

RELATÓRIO DE RESULTADOS 3T26

ALLOS



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

PORTUGUÊS
Com tradução simultânea para inglês

6 de novembro de 2026 – 6ª feira
11:00 (BRT) | 09:00 (US ET)

Webcast - Clique aqui

Para analistas que queiram se candidatar ao Q&A – Clique aqui

CONTATOS RI

Daniella Guanabara
Diretora Financeira e de RI

André Coutinho
Diretor de RI

Diego Canuto
Gerente de RI

Tel.: +55 (21) 2583-9800
E-mail: ri@allos.com.br
ri.allos.com.br

3T26

FFO CRESCE 28,5% E MARGEM EBITDA FECHA EM 74,7%

Rio de Janeiro, 5 de novembro de 2026 – A ALLOS S.A. (B3: ALOS3), a mais inovadora plataforma de experiências, entretenimento, serviços, lifestyle e compras da América Latina, anuncia seus resultados do terceiro trimestre de 2026 (3T26). A Companhia, ao final do 3T26, detinha participação em 45 shopping centers, totalizando 1.911 mil m² de ABL Total e 1.260 mil m² de ABL Própria. A Companhia também prestou serviços de planejamento, administração e comercialização a 6 shopping centers de terceiros com uma ABL Total de 204,8 mil m².

DESTAQUES DO 3T26

FFO CRESCE 28,5% NO 3T26

O FFO somou R$ 384,5 milhões no trimestre, alta de 28,5%, impulsionada pelo desempenho em mídia, pelo desenvolvimento imobiliário e pela redução de despesas. Excluindo o Shopping Tijuca, o avanço seria de 31,2%.

RECEITA SOBE 18,2%

A receita líquida atingiu R$ 776,5 milhões no 3T26 (+18,2%), acelerada pelas receitas com desenvolvimento imobiliário e mídia. O SSR foi de 5,1%[1], com renovações acima da inflação.

MÍDIA CRESCE 44,7%

As receitas de mídia somaram R$ 82,4 milhões, o que correspondeu a cerca de 10,0% da receita bruta da Companhia. No terceiro trimestre, assumimos a operação de mídia em mais 6 aeroportos. Agora, são 12 aeroportos com mídia operada pela Helloo.

DESENVOLVIMENTO IMOBILIÁRIO

No 3T26 fizemos mais um lançamento imobiliário em um dos nossos principais shoppings, o Shopping da Bahia. Uma parceria com a Moura Dubeux, O projeto Beach Class Bahia terá 612 unidades residenciais e conexão exclusiva ao shopping.

VENDAS CRESCEM 3,8%[1]

As vendas dos nossos shoppings somaram R$ 10,0 bilhões no trimestre. O SSS foi de 2,7%[1], com destaque para os segmentos de Conveniência, Serviços e Lazer com SSS de 10,3% e Alimentação com 7,3%. No mês de setembro, o crescimento das vendas já foi próximo de 6%.

MARGEM EBITDA DE 74,7% COM SG&A 5,7% MENOR

O EBITDA atingiu R$ 580,1 milhões (+20,9%), com margem 164 bps maior, de 74,7%, potencializada pela redução de 5,7% em SG&A. No ano, as despesas de SG&A recuam 8,2%.

GUIDANCE DE DIVIDENDOS PARA 2027

Anunciamos o novo *Guidance* de dividendos e/ou JCP mensais entre R$ 0,28 e R$ 0,30 por ação, por mês a serem pagos ao longo de 2027, mantendo o mesmo patamar de 2026 e a alavancagem em torno de 2,0x (dívida líquida/EBITDA).

APPS E PROGRAMA DE BENEFÍCIOS

Seguimos ampliando a cobertura dos shoppings pelos nossos APPs. Com os lançamentos no Goiânia Shopping e no Shopping Vila Velha, passamos a estar presentes em 39 shoppings, em 24 cidades de todas as regiões do país. A audiência atingiu 17,6 milhões de sessões no 3T26, um crescimento de 9%, e o GMV identificado pelo Programa de Benefícios alcançou R$ 1,45 bilhão, um avanço de 19% em relação ao 3T25[1].

