.627	4,8%	mar-29
Debenture XII (CRI - ICVM400)	CDI	1,2%	13,7%	492.688	8,8%	jul-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,0%	13,5%	316.010	5,6%	mar-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,2%	13,7%	298.284	5,3%	mar-30
10ª Debenture	CDI	1,3%	13,8%	941.004	16,8%	nov-27
CRI Cima	113,55% CDI	0,0%	14,0%	391.636	7,0%	out-26
CCB Bradesco	CDI	1,6%	14,1%	272.410	4,9%	abr-25
CCB Itaú	CDI	1,3%	13,8%	325.455	5,8%	out-26
CRI Villa Lobos	CDI	1,8%	14,3%	69.615	1,2%	mai-31
IGP-DI			4,1%	28.692	0,5%	
Gaia Securitizadora (CRI)	IGP-DI ²	8,0%	4,1%	28.692	0,5%	mai-25
Total			13,3%	5.594.094	100,0%	
Total			CDI+	0,8%		

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

Composição da Dívida Consolidado	Contábil 1T24	Efeitos CPC 18/19	Gerencial 1T24
(valores em milhares de reais)			
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	5.527.078	-	5.527.078
Obrigação para compra de ativos	432.171	(787)	431.383
Instrumentos financeiros derivativos	57.558	-	57.558
Dívida Bruta	6.016.806	(787.352)	6.016.019
Caixa e aplicações financeiras	(2.589.386)	99.896	(2.489.489)
Dívida Líquida	3.427.421	99.109	3.526.530



CONCILIAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS

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

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

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

Demonstrações Financeiras Consolidadas	1T24	1T23	1T24 / 1T23 Δ%	1T23 Proforma	1T24 / 1T23 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	695,094	667,563	4.1%	n/a	n/a
Impostos e contribuições e outras deduções	(50,735)	(46,150)	9.9%	n/a	n/a
Receita líquida	644,358	621,413	3.7%	n/a	n/a
Custo	(181,865)	(217,174)	-16.3%	n/a	n/a
Custo de aluguéis e serviços	(62,355)	(66,220)	-5.8%	n/a	n/a
Depreciação e Amortização	(119,511)	(150,955)	-20.8%	n/a	n/a
Lucro bruto	462,493	404,238	14.4%	n/a	n/a
Receitas/(despesas) operacionais	(183,025)	4,289,406	n/a	n/a	n/a
Despesas administrativas e gerais	(133,299)	(105,351)	26.5%	n/a	n/a
Incentivo de longo prazo baseado em ações	1,039	(3,546)	n/a	n/a	n/a
Resultado da equivalência patrimonial	18,149	21,386	-15.1%	n/a	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(37,585)	(29,052)	29.4%	n/a	n/a
Outras receitas (despesas) operacionais	(31,328)	4,405,969	n/a	n/a	n/a
Resultado financeiro	(103,191)	(143,582)	-28.1%	n/a	n/a
Lucro antes dos impostos	176,277	4,550,063	-96.1%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social corrente	(66,484)	(52,900)	25.7%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social diferido	17,579	(1,498,013)	n/a	n/a	n/a
Lucro líquido do período	127,373	2,999,150	-95.8%	-	n/a
Lucro Atribuível aos:					
Acionistas controladores	93,957	2,974,981	-96.8%	n/a	n/a
Acionistas não controladores	33,416	24,169	38.3%	n/a	n/a
Lucro líquido do período	127,373	2,999,150	-95.8%	-	n/a

Demonstrações Financeiras Gerenciais	1T24	1T23	1T24 / 1T23 Δ%	1T23 Proforma	1T24 / 1T23 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	672,221	645,168	4.2%	617,504	8.9%
Impostos e contribuições e outras deduções	(49,747)	(44,853)	10.9%	(44,853)	10.9%
Receita líquida	622,474	600,315	3.7%	572,651	8.7%
Custo	(176,928)	(208,788)	-15.3%	(204,334)	-13.4%
Custo de aluguéis e serviços	(30,261)	(33,446)	-9.5%	(30,177)	0.3%
Depreciação e Amortização	(117,015)	(148,981)	-21.5%	(148,982)	-21.5%
Lucro bruto	445,546	391,527	13.8%	368,317	21.0%
Receitas (despesas) operacionais	(204,315)	4,281,968	n/a	4,281,968	n/a
Despesas administrativas e gerais	(104,415)	(99,792)	4.6%	(99,792)	4.6%
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(5,157)	(3,546)	45.4%	(3,546)	45.4%
Variação de valor justo de propriedades	-	-	n/a	-	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(37,613)	(29,556)	27.3%	(29,556)	27.3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(57,130)	4,414,862	n/a	4,414,862	n/a
Resultado financeiro	(109,225)	(146,068)	-25.2%	(146,068)	-25.2%
Lucro antes dos impostos	132,005	4,527,426	-97.1%	4,504,216	-97.1%
Imposto de renda e contribuição social corrente	(58,250)	(54,227)	7.4%	(54,227)	7.4%
Imposto de renda e contribuição social diferido	17,310	(1,498,217)	n/a	(1,498,217)	n/a
Lucro líquido do período	91,065	2,974,982	n/a	2,951,772	n/a

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS



BALANÇO PATRIMONIAL

Balanco Patrimonial	ALLOS Consolidado		Ajustes		ALLOS Consolidado Gerencial	
	31/03/2024	31/12/2023	31/03/2024	31/12/2023	31/03/2024	31/12/2023
(Valores em milhares de reais)						
ATIVO						
Circulante						
Caixa e equivalentes de caixa	36,779	44,317	254	(2,693)	37,034	41,625
Aplicações financeiras de curto prazo	2,366,380	2,088,913	(100,151)	(32,342)	2,266,229	2,056,571
Contas a receber	487,052	646,315	29,725	1,546	516,778	647,861
Dividendos e juros sobre capital próprio a receber	1,030	743	(1,030)	(743)	0	0
Impostos a recuperar	111,049	124,142	148	1,494	111,197	125,636
Despesas antecipadas	28,750	24,148	(1,038)	(390)	27,713	23,759
Valores a receber	-	-	-	-	-	-
Outros créditos	618,862	895,741	7,239	7,226	626,101	902,966
Total	3,649,904	3,824,320	(64,852)	(25,901)	3,585,052	3,798,419
Ativo não circulante mantido para venda	-	-	-	-	-	-
Total Ativo Circulante e Ativo não circulante mantido para venda	3,649,904	3,824,320	(64,852)	(25,901)	3,585,052	3,798,419
Não Circulante						
Impostos a recuperar	34,785	43,321	124	171	34,909	43,491
IRPJ e CSLL diferidos	802	722	(79)	(75)	723	647
Depósitos judiciais	180,446	149,184	(127)	(259)	180,319	148,925
Empréstimos, mútuos e outras contas a receber	11,890	17,098	(11,890)	(17,098)	-	-
Valores a receber	31,495	-	(31,495)	-	-	-
Instrumentos financeiros derivativos	-	3,378	-	-	-	3,378
Despesas antecipadas	24,047	27,474	(10)	(12)	24,037	27,462
Aplicações financeiras de longo prazo	186,226	188,521	-	0	186,226	188,522
Outros créditos	107,371	118,360	1,703	1,676	109,074	120,035
Investimentos	772,632	695,186	(729,251)	(688,555)	43,381	6,631
Propriedades para investimento	21,363,201	21,661,102	(251,024)	(404,499)	21,112,176	21,256,602
Imobilizado	84,375	86,970	(94)	(65)	84,281	86,905
Intangível	829,619	843,459	103,415	103,398	933,034	946,857
Total Ativo Não Circulante	23,626,890	23,834,775	(918,729)	(1,005,319)	22,708,161	22,829,456
Total do Ativo	27,276,794	27,659,094	(983,581)	(1,031,220)	26,293,213	26,627,874
PASSIVO						
(Valores em milhares de reais)						
Circulante						
Fornecedores	73,683	91,535	1,907	2,575	75,591	94,109
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	1,446,669	636,456	-	(0)	1,446,669	636,456
Impostos e contribuições a recolher	80,060	94,933	(3,757)	(2,271)	76,303	92,662
Receitas diferidas	13,227	14,265	421	432	13,648	14,696
Dividendos a pagar	622,006	620,283	(7,391)	(7,186)	614,614	613,097
Obrigações por compra de ativos	421,363	423,723	(607)	(0)	420,756	423,722
Contas a Pagar Leasing	22,177	23,021	5,251	5,112	27,429	28,133
Provisão para contingências	-	-	-	14,787	-	14,787
Outras obrigações	149,530	233,119	(561)	203	148,969	233,323
Total Passivo Circulante	2,828,714	2,137,333	(4,736)	13,652	2,823,977	2,150,985
Não Circulante						
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	4,080,409	5,042,475	-	0	4,080,410	5,042,475
Impostos e contribuições a recolher	17,695	17,715	3,312	3,861	21,007	21,576
Receitas diferidas	33,113	31,956	1,275	1,308	34,387	33,264
Instrumentos financeiros derivativos	57,558	50,592	-	-	57,558	50,592
IRPJ e CSLL diferidos	4,827,377	4,840,550	(5,125)	(5,180)	4,822,253	4,835,371
Obrigações por compra de ativos	10,807	29,294	(179)	(0)	10,627	29,294
Contas a pagar leasing	160,503	163,688	81,331	82,697	241,834	246,385
Outras obrigações	11,408	11,558	(5,210)	(5,053)	6,198	6,505
Provisão para contingências	242,211	229,200	(1,161)	(15,655)	241,050	213,545
Total Passivo Não Circulante	9,441,081	10,417,028	74,243	61,979	9,515,324	10,479,007
PATRIMÔNIO LÍQUIDO						
Capital social	14,747,598	14,747,598	-	-	14,747,598	14,747,598
Gastos com emissões de ações	(72,332)	(72,332)	-	-	(72,332)	(72,332)
Reservas de capital	851,769	843,433	-	-	851,769	843,433
Reserva legal	199,339	199,339	-	-	199,339	199,339
Ações em tesouraria	(611,826)	(433,928)	-	-	(611,826)	(433,928)
Lucros acumulados	91,066	(1)	36,750	0	127,815	(1)
Reservas de lucros	2,715,864	2,718,089	-	-	2,715,864	2,718,089
Ajustes de avaliação patrimonial	(4,004,316)	(4,004,316)	-	-	(4,004,316)	(4,004,316)
Participação de não controladores	1,089,834	1,106,850	(1,089,834)	(1,106,850)	-	-
Total do patrimônio líquido	15,006,997	15,104,733	(1,053,084)	(1,106,850)	13,953,912	13,997,883
Total do Passivo e do Patrimônio Líquido	27,276,793	27,659,094	(983,578)	(1,031,219)	26,293,213	26,627,875