[1]Indicador considera o portfólio sem o Shopping Tijuca.

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

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O terceiro trimestre de 2026 foi de aceleração dos nossos resultados. A combinação do crescimento de receitas, do controle das despesas e da contribuição crescente das verticais de mídia e desenvolvimento imobiliário levou o EBITDA e o FFO a crescerem acima de 20% em relação ao 3T25.

No 3T26, as vendas dos nossos shoppings cresceram 3,8%[1] em relação ao 3T25, atingindo R$ 9,8 bilhões[1] no trimestre. O indicador de vendas mesmas lojas (SSS) fechou em 2,7%[1], com destaque para os segmentos de conveniência, serviços e lazer, com SSS de 10,3% e Alimentação, com 7,3%. Em setembro, o crescimento das vendas já foi na casa dos 6%.

Encerramos o trimestre com taxa de ocupação de 95,2%[1], refletindo principalmente a devolução de 16 lojas de um grupo varejista de eletroeletrônicos em recuperação judicial. Todas as lojas devolvidas já possuem contratos novos assinados ou em negociações avançadas. Além disso, nosso estoque geral de propostas em aprovação era de 184 ao final do 3T26, 52 propostas a mais que ao final do 3T25. Esses dados mostram que há uma demanda consistente por nossos espaços comerciais. No trimestre, assinamos 253 novos contratos de locação, que representam cerca de 40 mil m² de ABL. Entre os destaques estão a H&M no Shopping Tamboré, a Sephora no Shopping Recife e a ampliação de sua loja no Shopping Leblon, a Adidas no Shopping Leblon e no Shopping da Bahia e o restaurante Fazenda Churrascada no Shopping Del Rey.

A receita líquida atingiu R$ 776,5 milhões no 3T26, crescimento de 18,2% em relação ao 3T25, impulsionada pelas verticais de desenvolvimento imobiliário e mídia. O indicador de aluguel mesmas lojas (SSR) foi de 5,1%[1], refletindo nossa capacidade de negociar renovações com ganhos reais. As receitas de estacionamento avançaram 12,1%, para R$ 140,4 milhões, e as receitas de serviços cresceram 31,4%, para R$ 113,1 milhões.

As receitas de mídia seguem ganhando tração e somaram R$ 82,4 milhões, alta de 44,7% em relação ao 3T25 e, em mais um trimestre, mantêm a representatividade ao redor de 10,0% da receita bruta da Companhia. No trimestre, a helloo se consolidou como uma plataforma OOH multimodal, atingindo a marca de 12 aeroportos em agosto de 2026. Com isso, passa a oferecer ao mercado cerca de 66 milhões de impactos por semana e, aproximadamente, 7 mil faces para exposição publicitária, entre formatos estáticos, digitais e áreas promocionais, nos aeroportos.

Mantendo o compromisso de busca contínua por eficiência e simplificação operacional, no 3T26, as despesas de SG&A recuaram nominalmente 5,7% em relação ao 3T25. No acumulado do ano, a queda do SG&A chega a 8,2%. Esse processo já foi incorporado à cultura da ALLOS, sempre preservando a excelência na condução dos nossos negócios.

Combinando o crescimento de receitas e o controle de despesas, o EBITDA atingiu R$ 580,1 milhões, alta de 20,9% em relação ao 3T25, com margem de 74,7%, avanço de 164 bps. O FFO somou R$ 384,5 milhões no trimestre, crescimento de 28,5%. Excluindo o efeito do Shopping Tijuca, os crescimentos de EBITDA e FFO seriam de 22,0% e 31,2%, respectivamente.

Avançamos também na execução do nosso negócio de desenvolvimento imobiliário, com marcos relevantes de monetização. No Shopping da Bahia, lançamos mais um projeto em parceria com a Moura Dubeux, concretizando a 1ª fase do masterplan do complexo. Esse projeto tem um VGV estimado de R$350 milhões. O empreendimento Beach Class Bahia terá conexão exclusiva ao shopping e uma torre residencial com 612 unidades, com mais de mil pessoas que viverão a poucos passos do shopping.

No Parque Dom Pedro, assinamos com a Tymber um compromisso para o desenvolvimento de uma nova torre corporativa, com VGV estimado em R$ 140 milhões, a terceira torre contratada no masterplan do complexo. Tivemos ainda dois lançamentos comerciais: o Etéra UDI Complex, da Perplan, em Uberlândia, reunindo 281 apartamentos e 127 unidades comerciais, e o Diamond Sky, do Grupo Diamond, no Independência Shopping, com 345 unidades residenciais. Ao final do 3T26, nosso portfólio de projetos imobiliários somava 72 torres contratadas, com cerca de 757 mil m² de área privativa, sendo 9 entregues, 30 em construção ou lançamento e 33 em aprovação que, ao todo, gerarão R$ 539 milhões para a Companhia até 2036.

Nossa plataforma digital seguiu ampliando sua presença. Com os lançamentos no Goiânia Shopping e no Shopping Vila Velha, passamos a estar presentes em 39 shoppings, em 24 cidades de todas as regiões do país. A audiência atingiu 17,6 milhões de sessões no 3T26, um crescimento de 9%, e o GMV identificado pelo Programa de Benefícios alcançou R$ 1,45 bilhão, um avanço de 19% frente ao 3T25 (ambos ex-Tijuca). Na campanha de Dia dos Pais, o GMV capturado cresceu 14%, com redução de 39% no custo por captura, evidenciando nossa capacidade de ativar a base de consumidores de forma cada vez mais eficiente.

Concluímos durante o trimestre a transação de permuta pela qual aumentamos nossa participação no Shopping Campo Grande em 7,35% e no Shopping Villagio Caxias em 5,0%, com redução de 8,56% no Shopping Taboão. Além disso, concluímos a aquisição de 12,3% no Amazonas Shopping. Em outubro, concluímos a venda da totalidade de nossa participação no São Bernardo Shopping e anunciamos a criação do Kinea ALLOS Malls FII, com registro da oferta na CVM, que tem por objetivo uma captação entre R$ 600 milhões e R$ 1 bilhão, conforme as condições de mercado. O mercado será informado oportunamente sobre o início dos esforços de venda.

Anunciamos o novo guidance de remuneração aos acionistas para o ano de 2027 no mesmo patamar de 2026. A ALLOS pretende distribuir dividendos e/ou JCP mensais aos acionistas durante todo o ano de 2027, entre R$ 0,28 e R$ 0,30 por ação, por mês, buscando um nível eficiente de alavancagem, em torno de 2,0x (dívida líquida/EBITDA).

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

Time ALLOS

[1]Indicador considera o portfólio sem o Shopping Tijuca.

PRINCIPAIS INDICADORES



RESULTADO 3T26

O conceito Proforma abordado ao longo deste Relatório consiste em aplicar as participações atuais às bases históricas, de forma a torná-las comparáveis. Os indicadores ex-Tijuca foram ajustados para refletir o portfólio da ALLOS, desconsiderando o Shopping Tijuca.