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS



FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa	ALLOS Contábil 31/03/2024	Ajustes 31/03/2024	ALLOS Consolidado Gerencial 31/03/2024
(valores em milhares de reais)			
Atividades operacionais			
Lucro líquido do período atribuível aos acionistas da Controladora	127,373	(36,308)	91,065
Ajustes ao lucro líquido ecorrentes de:			
Aluguel linear	803	(6,882)	(6,079)
Depreciação e amortização	157,095	(5,070)	152,025
Resultado de equivalência patrimonial	(18,149)	18,149	-
Constituição de provisão para perda de crédito esperada	13,383	(330)	13,053
Remuneração com base em ações	13,543	0	13,543
Juros e variações monetárias sobre operações financeiras	161,877	4,981	166,858
Valor justo dos instrumentos financeiros derivativos	11,678	(0)	11,678
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(17,580)	270	(17,310)
(Ganho) perda na venda de propriedades para investimento	(10,159)	14,939	4,780
Rendimentos de aplicações financeiras	(61,162)	27,548	(33,614)
Provisão para perda de investimentos e propriedades para investimento	36,909	(0)	36,909
Outras provisões	(12,205)	(74)	(12,279)
	403,406	17,224	420,630
Redução (aumento) dos ativos			
Contas a receber de clientes	105,699	13,067	118,766
Depósitos Judiciais	(16,451)	(42)	(16,493)
Impostos a recuperar	21,623	1,393	23,016
Outros	6,672	12,245	18,917
Aumento (redução) dos passivos			
Fornecedores	(17,497)	(805)	(18,302)
Impostos e contribuições a recolher	36,020	3,161	39,181
Outras obrigações	(63,192)	(13,337)	(76,529)
Receitas diferidas	2,084	(10)	2,074
Impostos pagos - IRPJ e CSLL	(34,630)	5,094	(29,536)
Impostos pagos - PIS, COFINS e ISS	(32,153)	864	(31,289)
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	411,581	38,855	450,436
Atividades de investimento			
Aquisição de ativo imobilizado	(1,958)	29	(1,929)
Aquisição de ativo intangível	(19,512)	175	(19,337)
Aquisição de propriedade para investimento - shoppings	(38,921)	(5,003)	(43,924)
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas	(160)	160	-
Redução (aumento) em investimentos	411,207	(89,631)	321,576
Pagamento para aquisição de participação societária	(78,400)	-	(78,400)
Redução de capital em controladas/coligadas/amortização de quotas	2,303	(161)	2,142
Redução (aumento) em aplicações financeiras	(142,824)	29,047	(113,777)
Juros sobre capital próprio e dividendos recebidos	15,585	(15,585)	-
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	147,320	(80,968)	66,352
Atividades de financiamento			
Recebimento de empréstimos para partes relacionadas	5,208	(5,208)	-
Pagamento juros - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(45,271)	0	(45,271)
Pagamento principal - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(55,695)	(0)	(55,695)
Pagamento de juros de debêntures	(164,645)	0	(164,645)
Pagamento principal de debêntures	(47,008)	(0)	(47,008)
Pagamento de custos de estruturação debêntures	(96)	-	(96)
Pagamento Juros - Leasing (direito de uso)	(986)	0	(986)
Pagamento Principal - Leasing (direito de uso)	(7,326)	(3,559)	(10,885)
Recompra de ações	(177,898)	-	(177,898)
Dividendos pagos aos acionistas não controladores	(53,826)	53,826	-
Pagamento de obrigações por compra de empresas	(18,897)	1	(18,896)
Caixa líquido gerado nas (consumido pelas) atividades de financiamento	(566,440)	45,061	(521,379)
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	(7,539)	2,947	(4,592)
Saldo de caixa e equivalente no final do período	36,779	255	37,034
Saldo de caixa e equivalente no início do período	44,317	(2,692)	41,625
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	(7,538)	2,947	(4,591)

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS

CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS | 2024

Conciliação Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial Período findo em 31 de março de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Receita bruta de aluguel e serviços	695.094	(22.873)	672.221
Impostos e contribuições e outras deduções	(50.735)	989	(49.747)
Receita líquida	644.358	(21.885)	622.474
Custo de aluguéis e serviços	(181.865)	4.937	(176.928)
Lucro bruto	462.493	(16.948)	445.546
(Despesas)/Receitas operacionais	(183.025)	(21.290)	(204.315)
Despesas administrativas e gerais	(114.719)	10.304	(104.415)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(17.541)	12.384	(5.157)
Resultado da equivalência patrimonial	18.149	(18.149)	-
Despesa com depreciação	(37.585)	(28)	(37.613)
Outras (despesas)/receitas operacionais	(31.328)	(25.802)	(57.130)
Resultado financeiro	(103.191)	(6.034)	(109.225)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	176.277	(44.272)	132.005
Imposto de renda e contribuição social	(48.904)	7.965	(40.940)
Lucro líquido do período	127.373	(36.307)	91.065
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	91.066	(1)	91.065
Participações minoritárias	36.307	(36.307)	-
Lucro líquido do período	127.373	(36.307)	91.065

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 31 de março de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Lucro líquido	127.373	(36.307)	91.065
(+) Depreciação / Amortização	157.096	(2.467)	154.629
(+) Resultado financeiro	103.191	6.034	109.225
(+) Imposto de renda e contribuição social	48.904	(7.965)	40.940
EBITDA	436.564	(40.705)	395.859
Margem EBITDA %	67,8%		63,6%
(+) Despesas não recorrentes	31.328	26.142	57.470
EBITDA Ajustado	467.892	(14.563)	453.329
Margem EBITDA Ajustado %	72,6%		72,8%

Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 31 de março de 2024	ALLOS Consolidado 2024 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2024 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro Líquido no período	127.373	(36.307)	91.065
(+) Depreciação e amortização	157.096	(2.467)	154.629
(=) FFO *	284.469	(38.775)	245.694
Margem FFO %			
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	31.328	26.142	57.470
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(4.560)	(1.518)	(6.079)
(+)/(-) Impostos não caixa	(17.579)	269	(17.310)
(+)/(-) Efeito SWAP	(6.977)	17.321	10.344
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	(44.334)	43.898	(436)
(=) FFO ajustado *	242.346	47.337	289.683
Margem AFFO %	37,9%		47,0%

* Indicadores não-contábeis

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



CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS | 2023

Conciliação Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial Período findo em 31 de março de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais)			
Receita bruta de aluguel e serviços	667.563	(22.395)	645.168
Impostos e contribuições e outras deduções	(46.150)	1.298	(44.853)
Receita líquida	621.413	(21.098)	600.315
Custo de aluguéis e serviços	(217.174)	8.386	(208.788)
Lucro bruto	404.238	(12.712)	391.527
(Despesas)/Receitas operacionais	4.289.406	(7.438)	4.281.968
Despesas administrativas e gerais	(91.356)	(8.436)	(99.792)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(17.541)	13.995	(3.546)
Resultado da equivalência patrimonial	21.386	(21.386)	-
Despesa com depreciação	(29.052)	(504)	(29.556)
Outras (despesas)/receitas operacionais	4.405.969	8.893	4.414.862
Resultado financeiro	(143.582)	(2.486)	(146.068)
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	4.550.063	(22.636)	4.527.426
Imposto de renda e contribuição social	(1.550.912)	(1.532)	(1.552.444)
Lucro líquido do período	2.999.150	(24.168)	2.974.982
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	2.974.981	1	2.974.982
Participações minoritárias	24.169	(24.169)	-
Lucro líquido do período	2.999.150	(24.168)	2.974.982

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 31 de março de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro líquido	2.999.150	(24.168)	2.974.982
(+) Depreciação / Amortização	180.007	(1.469)	178.538
(+) Resultado financeiro	143.582	2.486	146.068
(+) Imposto de renda e contribuição social	1.550.912	1.532	1.552.444
EBITDA	4.873.651	(21.619)	4.852.032
Margem EBITDA %	784,3%		808,2%
(+) Despesas não recorrentes	(4.405.969)	(9.787)	(4.415.756)
EBITDA Ajustado	467.682	(31.406)	436.276
Margem EBITDA Ajustado %	75,3%		72,7%

Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 31 de março de 2023	ALLOS Consolidado 2023 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2023 - Gerencial
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)			
Lucro Líquido no período	2.999.150	(24.168)	2.974.982
(+) Depreciação e amortização	180.007	(1.469)	178.538
(=) FFO *	3.179.157	(25.637)	3.153.520
Margem FFO %			
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(4.405.969)	(9.787)	(4.415.756)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	7.875	(652)	7.223
(+)/(-) Impostos não caixa	1.498.013	204	1.498.217
(+)/(-) Efeito SWAP	(6.977)	(5.294)	(12.270)
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	(44.334)	49.687	5.353
(=) FFO ajustado *	227.764	8.521	236.285
Margem AFFO %	36,2%		38,9%

* Indicadores não-contábeis

DESTAQUES

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

PRINCIPAIS INDICADORES

DESEMPENHO FINANCEIRO

DESEMPENHO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

M&A

PORTFÓLIO

ANEXOS

GLOSSÁRIO

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

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

Abrasce: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

CAGR: Taxa composta de crescimento anual.

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

CCI: Cédula de Crédito Imobiliário.

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

CPC: Comitê de Pronunciamentos Contábeis.

CRI: Certificado de Recebíveis Imobiliários.

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

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

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

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

Greenfield: Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

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

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

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

Lojas Satélites: Pequenas lojas (com menos de 500 m² de ABL), sem características estruturais e mercadológicas especiais, localizadas no entorno das Lojas Âncoras e destinadas ao comércio em geral.

GLOSSÁRIO

Megalojas: Lojas de médio porte (entre 500 e 1.000 m² de ABL), frequentemente com características estruturais e mercadológicas especiais, em menor escala, porém com razoável força de atração e retenção de clientes, e também conhecidas como “mini-âncoras”.

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

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

PDD: Provisão para Devedores Duvidosos.

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

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

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

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

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

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

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

The background image shows a multi-story shopping mall with various retail stores. A large, semi-transparent blue geometric shape, resembling a stylized 'A' or a large triangle, is overlaid on the image. The text 'EARNINGS RELEASE 1Q24' is centered within this blue shape.

**EARNINGS
RELEASE
1Q24**

ALLOS



RESULTS CONFERENCE CALL

ENGLISH

With simultaneous translation into
Portuguese

May 10th, 2024 – Friday
2:00 p.m. (BRT) | 01:00 p.m. (US ET)

Webcast – [Click here](#)

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

IR CONTACTS

Daniella Guanabara

CFO and IRO

André Coutinho

IR Director

Diego Canuto

IR Manager

Clara Costa

IR Analyst

Juliana Bedante

IR Analyst

Phone: +55 (21) 2583-9800

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

1Q24

FFO PER SHARE GROWS 41%

Rio de Janeiro, May 9th, 2023 – ALLOS (B3: ALOS3), the most complete experience, entertainment, services, lifestyle and shopping platform in Latin America announces its results for the first quarter of 2024 (1Q24). At the end of 1Q24, the Company held ownership of 49 shopping malls, totaling 2,113.1 thousand sqm of Total GLA and 1,328.8 thousand sqm of Owned GLA. The Company also provided planning, management and leasing services to 10 third-party shopping malls with a Total GLA of 303.2 thousand sqm.

1Q24 HIGHLIGHTS

FFO PER SHARE GROWS 41%

FFO reached R\$289.7 million in 1Q24, surpassing the previous year's figure by 36.5%. FFO per share grew 41.0%, 440 bps higher than the FFO growth during the period, due to the more than R\$520 million invested in share buybacks since 4Q23. This reinforces ALLOS's commitment to allocate capital to generate the best return for shareholders.

REVENUE GROWS 6.5%

Revenue totaled R\$616.4 million, a 6.5% growth YoY. Media stood out with a 49% YoY growth, while parking results continued their ascending trend, advancing by 21% YoY. Rent revenue grew 3%, reflecting ALLOS's ability to generate revenue synergies.

4.2% SSR & 6.1% SSS

ALLOS presented solid rent performance, reaching 4.2% SSR. The result was driven by tenants' strong sales performance, with 6.1% SSS and the continuous capture of synergies. Total sales in the quarter advanced by 8.3% compared to 1Q23.

OCCUPANCY RATE REMAINS AT 96.3%

ALLOS ends 1Q24 with an occupancy rate of 96.3%, the same level observed in 4Q23, overcoming seasonal effects. In 1Q24, 150 new contracts were signed, equivalent to 21,000 square meters of GLA.

ALLOS ROSE R\$1.2 BILLION AT CDI + 0.5%

In April 2024, ALLOS successfully concluded its 1st debenture issuance, surpassing demand and raising R\$1.2 billion. The outcome reinforces the market's confidence in the Company's business strategy and financial strength.

R\$612 MILLION DIVIDENDS APPROVED

ALLOS's shareholders approved the management's proposal to distribute R\$612 million in dividends, corresponding to 50% of the 2023 FFO, 116% higher than the 2023 amount. Total cash return reached 10%¹, combined with over R\$520 million in share buybacks.

NEW SHARE BUYBACK PROGRAM

ALLOS's Board of Directors approved a new share buyback program of up to 3.9% of its capital, aiming to increase the return per share and continue seizing capital allocation opportunities that generate long-term shareholder value.

NEW DIVESTMENT PLAN AND ACQUISITION OF UP TO 15% OF SHOPPING RIO SUL

ALLOS announces a new divestment plan that could generate up to R\$1 billion in resources, which already includes Top Shopping divestment announced on this date. In addition, the Company signed a binding document to acquire up to 15% of Shopping Rio Sul, which ranks among the best malls in Brazil. The shopping mall would be ALLOS's 3rd largest asset in sales and the 4th largest in NOI.

The managerial financial information contained in this document, as well as other non-accounting information of the Company presented in this Results Report, were not reviewed by the independent auditors. For analysis of the reconciliation between such managerial financial information and the Company's consolidated financial statements, and other relevant information, see charts and tables in the "Appendices" section. The historical management information presented in this document refers to the sum of information from the former Aliance Sonae Shopping Centers S.A. and Br Malls Participações S.A. as if the companies were already combined at the time. The comparisons shown throughout the document consider current ownerships applied to the historical basis.

¹Considers the closing share price on April, 30, 2024, last day before the ex-dividend date.