Principais Indicadores	3T26	3T25	3T26 / 3T25 Δ%	3T25 Proforma	3T26 / 3T25 Δ% Proforma	9M26	9M25 Proforma	9M26 / 9M25 Δ%Proforma
Informações gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)*							
Desempenho Financeiro								
Receita Líquida	794.148	679.888	16,8%	673.489	17,9%	2.233.002	1.972.642	13,2%
NOI	627.333	602.775	4,1%	596.926	5,1%	1.805.182	1.748.677	3,2%
Margem %	92,0%	93,6%	-162 bps	93,6%	-164 bps	91,6%	93,4%	-179 bps
EBITDA Ajustado	597.763	502.438	19,0%	496.589	20,4%	1.639.477	1.440.121	13,8%
Margem %	75,3%	73,9%	137 bps	73,7%	154 bps	73,4%	73,0%	42 bps
Lucro Líquido	291.260	125.865	131,4%	120.016	142,7%	847.706	573.491	47,8%
Margem %	36,7%	18,5%	1816 bps	17,8%	1886 bps	38,0%	29,1%	889 bps
FFO	384.500	304.927	26,1%	299.263	28,5%	1.024.115	876.058	16,9%
Margem %	49,5%	46,0%	353 bps	45,6%	395 bps	46,7%	45,4%	130 bps
FFO por ação	0,77	0,61	25,9%	0,60	28,2%	2,05	1,75	16,7%
Desempenho Financeiro Ex-Ajuste aluguel linear								
Receita Líquida	776.505	663.010	17,1%	656.795	18,2%	2.192.117	1.928.861	13,6%
NOI	609.690	585.897	4,1%	580.232	5,1%	1.764.296	1.704.896	3,5%
Margem %	91,7%	93,4%	-166 bps	93,4%	-168 bps	91,5%	93,3%	-181 bps
EBITDA Ajustado	580.120	485.560	19,5%	479.895	20,9%	1.598.591	1.396.339	14,5%
Margem %	74,7%	73,2%	147 bps	73,1%	164 bps	72,9%	72,4%	53 bps
Lucro Líquido	273.617	108.987	151,1%	103.322	164,8%	806.820	529.710	52,3%
Margem %	35,2%	16,4%	1880 bps	15,7%	1951 bps	36,8%	27,5%	934 bps
FFO	384.500	304.927	26,1%	299.263	28,5%	1.024.115	876.058	16,9%
Margem %	49,5%	46,0%	353 bps	45,6%	395 bps	46,7%	45,4%	130 bps
FFO por ação	0,77	0,61	25,9%	0,60	28,2%	2,05	1,75	16,7%
Total de ações ex-ações em tesouraria	**500.139.358**	**499.190.947**	0,2%					
Total de ações	504.190.947	504.190.947	0,0%					
(-) Total de ações em tesouraria	(4.051.589)	(5.000.000)	-19,0%					

Principais Indicadores	3T26	3T25	3T26/3T25 Δ%	9M26	9M25	9M26 / 9M25 Δ%
Informações gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)*					
Desempenho Operacional						
Vendas Totais @100% (R$ mil)[1]	10.042.160	9.860.879	1,8%	29.973.984	29.021.169	3,3%
Vendas Totais @100% Proforma (R$ mil)[1]	10.042.160	9.749.107	3,0%	29.745.238	28.694.654	3,7%
Vendas Totais @Proforma (R$ mil)[1]	6.556.615	6.374.240	2,9%	19.457.154	18.814.516	3,4%
Vendas/m² (R$)	2.017	1.935	4,3%	1.980	1.902	4,1%
Vendas/m² @Proforma (R$)	2.011	1.925	4,5%	1.972	1.894	4,2%
SSS (% vendas mesmas lojas)	2,5%	2,9%	-36 bps	2,9%	4,2%	-133 bps
SSR (% aluguel mesmas lojas)	4,1%	6,5%	-243 bps	3,5%	6,3%	-283 bps
Custo de Ocupação (% vendas)	10,6%	10,5%	9 bps	10,7%	10,6%	4 bps
Inadimplência Líquida (% receita)	1,5%	0,9%	60 bps	2,2%	1,8%	35 bps
Taxa de Ocupação (%)	95,2%	96,5%	-132 bps	95,2%	96,5%	-132 bps
ABL Total Final (m²)	1.911.441	1.907.960	0,2%	1.911.441	1.907.960	0,2%
ABL Própria Final (m²)	1.260.262	1.242.246	1,5%	1.260.262	1.242.246	1,5%

[1] Desconsidera Araguaia Shopping, Rio Design Leblon e Boulevard Shopping Brasília

Principais Indicadores ex- Tijuca	3T26	3T25	3T26/3T25 Δ%
Informações gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais e variações)*		
Desempenho Operacional			
Vendas Totais @100% (R$ mil)[1]	9.788.157	9.546.051	2,5%
Vendas Totais @100% Proforma (R$ mil)[1]	9.788.157	9.434.278	3,8%
Vendas Totais @Proforma (R$ mil)[1]	6.328.012	6.090.894	3,9%
Vendas/m² (R$)	2.000	1.911	4,6%
Vendas/m² @Proforma (R$)	1.987	1.892	5,0%
SSS (% vendas mesmas lojas)	2,7%	2,8%	-10 bps
SSR (% aluguel mesmas lojas)	5,1%	6,5%	-144 bps
Custo de Ocupação (% vendas)	10,6%	10,5%	9 bps
Inadimplência Líquida (% receita)	0,9%	0,8%	10 bps
Taxa de Ocupação (%)	95,2%	96,4%	-118 bps
ABL Total Final (m²)	1.873.661	1.907.960	-1,8%
ABL Própria Final (m²)	1.226.260	1.242.246	-1,3%