MESSAGE FROM MANAGEMENT

The beginning of 2024 has reinforced our positive outlook for the year. In this first quarter, the Company reported strong results, with great sales from our tenants, strong demand for new areas and leisure spaces, entertainment, and services, as well as a great flow of visitors reflected by the growth in parking results and a spectacular performance of the media business and Loyalty. The demand for our mall remained resilient and we ended the quarter with the same 96.3% occupancy rate of 4T23. This is a significant figure, despite Christmas's seasonal effect between the fourth and first quarters. We also signed 150 new contracts in the first quarter, equivalent to 21 thousand sqm of GLA.

Regarding our operational performance, we reached R\$9 billion in sales, representing an 8.3% proforma growth compared to 1Q23. The SSS for the period totaled 6.1%, and the difference between this number and the total sales performance indicates the success of the Company's commercial relationship and the capture of operational synergies. The performance of new stores grew by 30.9% in 1Q24 compared to 1Q23, positively contributing to the total portfolio performance.

In 1Q24, net revenue reached R\$616 million, reflecting a 6.5% growth compared to 1Q23, driven by 49% growth in media and 21% in parking results. In this first quarter, with the entire portfolio being operated by Helloo, we reached a gross revenue in media of R\$33 million, R\$11 million more than 1Q23. Media revenues advanced by 140 bps when comparing 1Q24 to 1Q23, reaching 5.0% as a percentage of total gross revenues. We are confident in the considerable potential for growth in media revenue.

We are proud to announce that in this first quarter of 2024, Hello increased its coverage and is present in more than 100 malls across Brazil. The company also became Brazil's biggest media mall platform, reaching great advertisers like Disney, Burger King, McDonald's, Netflix, Estácio, and Fast Shop. Furthermore, we launched Helloo Live, a live marketing agency focused on developing special projects nationwide in malls and residential buildings.

During the quarter, rent revenue benefited from the continuous mix qualification, sales growth and capture of synergies, reaching R\$468 million, which represents a 3.0% growth compared to 1Q23. Despite negative inflation, SSR grew 4.2%, reporting significant real gains.

EBITDA achieved R\$447 million in 1Q23, expanding by 6.7% compared to 1Q23, with a 73% margin. The indicator was boosted by strong operational performance and improvements in the media business. Rebalancing the harmonization effect that only impacted the 4Q23 results, EBITDA would have grown by 7.9%. FFO totaled R\$290 million, with a 47% margin, representing a 36.5% increase and 10 p.p. compared to 1Q23, respectively. The great liability management process contributed the most for this performance, which allowed a relevant reduction of our cost of debt, another clear synergy that we expected with the creation of ALLOS.

FFO per share grew 41% in 1Q24 compared to 1Q23, 440 bps higher than the growth during the same period, due to the share buybacks that took place since 4Q23.

Regarding recent divestments, which totaled R\$1.8 billion, we confirm the conclusion of all announced transactions, except for the ongoing São Luís Shopping process that is expected to be concluded within the next months. So far, we have received R\$1.5 billion between 4Q23 and May 2024. The Board of Directors has also approved a divestment plan to sell assets that could generate up to R\$1 billion. As part of this new strategy, we have announced the complete sale of our stake in Top Shopping, located in Nova Iguaçu city, in Rio de Janeiro, for R\$112 million.

In addition, we announced the signing of a binding document to acquire up to 15% of Shopping Rio Sul. The structure of this transaction comprises the acquisition of 54% of Rio Sul, along with financial and strategic investors. The mall will be added to ALLOS' ecosystem with the potential to enhance the asset's performance through its management. Shopping Rio Sul ranks among the best malls in Brazil and, in terms of sales, would be the Company's third-largest shopping mall and the fourth-largest in terms of NOI, thereby strengthening ALLOS's competitive position. These transactions reinforce our strategy of cultivating an increasingly robust ecosystem and enhancing our relevance to consumers, tenants and business partners.

In April 2024, we successfully concluded ALLOS's 1st Debenture Issuance, raising R\$1.2 billion. The outcome reinforces the market's confidence in our business strategy and financial stability. We had excess demand and exercised the option for an additional lot, allowing us to reduce the expected cost of debt to CDI + 0.52% p.a., supporting the market's perception of low risk and the strength of our brand.

Also in April, the AGM approved our proposal for a dividend distribution of R\$612 million, representing a 116% increase over the previous year's distribution. The proposal was based on 50% of the FFO in 2023, as mentioned in the guidance disclosed in April 2023.

In addition to the dividend distribution, we invested R\$526 million in share buybacks since October 2023. The total return to shareholders amounts to R\$1.1 billion, representing a total cash return of 10.0%, considering the company's market value on April 30th, 2024, the last day before the ex-dividend date.

In May 2024, the Board of Directors approved a new share buyback program. We will keep seizing market conditions to repurchase ALLOS's shares, reinforcing our successful capital allocation strategy. The program amounts to up to 3.9% of the Company's capital and aims to increase the return per share, reaffirming our commitment to generate shareholder value.

For the next year, we disclosed our new guidance for shareholder remuneration, which corresponds to, at least, 50% of the 2024 FFO, which could be executed through either share buybacks or dividends.

ALLOS Team

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

OPERATIONAL PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

MAIN INDICATORS

1Q24 RESULTS

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

Main indicators	1Q24	1Q23 Proforma	1Q24 / 1Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial information (Amounts in thousands of Reais, except percentages)</i>			
Financial Performance			
Net revenue	622.474	572.651	8,7%
NOI	555.072	510.119	8,8%
Margin %	92,8%	92,6%	13 bps
Adjusted EBITDA	453.329	413.066	9,7%
Margin %	72,8%	72,1%	70 bps
Net Income	91.065	2.951.772	n/a
Margin %	14,6%	n/a	n/a
FFO	289.683	212.148	36,5%
Margin %	47,0%	36,6%	1035 bps
FFO per share	0,53	0,38	41,0%
Financial Performance Ex-Straight-line rent adj.			
Net revenue	616.395	578.946	6,5%
NOI	548.993	516.414	6,3%
Margin %	92,7%	92,7%	-3 bps
Adjusted EBITDA	447.251	419.361	6,7%
Margin %	72,6%	72,4%	12 bps
Net Income	84.987	2.958.067	n/a
Margin %	13,8%	n/a	n/a
FFO	289.683	212.148	36,5%
Margin %	47,0%	36,6%	1035 bps
FFO per share	0,53	0,38	41,0%
Total shares ex- treasury shares	545.938.762	563.649.829	-3,1%
Total shares	573.936.909	573.936.909	0,0%
(-) Total tereasury shares	(27.998.147)	(10.287.080)	172,2%
Main indicators	1Q24	1Q23	1Q24 / 1Q23 Δ%
<i>Managerial information (Amounts in thousands of Reais, except percentages)</i>			
Operating Performance			
Total Sales @ 100% ('000 R\$)	9.004.130	8.311.766	8,3%
Total Sales @share ('000 R\$)	5.926.493	5.767.789	2,8%
Total Sales @Proforma ('000 R\$)	5.926.493	5.480.693	8,1%
Sales/sqm @ Proforma (R\$)	1.708	1.578	8,2%
SSS (% same store sales)	6,1%	12,8%	n/a
SSR (% same store rent)	4,2%	8,5%	-427 bps
Occupancy Cost (% of sales)	11,1%	11,5%	-42 bps
Net Delinquency (% of revenues)	3,6%	4,7%	-110 bps
Occupancy Rate (%)	96,3%	97,0%	-74 bps
Total GLA (sqm)	2.113	2.222	-4,9%
Owned GLA (sqm)	1.329	1.426	-6,8%

FINANCIAL PERFORMANCE

REVENUES

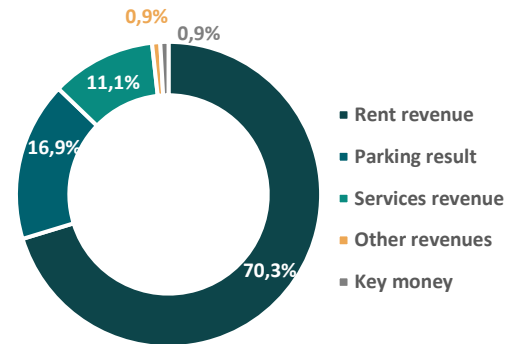
In the first quarter of 2024, ALLOS presented net revenue of R\$616.4 million, growing 6.5% compared to the same quarter of the previous year. Media stood out with a 49% YoY growth, while parking results continued their ascending journey, advancing by 21% YoY.

Rent revenue totaled R\$468.3 million, an increase of 3.0% versus 1Q23, despite a scenario of negative inflation in the past twelve months. The continuous mix qualification, sales growth, and the advances in media revenues, reinforce ALLOS's capacity to generate revenue synergies.

Parking results totaled R\$112.5 million in 1Q24, a significant 21.2% expansion compared to the same quarter in 2023. The growth can be mostly explained by an increase in parking fees throughout 2023, adjustments in the relationship program replacing exemptions granted as rewards with products offered by the tenants themselves, in addition to a greater flow of vehicles.

In 1Q24, services revenue was R\$73.8 million, an increase of 10.5% compared to the previous year, driven by a 72.3% increase in media services.

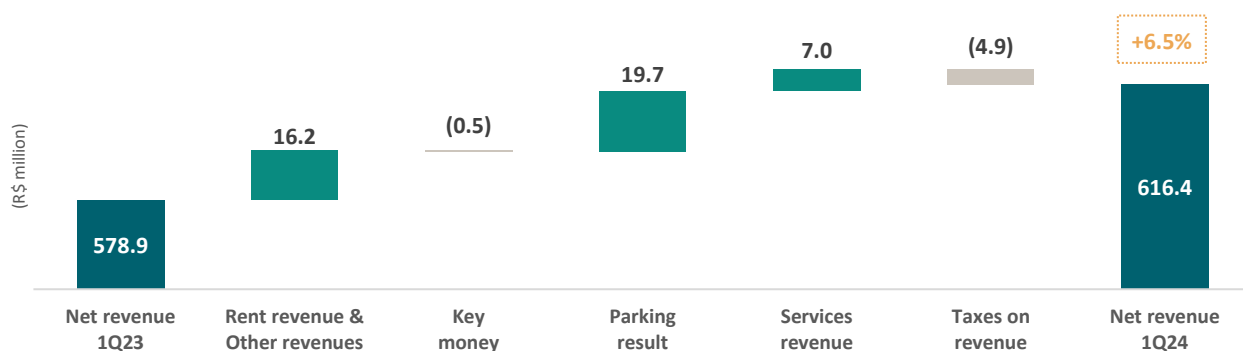
Net Revenue Composition



Revenues per Type	1Q24	1Q23	1Q24 / 1Q23 Δ%	1Q23 Proforma	1Q24 / 1Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information (Amounts in thousands of Reals, except percentages)</i>					
Rent revenue	468,257	477,639	-2.0%	454,485	3.0%
Key money	5,756	6,400	-10.1%	6,251	-7.9%
Parking result	112,513	98,192	14.6%	92,842	21.2%
Other revenues ¹	5,782	3,328	73.7%	3,388	70.7%
Services revenue	73,834	66,831	10.5%	66,831	10.5%
Straight-line rent adjustment	6,079	(7,223)	n/a	(6,295)	n/a
Taxes on revenue	(49,747)	(44,853)	10.9%	(44,853)	10.9%
Net Revenue	622,474	600,315	3.7%	572,651	8.7%
Net Revenue (ex-Straight-line rent adj.)	616,395	607,538	1.5%	578,946	6.5%

¹Includes Real estate developments and New businesses

Net Revenue Build-Up



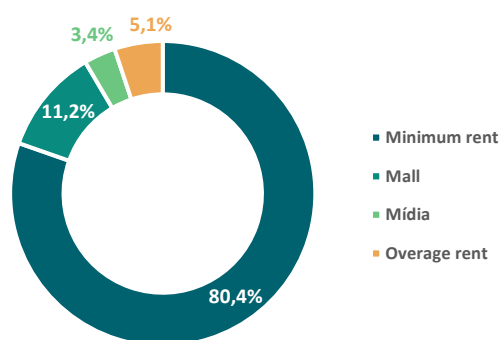
RENT REVENUE

In 1Q24, rent revenue was R\$468.3 million, an increase of 3.0% compared to 1Q23, benefited by the continuous mix qualification, sales growth, and the advance of mall and media revenues.

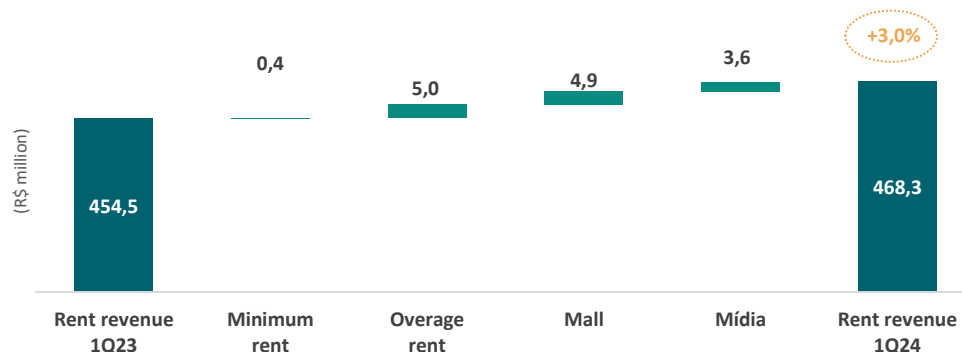
In 1Q24, minimum rent revenue totaled R\$376.3 million. The overage rent was R\$24.0 million, a 26,1% growth compared to the same period of the previous year, due to the great sales performance in the quarter. The same-store rent (SSR) indicator, net of discounts, grew 4.2% compared to 1Q23.

Mall and Media segments stood out in performance. In 1Q24, Mall revenues totaled R\$52.3 million, while Media reached R\$15.7 million. This represents an increase of 10.2% and 29.6%, respectively, compared to 1Q23. By the end of 2023, the subsidiary Hellloo assumed all media operation of the Company, boosting this business line. Further information will be disclosed in the Media section of this report.

Rent Revenue Composition



Rent Revenue Build-Up



NOI

In 1Q24, ALLOS's NOI totaled R\$549.0 million, with a 92.7% margin, net of the effect of the provision for doubtful accounts (PDA). This indicator grew by 6.3% compared to the same period of the previous year, reflecting the positive performance of rents and parking, as well as the capture of synergies from operational costs which remained stable compared to 1Q23. The 37 bps YoY NOI Margin increase is also a reflection of the Company's successful divestment process.

NOI	1Q24	1Q23	1Q24 / 1Q23 Δ%	1Q23 Proforma	1Q24 / 1Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information</i> (Amounts in thousands of Reais, except percentages)					
Rent revenue	468,257	477,639	-2.0%	454,485	3.0%
Straight-line rent adjustment	6,079	(7,223)	n/a	(6,295)	n/a
Key money	5,756	6,400	-10.1%	6,251	-7.9%
Other revenues	5,782	3,328	73.7%	3,388	70.7%
Parking Result	112,513	98,192	14.6%	92,842	21.2%
Operational Income	598,386	578,336	3.5%	550,672	8.7%
(-) Mall operating costs	(30,261)	(33,446)	-9.5%	(30,177)	0.3%
(-) Provision for doubtful accounts	(13,053)	(11,562)	12.9%	(10,376)	25.8%
(=) NOI (ex-Straight-line rent adj.)	548,993	540,551	1.6%	516,414	6.3%
NOI Margin (ex-Straight-line rent adj.)	92.7%	92.3%	37 bps	92.7%	-3 bps

ADJUSTED EBITDA

In the first quarter of 2024, EBITDA reached R\$447.3 million, with a 72.6% margin. The indicator grew 6.7%, and the margin was up by 12 bps compared to the same period of the previous year. In addition to the operational performance, media revenues in 1Q24 increased by 49.0% compared to the same period in 2023, contributing to the overall indicator performance. Considering the quarterly rebalanced SG&A resulting from the wage adjustment of ALLOS's employees in 4Q23, EBITDA presented a 7.9% growth compared to the rebalanced 1Q23.

Sales, General, and Administrative Expenses (SG&A) totaled R\$109.6 million, a 6.0% increase versus 1Q23. Considering the quarterly rebalanced SG&A mentioned above, the growth of the SG&A line would be 1.1% in 1Q24 compared to the rebalanced 1Q23, down by 2.8% in real terms.

EBITDA	1Q24	1Q23	1Q24 / 1Q23 Δ%	1Q23 Proforma	1Q24 / 1Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information (Amounts in thousands of Reais, except percentages)</i>					
NOI (ex-Straight-line rent adjustment)	548,993	540,551	1.6%	516,414	6.3%
(-) Taxes on revenue	(49,747)	(44,853)	10.9%	(44,853)	10.9%
(-) Net service revenue	57,236	52,032	10.0%	52,032	10.0%
(+) Other recurring operational revenues/(expenses)	340	(894)	n/a	(894)	n/a
(+) SG&A	(109,572)	(103,338)	6.0%	(103,338)	6.0%
(=) Adjusted EBITDA (ex-Straight-line rent adj.)	447,251	443,498	0.8%	419,361	6.7%
Adjusted EBITDA Margin (ex-Straight-line rent adj.)	72.6%	73.0%	-44 bps	72.4%	12 bps
(=) Adjusted EBITDA (SG&A 2023 Rebalanced)	447,251	438,500	2.0%	414,362	7.9%
Adjusted EBITDA Margin (ex-Straight-line rent adj.)	72.6%	72.2%	38 bps	71.6%	99 bps

NON-RECURRING REVENUE AND EXPENSES

In 1Q24, the "Other operating income/expenses" line was negative by R\$57.1 million. The result can be mainly explained by:

- Long-term alignment and retention plan for executive officers who did not receive acceleration of long-term incentive programs. This program, which was granted on December 8th, 2023, includes 0.5% of the shares issued by ALLOS and a 9 years duration, divided into 7 tranches. In the first 6 years, 15% of each tranche will vest, while the remaining 10% will vest in the final year. Excepting the first tranche, all tranches have a lock-up period of 2 years in addition to vesting. This program generates a non-cash expense and will use the shares related to the share buyback program before the open program. If an executive officer leaves the Company during this period, the unvested shares will be returned.
- Non-cash effect from the disposal of assets
- Provision for contingencies
- Non-cash effect from the impairment booked due to the sale of Top Shopping rising from the difference between the fair value recognized in the business combination and the asset sale price.

Other Operational Revenues/(Expenses)	1Q24
<i>Managerial financial information (Amounts in thousands of Reais)</i>	
Other recurring operational revenues/(expenses)	340
Other non recurring operational revenues/(expenses)	(57.470)
Long term incentive related to the business combination	(8.385)
Net effect of assets divestment	(9.506)
Provision for contingencies	(1.813)
Termination of contract with media partner	(36.750)
Other non-recurring results	(1.016)
Other operational revenues/(expenses)	(57.130)

FINANCIAL RESULT

In 1Q24, ALLOS' financial revenues totaled R\$77.1 million, an 11.3% increase compared to the same period in the previous year due to a higher average cash balance. Financial expenses totaled R\$176.5 million in 1Q24, a reduction of 20.6% compared to 1Q23. This result derives mainly from the reduction in CDI rate and liability management initiatives.

Financial Result	1Q24	1Q23	1Q24 / 1Q23 Δ%	1Q23 Proforma	1Q24 / 1Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information (Amounts in thousands of Reals, except percentages)</i>					
Financial Revenues	77,119	69,298	11.3%	69,298	11.3%
Financial revenue	83,371	74,789	11.5%	74,789	11.5%
Taxes on financial revenue	(6,253)	(5,490)	13.9%	(5,490)	13.9%
Financial Expenses	(176,437)	(222,284)	-20.6%	(222,284)	-20.6%
Interest expenses	(159,759)	(199,909)	-20.1%	(199,909)	-20.1%
Structuring cost	(5,522)	(5,026)	9.9%	(5,026)	9.9%
Other financial expenses	(11,156)	(17,349)	-35.7%	(17,349)	-35.7%
SWAP (Fair Value)	(10,344)	12,270	n/a	12,270	n/a
Recurring Financial Result	(109,662)	(140,715)	-22.1%	(140,715)	-22.1%
Non-recurring financial revenues and expenses	436	(5,353)	n/a	(5,353)	n/a
Financial Result	(109,226)	(146,068)	-25.2%	(146,068)	-25.2%

FFO

In 1Q24, the FFO reached R\$289.7 million, 36.5% higher than the previous year. The FFO margin was 47.0% in the first quarter of 2024, which is 10.3 p.p. higher than in 2023. The positive variation in the indicator reflects the solid operational performance and lower financial expenses due to the reduction in the CDI rate in 1Q24 compared to 1Q23, driven by liability management actions, and a higher average cash balance.

It is worth noting that in 1Q24, FFO per share grew 41.0%, 440 bps higher than FFO growth in the period, benefiting from share buybacks that have occurred since 4Q23, which reinforces ALLOS' commitment to returning capital to shareholders.

Funds from Operations - FFO	1Q24	1Q23	1Q24 / 1Q23 Δ%	1Q23 Proforma	1Q24 / 1Q23 Δ% Proforma
<i>Managerial Financial Information (Amounts in thousands of Reals, except percentages)</i>					
Adjusted EBITDA	453,329	436,276	3.9%	413,066	9.7%
(+) Financial revenue	77,119	69,298	11.3%	69,298	11.3%
(-) Financial expenses	(176,437)	(222,284)	-20.6%	(222,284)	-20.6%
(-) Current income and social contribution taxes	(58,250)	(54,227)	7.4%	(54,227)	7.4%
(-) Straight-line rent adjustment	(6,079)	7,223	n/a	6,295	n/a
(=) FFO	289,683	236,285	22.6%	212,148	36.5%
FFO Margin %	47.0%	38.9%	810 bps	36.6%	1035 bps
FFO per share	0.53	0.42	26.6%	0.38	41.0%

INDEBTEDNESS AND CAPITAL STRATEGY

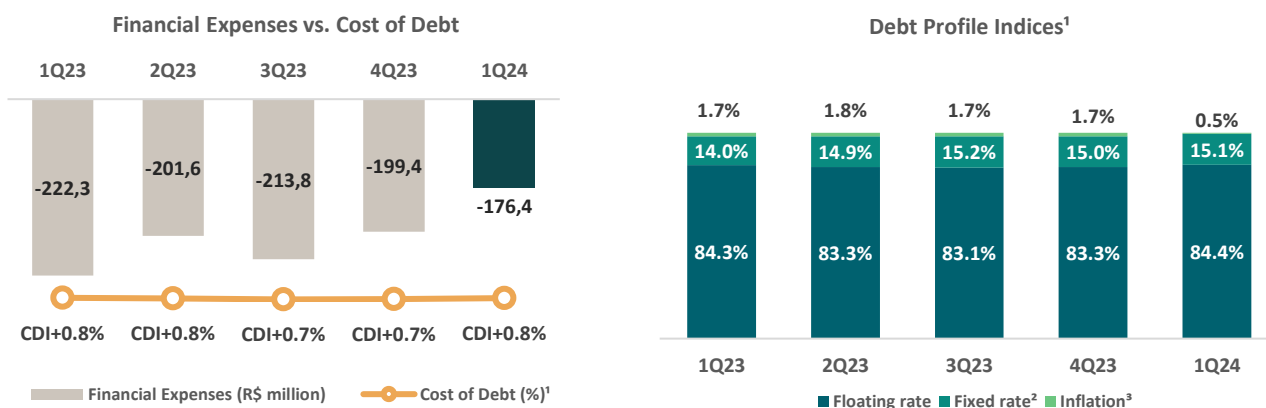
ALLOS' average cost of debt was 13.3% in 1Q24 (versus 13.9% in 4Q23), equivalent to the CDI floating rate + 0.8%. The level achieved is a result of liability management actions from past quarters. In 1Q24, the Company's Net Debt / EBITDA was 1.8x.

Debt Breakdown	Short-Term	Long-Term	Total Debt
<i>Managerial financial information (Amounts in thousands of Reais)</i>			
Loans and financing, real estate credit notes and debentures ¹	1,446,669	4,080,410	5,527,078
Obligations for the purchase of assets	420,756	10,627	431,384
Financial securities	-	57,558	57,558
Gross Debt	1,867,426	4,148,594	6,016,020
Cash and Cash Equivalents	(2,303,263)	(186,226)	(2,489,489)
Net debt	(435,837)	3,962,368	3,526,531

In April 2024, we successfully concluded ALLOS's 1st Debenture Issuance, raising R\$1.2 billion. The outcome reinforces the market's confidence in our business strategy and financial stability. We experienced excess demand and exercised the option for an additional lot, allowing us to reduce the expected cost of debt to CDI + 0.52% p.a., supporting the market's perception of low risk and the strength of our brand. It is worth highlighting that the table above does not reflect yet the effect of such fundraising, which extended the company's debt duration.

In March 2024, ALLOS' debt exposure linked to the CDI index was 84.4%.