[1] Desconsidera Araguaia Shopping, Rio Design Leblon e Boulevard Shopping Brasília

DESEMPENHO FINANCEIRO

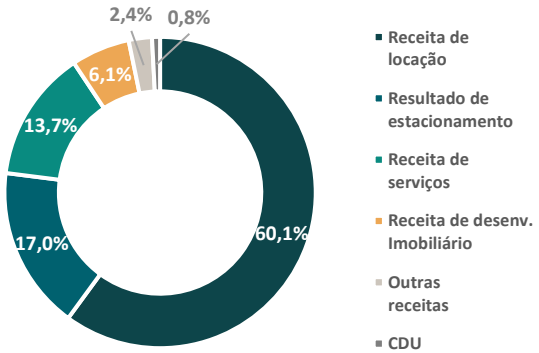


RECEITAS

No terceiro trimestre de 2026, a ALLOS registrou receita líquida de R$ 776,5 milhões, um crescimento de 18,2% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

A receita de locação totalizou R$ 497,3 milhões no período, o que representa uma evolução de 2,7% (+4,0% ex-Tijuca). O resultado de estacionamento foi de R$ 140,4 milhões no 3T26, crescimento de 12,1% (+12,9% ex-Tijuca) em relação ao ano anterior, impulsionado tanto por aumento do ticket quanto de fluxo.

Composição da Receita Líquida



As receitas de serviços totalizaram R$ 113,1 milhões no trimestre, um crescimento de 31,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, o que reflete principalmente o forte desempenho das operações de mídia. A expansão foi impulsionada por diversas iniciativas da helloo, especialmente na frente de aeroportos. No trimestre, a helloo assumiu a operação de mídia em mais 6 aeroportos, totalizando 12. Até 2029, a helloo operará mídia em mais 5 aeroportos.

Na receita de desenvolvimento imobiliário houve um resultado importante vindo do projeto no Shopping da Bahia em parceria com a Moura Dubeux. Já a linha de outras receitas foi impactada pelo recebimento de R$ 13,5 milhões de seguro a título de lucros cessantes do Shopping Tijuca. Até setembro, o total recebido foi de R$ 27,0 milhões

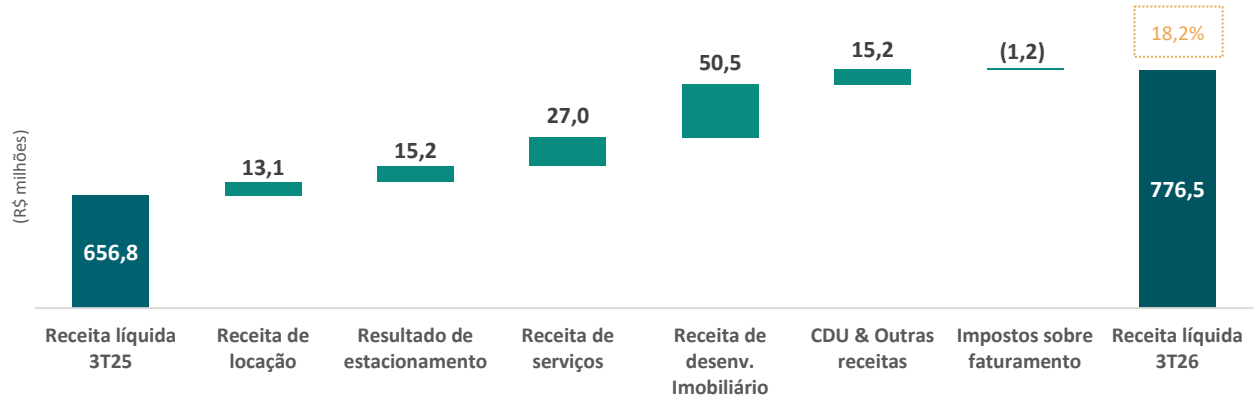
Receitas por Natureza	3T26	3T25	3T26 / 3T25 Δ%	3T25 Proforma	3T26 / 3T25 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)*				
Receita de locação	497.305	489.068	1,7%	484.193	2,7%
CDU	6.881	5.348	28,7%	5.291	30,1%
Resultado de estacionamento	140.402	126.398	11,1%	125.194	12,1%
Desenvolvimento Imobiliário	50.461	-	n/a	-	n/a
Outras receitas	19.986	6.503	n/a	6.424	n/a
Receita de serviços	113.073	86.067	31,4%	86.067	31,4%
Ajuste aluguel linear	17.643	16.878	4,5%	16.694	5,7%
Impostos sobre faturamento	(51.602)	(50.373)	2,4%	(50.373)	2,4%
Receita Líquida	**794.148**	**679.888**	**16,8%**	**673.489**	**17,9%**
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	**776.505**	**663.010**	**17,1%**	**656.795**	**18,2%**