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

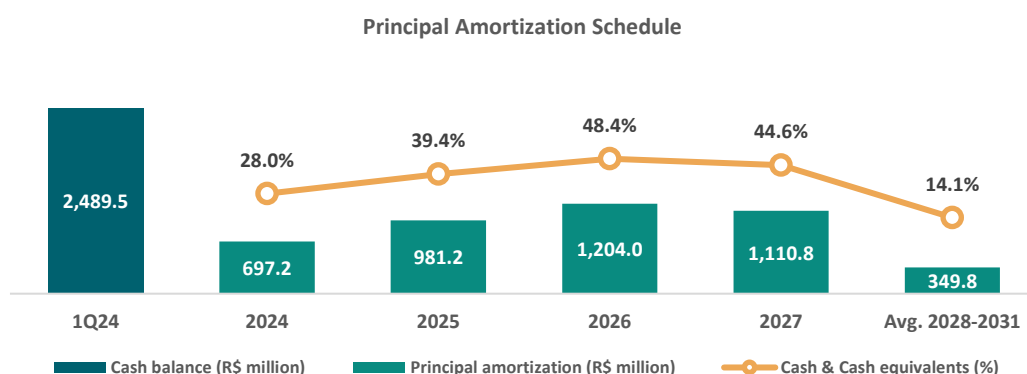


¹Considers debt at the end of the period, excluding obligations for purchasing assets.

²Pre-fixed indices include TR;

³Inflation indices include IPCA and IGP-DI.

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





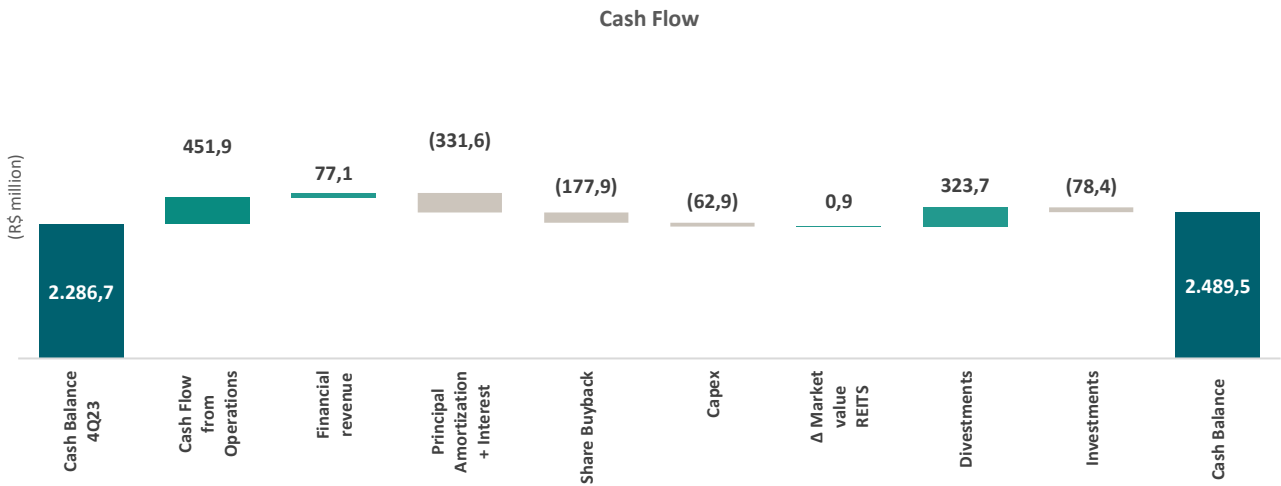
CAPEX

In the first quarter of 2024, ALLOS’s Capex was R\$62.9 million, invested mainly in maintenance and refurbishment of its malls, innovation projects, and software implementation and licensing.

Capex	1Q24
Managerial financial information	(Amounts in thousands of Reais)
Maintenance	17,916
Refurbishment	19,318
Expansions & Landbank	613
PP&E and Intangible	21,005
Other	4,075
Total	62,926
Total ex-Acquisitions	61,947

CASHFLOW

ALLOS presented operational cash generation of R\$451.9 million in the first three months of 2024. The cash balance change can be mainly explained by i) amount received from divestments; ii) principal and interest amortizations of loans; iii) share buyback; iv) capex, and v) other initiatives aligned with the Company’s long-term strategic planning.



OPERATIONAL PERFORMANCE

SALES PERFORMANCE

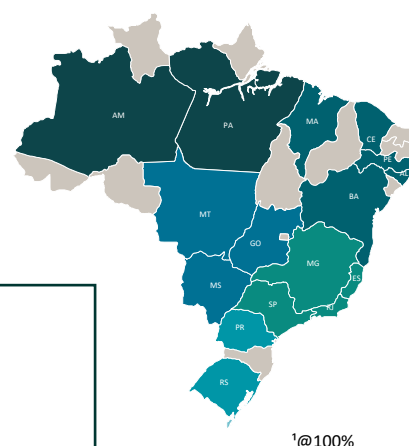
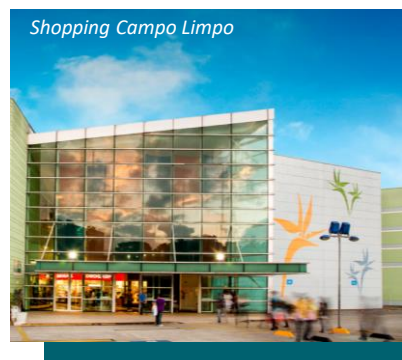
In the first quarter of 2024, ALLOS reached R\$9.0 billion in total sales. Same-base growth was 8.3% versus 1Q23, driven by mix renovation, investments in refurbishment and redevelopment, in addition to events held across the Company's malls. Sales per sqm reached R\$1,708 in 1Q24, with a positive variation of 8.2% compared to 1Q23.

The same-store sales (SSS) indicator reported an increase of 6.1% in 1Q24. The difference between the total sales performance and SSS supports the mix qualification in the period. The new stores expanded 30.9% compared to 1Q23, positively contributing to the portfolio's total performance.

In 1Q24, the sales performance highlights were: Shopping Campo Limpo (+21.3%), Parque Shopping Belém (+20.9%), Parque Shopping Maceió (+19.9%) and Caxias Shopping (+15.5%).

PERFORMANCE BY REGION¹

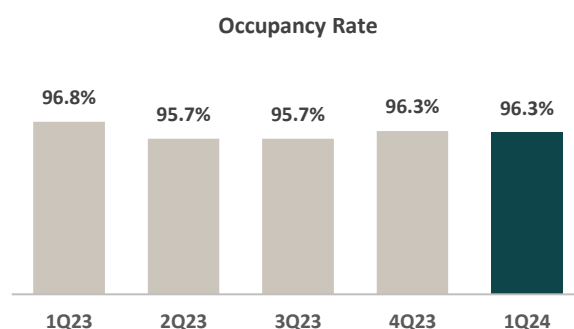
ALLOS has wide geographic capillarity, with shopping malls located in relevant urban centers, spread across 16 different states in Brazil. In the first quarter of 2024, malls located in the South region once again stood out, with a 9.3% growth in total sales, followed by the Northeast region with an 8.7% growth in total sales, compared to the same period in 2023.



SOUTH	NORTHEAST	SOUTHEAST	NORTH	MIDWEST
+ 9.3%	+ 8.7%	+ 8.6%	+ 7.6%	+ 5.9%

OCCUPANCY RATE AND LEASING ACTIVITY

At the end of 1Q24, the occupancy rate was 96.3% remaining stable versus the 4Q23, evidencing the strong leasing demand for areas in ALLOS' malls, equalizing the seasonal turnover of the first quarter.



In 1Q24, 150 contacts were from the Company's owned malls, representing an additional 21.0 thousand sqm of GLA. Considering managed third-party malls, 181 new operations were leased, equivalent to 24.0 thousand sqm.

Among the highlights of recently signed contracts are Gula Gula restaurant, at Shopping Leblon; Nagairo Sushi at Parque Dom Pedro and Lindt, at Shopping Del Rey.

Regarding the recent openings from the quarter, the highlights are Decathlon at Shopping Tijuca; four Vivara stores at Shopping Campo Limpo, Shopping Piracicaba, NorteShopping (Life by Vivara) and Independência Shopping (Life by Vivara); Loungerie, at NorteShopping; Kiko Milano at Parque Dom Pedro and NBA Store at Shopping Estação Cuicabá.

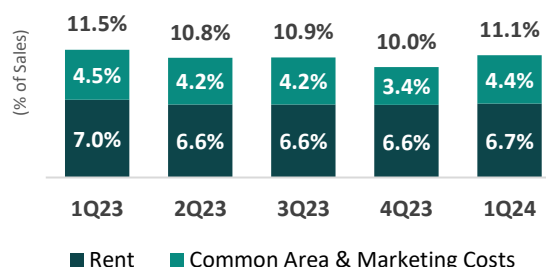


FINE-TUNING OUR STORE MIX

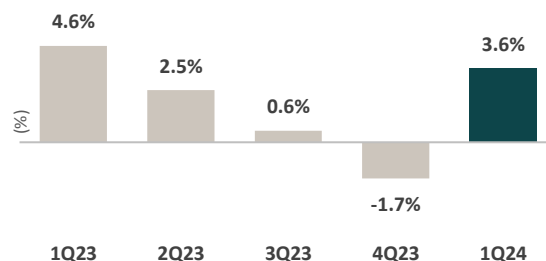
ALLOS increased its mix exposure to segments that support the share-of-life strategy. In this quarter, the leased GLA for these strategic segments increased by over 10,000 sqm, with +4,850 sqm leased for Convenience & Services stores, +4,350 sqm for Restaurants, and +1,530 sqm for leisure. As a result, 38% of the leased GLA is dedicated to these operations, driving the strategy to further engage and retain customers, encouraging them to spend more time in ALLOS' malls.



Occupancy Cost Breakdown



Net Delinquency



OCCUPANCY COST

In 1Q24, occupancy cost¹ was 11.1%, 40 bps lower than in 1Q23, due to strong sales growth in the quarter. Rent expenses represented 6.7%, while common-area charges and mall marketing fundexpenses accounted for 4.4% of the total cost.

¹Considers only tenants who had sales during the period.

NET DELINQUENCY

In the first quarter of 2024, net delinquency was 3.6%, representing a 100 bps reduction compared to the same period in 2023. This indicator shows the tenants great sales performance. It is worth noting the seasonality of net delinquency, which is usually higher in the first quarter of each year.



SUSTAINABILITY

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

RIO OPEN AND WHEELCHAIR TENNIS ELITE TOURNAMENT

ALLOS believes that sport has the ability to delight, impact, and transform people's lives. Therefore, it is proud to sponsor for the first time the biggest tennis tournament in South America! The 10th edition of the Rio Open took place at Jockey Club Brasileiro, with the participation of Carlos Alcaraz, the world number 2, Cameron Norrie, the current tournament champion, and other great tennis players who are among the best in the ATP ranking. To celebrate the 10th anniversary of the Rio Open, ALLOS had the honor of presenting the Wheelchair Tennis Elite, a new attraction at the tournament. From February 22nd to 24th, the international wheelchair tennis tournament gathered athletes from Brazil, Japan and Great Britain, who are part of the world's elite. ALLOS' debut as a sponsor of this inspiring tournament fills us with pride and reinforces our commitment to inclusion and diversity!



BACK-TO-SCHOOL DONATION CAMPAIGN

Recognizing education as a fundamental instrument for social transformation and building a better future, ALLOS held another edition of the Back to School campaign, mobilizing its visitors and employees to donate school materials to children in social vulnerability. Between January 15th and February 9th, the malls had collecting points for donations. The employees were able to help by delivering their donations to the malls' offices.



EmpoderaEla

ALLOS' malls were the stage for a series of activities aimed at the female audience between March 4 and 10. In celebration of Women's Month, the company promoted the sixth edition of the EmpoderaEla project. Based on the concept "Connected we are stronger", this year's campaign – as well as in 2023 – focused on female entrepreneurship. The objective of the action was to promote the connection of customers, partners and women shopkeepers, expanding discussions, the visibility of products, services and the opportunity to generate business. To this end, some ALLOS malls had collaborative pop-up stores, set up for the campaign and aimed at developing products and services from local entrepreneurs.

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

OPERATIONAL PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX



PHYGITAL TRANSFORMATION

Benefits Program

ALLOS is committed to providing unique experiences to consumers. Therefore, ALLOSTECH invests in initiatives to strengthen its relationship with consumers and offer an even more enchanting journey. In 1Q24, the app, a direct point of contact with the customer, presented a 24% growth in total members compared to the same period of the previous year, reaching the mark of nearly 2 million users, with 1 million being active members in the loyalty programs.

Through the malls' applications, consumers already have several benefits, including information about the mall and its stores and services, promotions, purchase of movie tickets and events, and payment for parking, among others. New updates will soon be launched to increase the attractiveness and improve the experience of consumers and tenants, bringing new features such as table reservation, events, digital menus, restaurant queue management, real-time maps, and gamification.

New tools:



Table reservation in restaurants



Queue management in restaurants



Digital Menu



Indoor Map

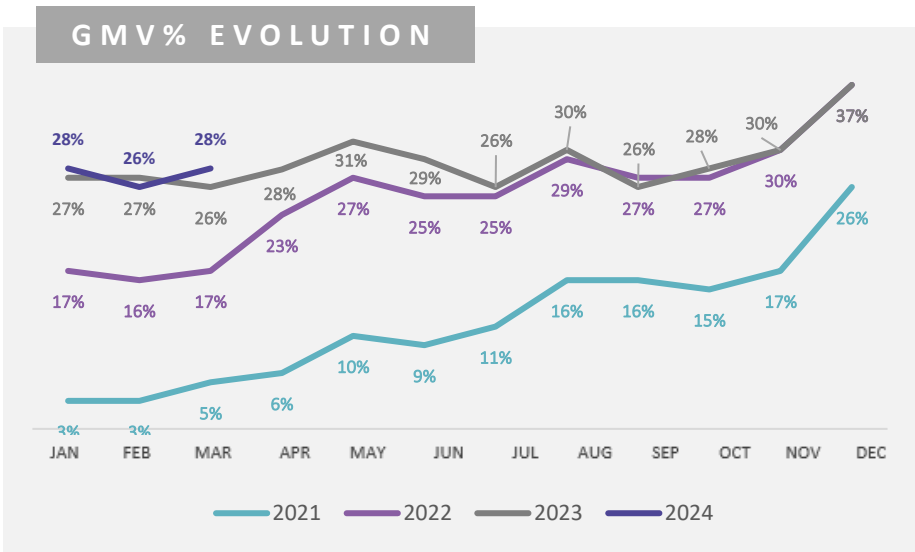


Booking/Purchasing Shopping Events



Gamification

Available within the malls' app, the benefits program, a channel designed to deeply know the consumer and influence positively, has its use increasingly dissipated and recurrent. The results speak for themselves: 1 out of every 3 sales made in the malls are already recognized, which resulted in the growth of the total GMV (Gross Merchandise Value) captured with the Benefits Program, which grew 15% compared to the first quarter of the previous year. In addition, the penetration of sales made in malls with the Program grew by +2 p.p. vs same period in 2023.



These excellent results show that ALLOSTECH's strategy of strengthening the relationship with the consumer and boosting sales is efficient. In 1Q24, 80% of the GMV (Gross Merchandise Value) captured came from active members in the last 180 days, an increase of 13% when compared to the same period of the previous year. In addition to transforming the knowledge acquired about the shopping journey, habits and preferences into a very valuable platform also for merchants and advertisers.

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

OPERATIONAL PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYGITAL TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX



PHYGITAL TRANSFORMATION

Perception of value for the advertisers

It is worth highlighting the importance of providing robust loyalty apps and programs. The data captured on customer behaviors and habits are powerful tools for monetizing these apps and loyalty programs through the media business. With this, Helloo now offers an audience, rather than just advertising space, a product with much greater perceived value for advertisers. The results can already be seen in the 49.0% growth in media revenues in 1Q24 compared to 1Q23.

Perception of value for the consumer and tenant

Following the growth in results, the consumer was able to enjoy more benefits offered by the Program in the last semester. In total, more than 900,000 benefits were used, and more than 1,800 were available in the malls' apps, surpassing the same period of the previous year by 14%. In addition, the total benefits offered by tenants also showed an incredible growth of 88% compared to the same period.

The tenant engagement also showed great results, adding approximately 400 stores with active benefits in our program on a recurring basis, showing how the tenants has invested in the Program as a valuable marketing tool and sales increase. The strengthening of the relationship between ALLOSTECH and tenants highlights the purpose of providing engaging experiences to consumers, resulting in success stories and significant growth in sales for stores.

Exemplifying the good results, the partnership with the tenant Biscoitê stood out as a success case: 5,000 benefits were used, generating a 7% increase in sales in the six malls in which the buy and win benefit was active. In addition, in the first month of the partnership with the Lindt tenant it has already had excellent results, more than 3,200 benefits used in the malls that are available.

Expansion of the Loyalty Program

All the results reinforce the Program's dissemination strategy. At the end of the first quarter, the successful launch of the Loyalty Program at Shopping Leblon was celebrated.

The program was born with the participation of 20% of the mall's tenants. The significant uptake demonstrates confidence and engagement with the new Program, while members are showing interest and actively participating, driven by the exclusive benefits offered to those who submit their invoices. In addition, the GMV (Gros Merchandise Value) captured in the first month of t' Program is 60% higher than that captured in the sai period of the previous year, when the MVP (Minimu Viable Product) format was adopted.

And towards the purpose of connecting people, businesses, and society, serving and delighting every day, in the second semester, the program will be launched in two more malls of the company, and in the first quarter of next year, all ALLOS malls will have their own shopping app with a loyalty program.



HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCE

OPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYGITAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX



MEDIA

FULL-SERVICE DELIVERY IN EVERY REGION

In the first quarter of 2024, Helloo, ALLOS’s media Company, expanded its coverage to over 100 shopping malls, solidifying its position as the largest media platform for Brazilian malls. This expansion attracted major advertisers like Disney, Burger King, McDonald’s, Netflix, Estácio, and Fast Shop.

In February 2024, Helloo introduced its latest venture to the advertising market: Helloo Live, a live marketing agency dedicated to executing special projects within Brazilian shopping malls. This new initiative perfectly aligns with ALLOS’s core mission, which aims to enrich the consumer experience within malls, encouraging deeper connections with brands.

The initiative was launched to maximize this revenue line, as Helloo is currently the only company capable of offering mall experiential activations for brands.

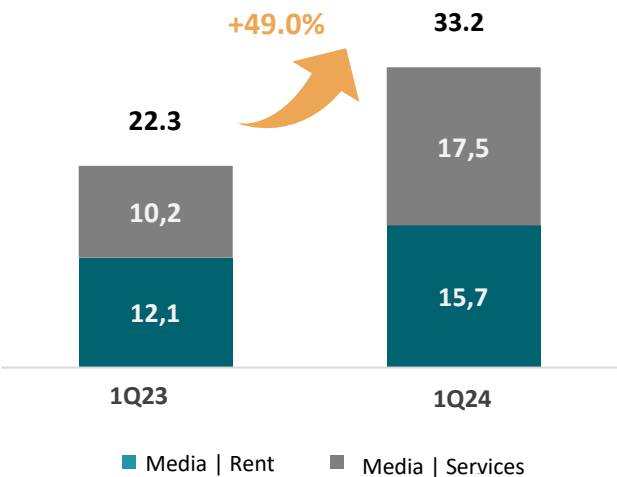
Helloo aims to provide a full-service delivery, combining expertise in out-of-home media distribution with years of experience developing special projects within shopping malls. This involves everything from conception and planning to delivery and analysis of campaign results.



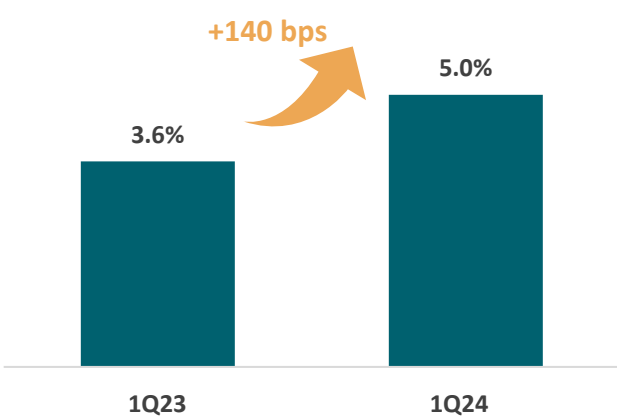
MEDIA REVENUE PROGRESS

Throughout 2023, ALLOS’s entire portfolio was leased by Helloo, which boosted the Company’s media business revenue. In 1Q24, the Company registered a revenue of R\$33.2 million, reflecting a 49.0% growth compared to 2023. As a percentage of gross revenue, media revenues advanced by 140 bps when comparing 1Q24 to 1Q23, illustrating the significant potential of this revenue line and the accelerated capture of synergies from the business combination.

Media Gross Revenue



Media as a % of Gross Revenue



HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL PERFORMANCE

OPERATIONAL PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

M&A

RECENT M&A TRANSACTIONS

Below are the details of the transactions with the respective updates from the quarter:

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

ACQUISITION OF UP TO 15% OF SHOPPING RIO SUL AND TOP SHOPPING DIVESTMENT

On May 2, 2024, ALLOS executed the Purchase and Sale Agreement for the total divestment of its 50% stake in Top Shopping located in Nova Iguaçu City, in the state of Rio de Janeiro. The transaction totaled R\$111.5 million, corresponding to a 9.3% cap rate based on the malls' estimated NOI for 2024. Of the total divestment amount, R\$40.0 million was received in cash, and the balance will be received in monthly installments.

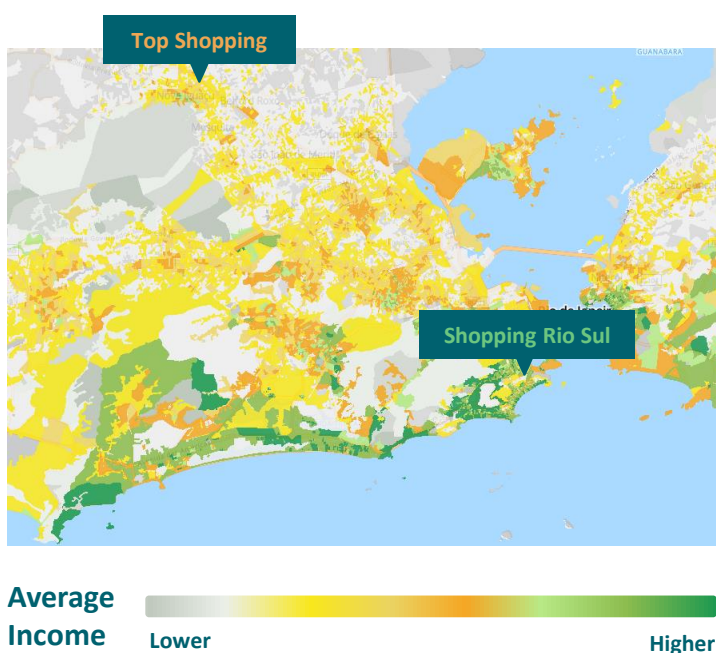
Top Shopping's transaction adds to the divestments announced in 2023, which totaled R\$1,8 billion with an average cap rate of 8.2%, considering tax efficiency, of which R\$1.5 billion has already been received until this report date.

ALLOS, in collaboration with financial and strategic investors, signed a binding document to acquire 54% of the stake indirectly held by FIP Retail in Shopping Rio Sul. If completed, ALLOS's investment will be up to 15% of the asset.

If the transaction is consummated, Shopping Rio Sul will be added to the ALLOS ecosystem, with the potential to enhance the asset's performance through its management, strengthen the Company's strategic positioning, and increase the return on this investment.

Shopping Rio Sul is located in the most valued region in Rio de Janeiro, the second-largest retail market in the country, and is considered one of Brazil's trophy assets. Regarding sales, Shopping Rio Sul will be the third-largest mall managed by the Company and, in terms of NOI, the fourth largest, strengthening its competitive position.

The conclusion of the transaction is subject to the fulfillment of conditions precedent, such as the approval by the antitrust authority—CADE (as applicable), the execution of all transaction documents, and the obtaining of the partners' consent or waiver of the right of first refusal.