Receitas por Natureza	9M26	9M25	9M26 / 9M25 Δ%	9M25 Proforma	9M26 / 9M25 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)*				
Receita de locação	1.464.505	1.437.766	1,9%	1.430.667	2,4%
CDU	19.584	15.558	25,9%	15.483	26,5%
Resultado de estacionamento	393.740	368.007	7,0%	366.376	7,5%
Desenvolvimento Imobiliário	89.940	-	n/a	-	n/a
Outras receitas	51.384	15.584	n/a	15.486	n/a
Receita de serviços	329.398	248.252	32,7%	248.252	32,7%
Ajuste aluguel linear	40.886	44.036	-7,2%	43.781	-6,6%
Impostos sobre faturamento	(156.433)	(147.404)	6,1%	(147.404)	6,1%
Receita Líquida	**2.233.002**	**1.981.799**	**12,7%**	**1.972.642**	**13,2%**
Receita Líquida (ex-Ajuste aluguel linear)	**2.192.117**	**1.937.763**	**13,1%**	**1.928.861**	**13,6%**

DESEMPENHO FINANCEIRO



Evolução da Receita Líquida

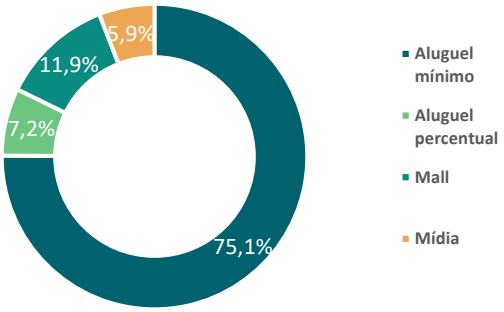


RECEITA DE LOCAÇÃO

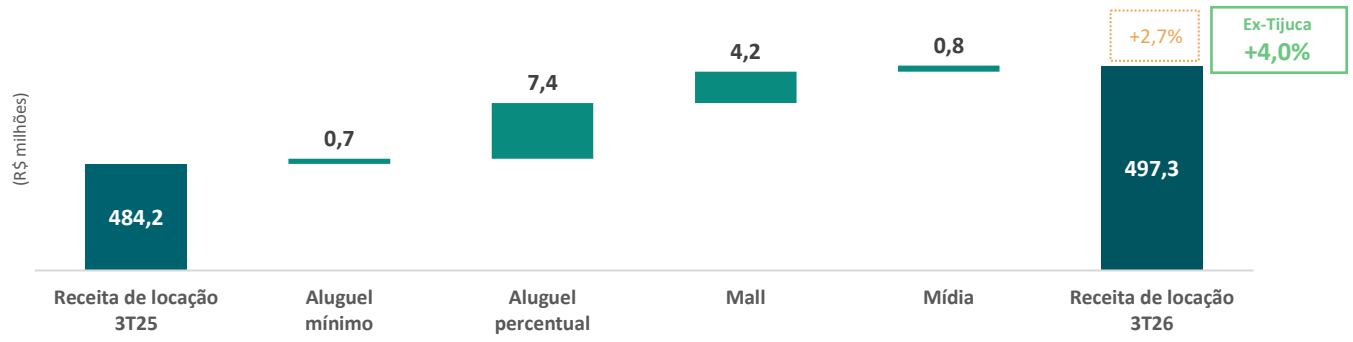
A receita de locação atingiu R$ 497,3 milhões no trimestre, um aumento de 2,7% em relação ao 3T25. Desconsiderando os efeitos do Shopping Tijuca, a receita de locação teria crescido 4,0% no 3T26.