PORTFOLIO

Owned Malls	State	Ownership	Total GLA (sqm)	Owned GLA (sqm)	Occupancy Rate (%)	Services rendered
Amazonas Shopping	AM	28.0%	38,353	10,754	95.9%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50.0%	21,758	10,879	97.7%	-
Bangu Shopping	RJ	100.0%	58,335	58,335	94.0%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80.0%	39,428	31,538	97.2%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70.0%	41,666	29,166	98.7%	A / C / CSC
Carioca Shopping	RJ	100.0%	34,090	34,090	90.7%	A / C / CSC
Catuaí Shopping Londrina	PR	93.0%	57,420	53,401	98.3%	A / C / CSC
Catuaí Shopping Maringá	PR	100.0%	33,571	33,571	94.1%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65.0%	28,182	18,318	97.7%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21.0%	56,917	11,953	97.5%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60.0%	37,527	22,516	94.2%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76.9%	18,725	14,405	97.2%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48.8%	28,351	13,847	97.3%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83.4%	23,653	19,736	98.0%	A / C / CSC
Jardim Sul	SP	60.0%	28,739	17,243	96.2%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100.0%	47,146	47,146	99.2%	A / C / CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	60.0%	42,070	25,242	99.0%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72.5%	71,187	51,611	96.7%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro Shopping	SP	51.3%	126,382	64,859	98.2%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51.0%	33,978	17,329	98.7%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceió	AL	50.0%	39,891	19,946	98.3%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90.0%	74,432	66,989	93.9%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100.0%	44,558	44,558	98.4%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	60.0%	23,978	14,387	95.9%	A / C / CSC
Rio Anil	MA	50.0%	39,519	19,760	96.1%	A / C
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60.0%	42,901	25,741	93.8%	A / C / CSC
São Luís Shopping	MA	15.0%	55,167	8,275	71.8%	-
Shopping ABC	SP	1.3%	48,079	611	89.5%	-
Shopping Campo Grande	MS	70.9%	40,243	28,532	96.2%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20.0%	30,009	6,002	98.0%	A / C / CSC
Shopping Curitiba	PR	49.0%	22,525	11,037	91.2%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71.5%	70,758	50,585	97.0%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80.0%	38,199	30,559	97.9%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75.0%	48,312	36,234	94.9%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50.0%	43,084	21,542	97.0%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51.0%	28,320	14,443	98.2%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100.0%	18,729	18,729	87.8%	A / C / CSC
Shopping Metrópole	SP	100.0%	28,907	28,907	95.4%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40.0%	32,657	13,063	95.5%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75.3%	45,001	33,899	97.9%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30.8%	80,180	24,719	98.4%	C
Shopping Taboão	SP	92.0%	37,078	34,112	97.3%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100.0%	48,481	48,481	98.3%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	100.0%	35,574	35,574	97.5%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50.0%	71,105	35,553	97.4%	A / C / CSC
Shopping Village Caxias do Sul	RS	71.0%	29,662	21,060	96.6%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63.4%	28,260	17,917	97.1%	A / C / CSC
Top Shopping	RJ	50.0%	31,664	15,832	75.4%	-
Via Parque Shopping	RJ	9.2%	56,510	5,196	90.5%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	90.0%	11,809	10,628	100.0%	N/A
Total Portfolio		62.9%	2,113,070	1,328,809	96.3%	

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCEOPERATIONAL
PERFORMANCE

ESG

PHYSICAL
TRANSFORMATIONM&A &
DEVELOPMENT

PORTFOLIO

ANNEX

APPENDIX

EXPANSION, RENOVATION AND REDEVELOPMENT PROJECTS



Expansion:
+5 '000 sqm
Projects under development

**PARQUE
SHOPPING
MACEIÓ**



Renovation:
Projects under development

**GOIÂNIA
SHOPPING**



Renovation:
Under construction

**SHOPPING
DEL REY**



Renovation:
Under construction

**CENTER
UBERLÂNDIA**



EXPANSION



RENOVATION



REDEVELOPMENT



Renovation:

1st stage: Concluded in 2022
2nd stage: Concluded in 2023
3rd stage: Under construction
4th and 5th stage: 2025

PARQUE DOM PEDRO



Renovation:

Under construction

SHOPPING DA BAHIA



Renovation:

Under construction

SHOPPING VILLA LOBOS



Redevelopment:

Projects under development

SHOPPING RECIFE



Redevelopment:

Under construction

SHOPPING LEBLON



EXPANSION



RENOVATION



REDEVELOPMENT

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			10.4%	845,093	15.1%	
Bradesco	TR	7.2%	8.6%	86,009	1.5%	Aug-27
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	11.3%	12.8%	66,269	1.2%	Jun-27
Itaú	TR	9.9%	11.4%	67,202	1.2%	May-30
Santander	TR	6.8%	8.2%	48,073	0.9%	Jun-25
CRI Mapa 4	TR	9.0%	10.5%	577,540	10.3%	Mar-25
CDI			13.8%	4,720,309	84.4%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	1.0%	13.5%	100,315	1.8%	Jun-29
Debenture (6ª emissão. 1ª série)	CDI	1.4%	13.9%	1,010,782	18.1%	Aug-27
Debenture (5ª emissão. 1ª série)	CDI	1.4%	14.0%	235,485	4.2%	Mar-27
Debenture (5ª emissão. 2ª série)	CDI	1.6%	14.1%	266,627	4.8%	Mar-29
Debenture XII (CRI - ICVM 400)	CDI	1.2%	13.7%	492,688	8.8%	Jul-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM 160)	CDI	1.0%	13.5%	316,010	5.6%	Mar-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM 160)	CDI	1.2%	13.7%	298,284	5.3%	Mar-30
10ª Debenture	CDI	1.3%	13.8%	941,004	16.8%	Nov-27
CRI Cima	113,55% CDI	0.0%	14.0%	391,636	7.0%	Oct-26
CCB Bradesco	CDI	1.6%	14.1%	272,410	4.9%	Apr-25
CCB Itaú	CDI	1.3%	13.8%	325,455	5.8%	Oct-26
CRI Villa Lobos	CDI	1.8%	14.3%	69,615	1.2%	May-31
IGP-DI			4.1%	28,692	0.5%	
Gaia Securitizadora (CRI)	IGP-DI ²	8.0%	4.1%	28,692	0.5%	May-25
Total			13.3%	5,594,094	100.0%	
Total			CDI+	0.8%		

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

Debt Breakdown Consolidated	Financial Statements Main indicators	Effects of CPC 18/19	Managerial Main indicators
<i>(amounts in thousands of reais)</i>			
Loans and financing, real estate credit notes and debentures	5,527,078	0	5,527,078
Obligations for the purchase of assets	432,171	(787)	431,383
Financial securities	57,558	-	57,558
Gross Debt	6,016,806	(787)	6,016,019
Cash and Cash Equivalents	(2,589,386)	99,896	(2,489,489)
Net debt	3,427,421	99,109	3,526,530

RECONCILIATION OF THE CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS

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

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

CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS FOR MARCH 31st, 2023 AND 2024

Consolidated Income Statement	1Q24	1Q23	1Q24 / 1Q23 Δ%	1Q23 Proforma	1Q24 / 1Q23 Δ% Proforma
<i>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</i>					
Gross revenue from rent and services	695,094	667,563	4.1%	n/a	n/a
Taxes, contributions and other deductions	(50,735)	(46,150)	9.9%	n/a	n/a
Net revenue	644,358	621,413	3.7%	n/a	n/a
Cost	(181,865)	(217,174)	-16.3%	n/a	n/a
Cost of rent and services	(62,355)	(66,220)	-5.8%	n/a	n/a
Depreciation and amortization	(119,511)	(150,955)	-20.8%	n/a	n/a
Gross income	462,493	404,238	14.4%	n/a	n/a
Operating income/(expenses)	(183,025)	4,289,406	n/a	n/a	n/a
Sales, general and administrative expenses	(133,299)	(105,351)	26.5%	n/a	n/a
Long-term incentive plan	1,039	(3,546)	n/a	n/a	n/a
Equity income	18,149	21,386	-15.1%	n/a	n/a
Depreciation and Amortization expenses	(37,585)	(29,052)	29.4%	n/a	n/a
Other net income (expenses)	(31,328)	4,405,969	n/a	n/a	n/a
Financial income/(expenses)	(103,191)	(143,582)	-28.1%	n/a	n/a
Net income before taxes and social contributions	176,277	4,550,063	-96.1%	n/a	n/a
Current income and social contribution taxes	(66,484)	(52,900)	25.7%	n/a	n/a
Deferred income and social contribution taxes	17,579	(1,498,013)	n/a	n/a	n/a
Net income in the period	127,373	2,999,150	-95.8%	-	n/a
Income (loss) attributable to:					
Controlling Shareholders	93,957	2,974,981	-96.8%	n/a	n/a
Minority Shareholders	33,416	24,169	38.3%	n/a	n/a
Net income in the period	127,373	2,999,150	-95.8%	-	n/a

Managerial Income Statement	1Q24	1Q23	1Q24 / 1Q23 Δ%	1Q23 Proforma	1Q24 / 1Q23 Δ% Proforma
<i>(Amounts in thousands of Reais, except percentages)</i>					
Gross revenue from rent and services	672,221	645,168	4.2%	617,504	8.9%
Taxes, contributions and other deductions	(49,747)	(44,853)	10.9%	(44,853)	10.9%
Net revenue	622,474	600,315	3.7%	572,651	8.7%
Cost	(176,928)	(208,788)	-15.3%	(204,334)	-13.4%
Cost of rent and services	(30,261)	(33,446)	-9.5%	(30,177)	0.3%
Depreciation and amortization	(117,015)	(148,981)	-21.5%	(148,982)	-21.5%
Gross income	445,546	391,527	13.8%	368,317	21.0%
Operating income/(expenses)	(204,315)	4,281,968	n/a	4,281,968	n/a
Sales, general and administrative expenses	(104,415)	(99,792)	4.6%	(99,792)	4.6%
Long-term incentive plan	(5,157)	(3,546)	45.4%	(3,546)	45.4%
Equity Income	-	-	n/a	-	n/a
Depreciation and Amortization expenses	(37,613)	(29,556)	27.3%	(29,556)	27.3%
Other net income (expenses)	(57,130)	4,414,862	n/a	4,414,862	n/a
Financial income/(expenses)	(109,225)	(146,068)	-25.2%	(146,068)	-25.2%
Net income before taxes and social contributions	132,005	4,527,426	-97.1%	4,504,216	-97.1%
Current income and social contribution taxes	(58,250)	(54,227)	7.4%	(54,227)	7.4%
Deferred income and social contribution taxes	17,310	(1,498,217)	n/a	(1,498,217)	n/a
Net income in the period	91,065	2,974,982	n/a	2,951,772	n/a

BALANCE SHEET

Managerial Balance Sheet	ALLOS Financial Statements		Adjustments		ALLOS Managerial Consolidated	
	31/03/2024	31/12/2023	31/03/2024	31/12/2023	31/03/2024	31/12/2023
ASSETS <i>(amounts in thousands of Reais)</i>						
Current						
Cash and cash equivalents	36,779	44,317	254	(2,693)	37,034	41,625
Short-term investments	2,366,380	2,088,913	(100,151)	(32,342)	2,266,229	2,056,571
Accounts receivable	487,052	646,315	29,725	1,546	516,778	647,861
Dividends receivable	1,030	743	(1,030)	(743)	0	0
Taxes recoverable	111,049	124,142	148	1,494	111,197	125,636
Anticipated expenses	28,750	24,148	(1,038)	(390)	27,713	23,759
Values receivable	-	-	-	-	-	-
Other receivables	618,862	895,741	7,239	7,226	626,101	902,966
Total	3,649,904	3,824,320	(64,852)	(25,901)	3,585,052	3,798,419
Non-Current Assets held for sale	-	-	-	-	-	-
Total Current Assets and non-current assets held for sale	3,649,904	3,824,320	(64,852)	(25,901)	3,585,052	3,798,419
Non-Current						
Taxes recoverable	34,785	43,321	124	171	34,909	43,491
Deferred income and social contribution tax	802	722	(79)	(75)	723	647
Legal deposits	180,446	149,184	(127)	(259)	180,319	148,925
Borrowings and other accounts receivable	11,890	17,098	(11,890)	(17,098)	-	-
Values receivable	31,495	-	(31,495)	-	-	-
Derivative financial instruments	-	3,378	-	-	-	3,378
Anticipated expenses	24,047	27,474	(10)	(12)	24,037	27,462
Long-term investments	186,226	188,521	-	0	186,226	188,522
Other receivables	107,371	118,360	1,703	1,676	109,074	120,035
Investments	772,632	695,186	(729,251)	(688,555)	43,381	6,631
Properties for investment	21,363,201	21,661,102	(251,024)	(404,499)	21,112,176	21,256,602
Property, plant and equipment	84,375	86,970	(94)	(65)	84,281	86,905
Intangible assets	829,619	843,459	103,415	103,398	933,034	946,857
Total Non-current Assets	23,626,890	23,834,775	(918,729)	(1,005,319)	22,708,161	22,829,456
Total Assets	27,276,794	27,659,094	(983,581)	(1,031,220)	26,293,213	26,627,874
LIABILITIES <i>(amounts in thousands of Reais)</i>						
Current						
Suppliers	73,683	91,535	1,907	2,575	75,591	94,109
Loans and financing, real estate credit notes and debentures	1,446,669	636,456	-	(0)	1,446,669	636,456
Taxes and contributions payable	80,060	94,933	(3,757)	(2,271)	76,303	92,662
Deferred income	13,227	14,265	421	432	13,648	14,696
Dividends payable	622,006	620,283	(7,391)	(7,186)	614,614	613,097
Obligations for purchase of assets	421,363	423,723	(607)	(0)	420,756	423,722
Leasing	22,177	23,021	5,251	5,112	27,429	28,133
Provision for contingencies	-	-	-	14,787	-	14,787
Other liabilities	149,530	233,119	(561)	203	148,969	233,323
Total Current Liabilities and liabilities related to non-current assets held for sale	2,828,714	2,137,333	(4,736)	13,652	2,823,977	2,150,985
Non-Current						
Loans and financing, real estate credit notes and debentures	4,080,409	5,042,475	-	0	4,080,410	5,042,475
Taxes and contributions to collect	17,695	17,715	3,312	3,861	21,007	21,576
Deferred income	33,113	31,956	1,275	1,308	34,387	33,264
Financial securities	57,558	50,592	-	-	57,558	50,592
Deferred income and social contribution tax	4,827,377	4,840,550	(5,125)	(5,180)	4,822,253	4,835,371
Obligations for the purchase of assets	10,807	29,294	(179)	(0)	10,627	29,294
Leasing	160,503	163,688	81,331	82,697	241,834	246,385
Other liabilities	11,408	11,558	(5,210)	(5,053)	6,198	6,505
Provision for contingencies	242,211	229,200	(1,161)	(15,655)	241,050	213,545
Total Non-Current Liabilities	9,441,081	10,417,028	74,243	61,979	9,515,324	10,479,007
Shareholders' Equity <i>(amounts in thousands of Reais)</i>						
Share capital	14,747,598	14,747,598	-	-	14,747,598	14,747,598
Expenditure on issuance of shares	(72,332)	(72,332)	-	-	(72,332)	(72,332)
Capital reserves	851,769	843,433	-	-	851,769	843,433
Legal reserve	199,339	199,339	-	-	199,339	199,339
Shares held in treasury	(611,826)	(433,928)	-	-	(611,826)	(433,928)
Retained earnings (losses)	91,066	(1)	36,750	0	127,815	(1)
Income reserves	2,715,864	2,718,089	-	-	2,715,864	2,718,089
Carrying value adjustments	(4,004,316)	(4,004,316)	-	-	(4,004,316)	(4,004,316)
Minority Interest	1,089,834	1,106,850	(1,089,834)	(1,106,850)	-	-
Total Shareholders' Equity	15,006,997	15,104,733	(1,053,084)	(1,106,850)	13,953,912	13,997,883
Total liabilities and shareholders' equity	27,276,793	27,659,094	(983,578)	(1,031,219)	26,293,213	26,627,875