No 3T26, a receita de aluguel mínimo totalizou R$ 373,5 milhões, em linha com o 3T25. Destaque para o aluguel percentual no 3T26, que foi de R$ 35,6 milhões, crescimento de 26,4%, refletindo o forte desempenho dos cinemas. O indicador de SSR atingiu 4,1% no trimestre (5,1% ex-Tijuca), crescimento acima da inflação do período.

Composição da Receita de Locação



Evolução da Receita de Locação



NOI

No 3T26, o NOI da ALLOS alcançou R$ 627,3 milhões, um crescimento de 5,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. O desempenho reflete a evolução operacional do portfólio. Desconsiderando o efeito do Shopping Tijuca, o crescimento do NOI seria de 5,4%. A variação em custos se dá, principalmente, em função dos custos condominiais das lojas em obras no Shopping Tijuca, em grande parte já compensados pelo reembolso do seguro do shopping.

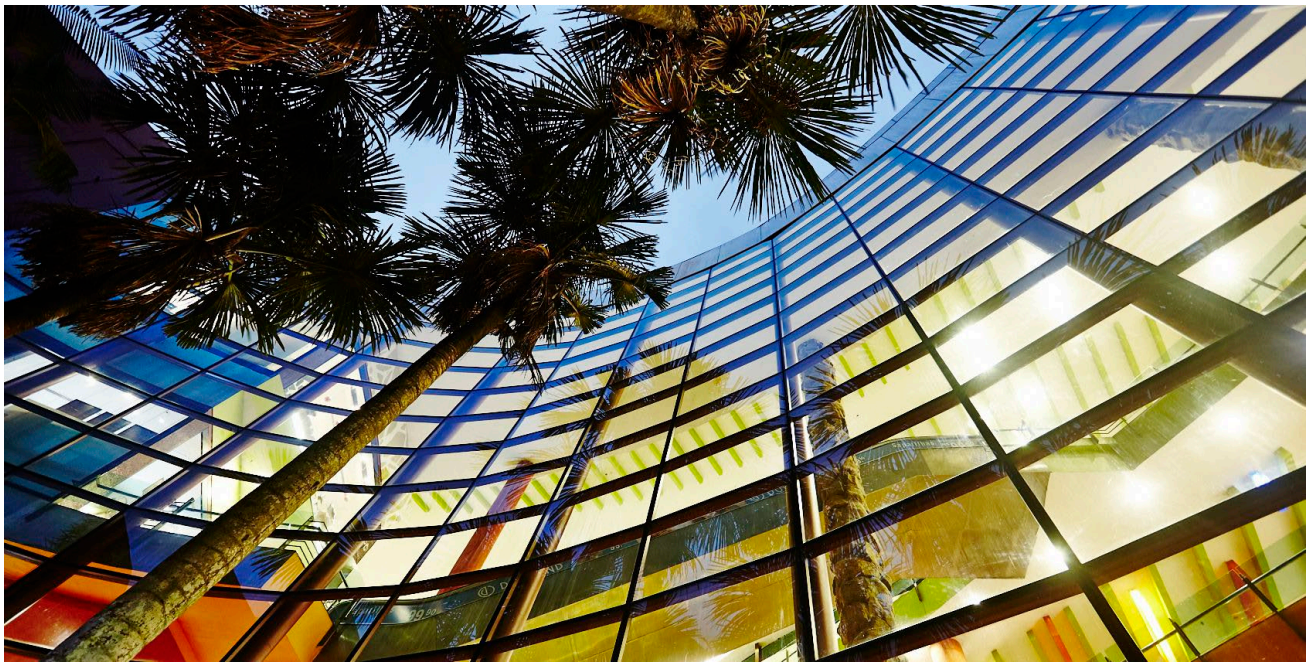
NOI	3T26	3T25	3T26 / 3T25 Δ%	3T25 Proforma	3T26 / 3T25 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)*				
Receita de locação	497.305	489.068	1,7%	484.193	2,7%
Ajuste aluguel linear	17.643	16.878	4,5%	16.694	5,7%
CDU	6.881	5.348	28,7%	5.291	30,1%
Outras receitas	19.986	6.503	n/a	6.424	n/a
Resultado de estacionamento	140.402	126.398	11,1%	125.194	12,1%
Resultado Operacional	**682.216**	**644.195**	**5,9%**	**637.796**	**7,0%**
(-) Custos operacionais dos shoppings	(36.734)	(28.564)	28,6%	(28.258)	30,0%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(18.149)	(12.856)	41,2%	(12.611)	43,9%
(=) NOI	**627.333**	**602.775**	**4,1%**	**596.926**	**5,1%**
Margem NOI	**92,0%**	**93,6%**	**-162 bps**	**93,6%**	**-164 bps**
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	**609.690**	**585.897**	**4,1%**	**580.232**	**5,1%**
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	**91,7%**	**93,4%**	**-166 bps**	**93,4%**	**-168 bps**