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCEOPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

CASH FLOW

Cash Flow Statement	ALLOS Financial Statements 31/03/2024	Adjustments 31/03/2024	ALLOS Managerial Consolidated 31/03/2024
(amounts in thousands of reais)			
Operating Activities			
Net Profit for the period	127,373	(36,308)	91,065
Adjustments to net profit due to:	-	-	-
Straight line rent adjustment	803	(6,882)	(6,079)
Depreciation and Amortization	157,095	(5,070)	152,025
Equity Income	(18,149)	18,149	-
Provisions for doubtful accounts	13,383	(330)	13,053
Stock Option plan	13,543	0	13,543
Monetary variation over financial debts	161,877	4,981	166,858
Fair value of financial derivatives instruments	11,678	(0)	11,678
Deferred income and social contribution tax	(17,580)	270	(17,310)
(Gain) loss on sale of investment property	(10,159)	14,939	4,780
Income financial debts	(61,162)	27,548	(33,614)
Provision for loss of investments and investment properties	36,909	(0)	36,909
Others	(12,205)	(74)	(12,279)
	403,406	17,224	420,630
Decrease (increase) in assets	117,543	26,663	144,206
Accounts receivable	105,699	13,067	118,766
Legal deposits	(16,451)	(42)	(16,493)
Taxes recoverable	21,623	1,393	23,016
Others	6,672	12,245	18,917
Increase (decrease) in liabilities	(42,585)	(10,990)	(53,575)
Suppliers	(17,497)	(805)	(18,302)
Collectable taxes	36,020	3,161	39,181
Other obligations	(63,192)	(13,337)	(76,529)
Deferred income	2,084	(10)	2,074
Taxes paid - IRPJ e CSLL	(34,630)	5,094	(29,536)
Taxes paid - PIS, COFINS e ISS	(32,153)	864	(31,289)
Net Cash Used in Operating Activities	411,581	38,855	450,436
Investment Activities			
Acquisition of fixed assets	(1,958)	29	(1,929)
Acquisition of Intangible Assets	(19,512)	175	(19,337)
Acquisition of properties for investment - Shopping malls	(38,921)	(5,003)	(43,924)
Capital increase/Decrease in controlled companies	(160)	160	-
Decrease (increase) in investments	411,207	(89,631)	321,576
Payment for acquisition of equity interest	(78,400)	-	(78,400)
Capital decrease in subsidiaries/ associates/ amortization of cotas	2,303	(161)	2,142
Decrease (increase) in short-term investments	(142,824)	29,047	(113,777)
Dividends and interest on capital received	15,585	(15,585)	-
Net Cash Used in Investment Activities	147,320	(80,968)	66,352
Financing Activities			
Receipt of loans to related parties	5,208	(5,208)	-
Interest payment - loans, financings and real estate credit notes	(45,271)	0	(45,271)
Principal payment loans and financing and real estate credit notes	(55,695)	(0)	(55,695)
Interest payment - debentures	(164,645)	0	(164,645)
Principal payment - debentures	(47,008)	(0)	(47,008)
Payment of debenture structuring costs	(96)	-	(96)
Leasing - Payment of interest	(986)	0	(986)
Leasing - Payment of principal	(7,326)	(3,559)	(10,885)
Buyback Program	(177,898)	-	(177,898)
Dividends paid to non-controlled stockholders	(53,826)	53,826	-
of obligations for the purchase of companies	(18,897)	1	(18,896)
Net Cash Used in Financing Activities	(566,440)	45,061	(521,379)
Net cash and cash equivalent increase (reduction)	(7,539)	2,947	(4,592)
Cash and Cash Equivalents at the end of the period	36,779	255	37,034
Cash and Cash Equivalents at the beginning of the period	44,317	(2,692)	41,625
Net change in Cash and Cash Equivalents	(7,538)	2,947	(4,591)

HIGHLIGHTS

MESSAGE FROM
MANAGEMENT

MAIN INDICATORS

FINANCIAL
PERFORMANCEOPERATIONAL
PERFORMANCE

SUSTAINABILITY

PHYSICAL
TRANSFORMATION

MEDIA

M&A

APPENDIX

RECONCILIATION BETWEEN CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS | 2024

Conciliation Financial statements vs. Managerial financial information Period ended March 31st, 2024	ALLOS Consolidated 2024 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2024 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais)</i>			
Gross revenue from rental and services	695,094	(22,873)	672,221
Taxes and contributions and other deductions	(50,735)	989	(49,747)
Net revenues	644,358	(21,885)	622,474
Cost of rentals and services	(181,865)	4,937	(176,928)
Gross income	462,493	(16,948)	445,546
Operating income/expenses	(183,025)	(21,290)	(204,315)
Sales, general and administrative expenses	(114,719)	10,304	(104,415)
Long-term incentive plan	(17,541)	12,384	(5,157)
Equity Income	18,149	(18,149)	-
Depreciation and Amortization	(37,585)	(28)	(37,613)
Other net operating income (expenses)	(31,328)	(25,802)	(57,130)
Financial income/(expenses)	(103,191)	(6,034)	(109,225)
Net income before taxes and social contributions	176,277	(44,272)	132,005
Income and social contribution taxes	(48,904)	7,965	(40,940)
Net income in the period	127,373	(36,307)	91,065
Income attributable to:			
Controlling shareholders	91,066	(1)	91,065
Minority shareholders	36,307	(36,307)	-
Net income in the period	127,373	(36,307)	91,065
<i>(amounts in thousands of reais, except percentages)</i>			
Net income for the period	127,373	(36,307)	91,065
(+) Depreciation and amortization	157,096	(2,467)	154,629
(+)/(-) Financial expenses / (income)	103,191	6,034	109,225
(+) Income and social contribution taxes	48,904	(7,965)	40,940
EBITDA	436,564	(40,705)	395,859
EBITDA margin %	67.8%		63.6%
(+)/(-) Non-recurring (expenses)/income	31,328	26,142	57,470
Adjusted EBITDA	467,892	(14,563)	453,329
Adjusted EBITDA margin %	72.6%		72.8%
<i>(amounts in thousands of reais, except percentages)</i>			
Net income for the period	127,373	(36,307)	91,065
(+) Depreciation and amortization	157,096	(2,467)	154,629
(=) FFO *	284,469	(38,775)	245,694
FFO margin %			
(+)/(-) Non-recurring expenses	31,328	26,142	57,470
(-) Straight line rent adjustments - CPC 06	(4,560)	(1,518)	(6,079)
(+)/(-) Non-cash taxes	(17,579)	269	(17,310)
(+)/(-) SWAP	(6,977)	17,321	10,344
(+)/(-) Other non-recurring financial expenses	(44,334)	43,898	(436)
(=) Adjusted FFO *	242,346	47,337	289,683
AFFO margin %	37.9%		47.0%

* Non-accounting indicators

RECONCILIATION BETWEEN CONSOLIDATED AND MANAGERIAL FINANCIAL STATEMENTS | 2023

Conciliation Financial statements vs. Managerial financial information Period ended March 31st, 2023	ALLOS Consolidated 2023 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2023 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais)</i>			
Gross revenue from rental and services	667,563	(22,395)	645,168
Taxes and contributions and other deductions	(46,150)	1,298	(44,853)
Net revenues	621,413	(21,098)	600,315
Cost of rentals and services	(217,174)	8,386	(208,788)
Gross income	404,238	(12,712)	391,527
Operating income/expenses	4,289,406	(7,438)	4,281,968
Sales, general and administrative expenses	(91,356)	(8,436)	(99,792)
Long-term incentive plan	(17,541)	13,995	(3,546)
Equity Income	21,386	(21,386)	-
Depreciation and Amortization	(29,052)	(504)	(29,556)
Other net operating income (expenses)	4,405,969	8,893	4,414,862
Financial income/(expenses)	(143,582)	(2,486)	(146,068)
Net income before taxes and social contributions	4,550,063	(22,636)	4,527,426
Income and social contribution taxes	(1,550,912)	(1,532)	(1,552,444)
Net income in the period	2,999,150	(24,168)	2,974,982
Income attributable to:	-	-	-
Controlling shareholders	2,974,981	1	2,974,982
Minority shareholders	24,169	(24,169)	-
Net income in the period	2,999,150	(24,168)	2,974,982

Conciliation between EBITDA / Adjusted EBITDA Period ended March 31st, 2023	ALLOS Consolidated 2023 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2023 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais, except percentages)</i>			
Net income for the period	2,999,150	(24,168)	2,974,982
(+) Depreciation and amortization	180,007	(1,469)	178,538
(+)/(-) Financial expenses / (income)	143,582	2,486	146,068
(+) Income and social contribution taxes	1,550,912	1,532	1,552,444
EBITDA	4,873,651	(21,619)	4,852,032
EBITDA margin %	784.3%		808.2%
(+)/(-) Non-recurring (expenses)/income	(4,405,969)	(9,787)	(4,415,756)
Adjusted EBITDA	467,682	(31,406)	436,276
Adjusted EBITDA margin %	75.3%		72.7%

Conciliation between FFO / Adjusted FFO Period ended March 31st, 2023	ALLOS Consolidated 2023 - Financial Statements	Adjustments	ALLOS Consolidated 2023 - Managerial
<i>(amounts in thousands of reais, except percentages)</i>			
Net income for the period	2,999,150	(24,168)	2,974,982
(+) Depreciation and amortization	180,007	(1,469)	178,538
(=) FFO *	3,179,157	(25,637)	3,153,520
FFO margin %	0.0%		0.0%
(+)/(-) Non-recurring expenses	(4,405,969)	(9,787)	(4,415,756)
(-) Straight line rent adjustments - CPC 06	7,875	(652)	7,223
(+)/(-) Non-cash taxes	1,498,013	204	1,498,217
(+)/(-) SWAP	(6,977)	(5,294)	(12,270)
(+)/(-) Other non-recurring financial expenses	(44,334)	49,687	5,353
(=) Adjusted FFO *	227,764	8,521	236,285
AFFO margin %	36.2%		38.9%

* 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.

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