Ex-Tijuca

Δ% NOI 5,4%

Margem 93,1%

NOI	9M26	9M25	9M26 / 9M25 Δ%	9M25 Proforma	9M26 / 9M25 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
Receita de locação	1.464.505	1.437.766	1,9%	1.430.667	2,4%
Ajuste aluguel linear	40.886	44.036	-7,2%	43.781	-6,6%
CDU	19.584	15.558	25,9%	15.483	26,5%
Outras receitas	51.384	15.584	n/a	15.486	n/a
Resultado de estacionamento	393.740	368.007	7,0%	366.376	7,5%
Resultado Operacional	**1.970.098**	**1.880.950**	**4,7%**	**1.871.794**	**5,3%**
(-) Custos operacionais dos shoppings	(113.119)	(84.687)	33,6%	(84.262)	34,2%
(-) Provisão para devedores duvidosos	(51.797)	(39.140)	32,3%	(38.854)	33,3%
(=) NOI	**1.805.182**	**1.757.123**	**2,7%**	**1.748.677**	**3,2%**
Margem NOI	**91,6%**	**93,4%**	**-179 bps**	**93,4%**	**-179 bps**
(=) NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	**1.764.296**	**1.713.087**	**3,0%**	**1.704.896**	**3,5%**
Margem NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	**91,5%**	**93,3%**	**-181 bps**	**93,3%**	**-181 bps**

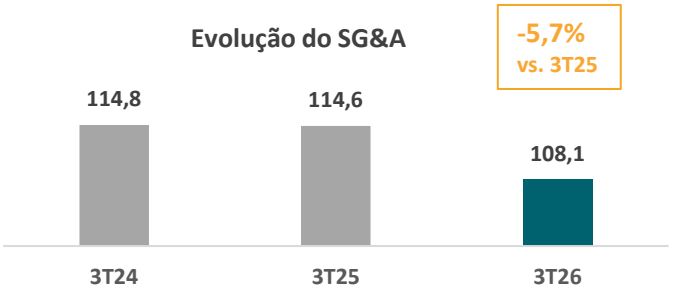


Manaura Shopping| Manaus- AM

EBITDA AJUSTADO

No terceiro trimestre de 2026, o EBITDA atingiu R$ 580,1 milhões, um crescimento de 20,9% em relação ao 3T25. A margem EBITDA foi de 74,7%, impulsionada pelo crescimento da Receita Líquida e pela redução de 5,7% em SG&A. Excluindo o efeito do Shopping Tijuca, o EBITDA teve um crescimento de 22,0% em relação ao mesmo período do ano anterior.

As despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) totalizaram R$ 108,1 milhões no 3T26, uma redução de 5,7% em relação ao 3T25, resultado do programa de eficiência organizacional implementado desde o 3T25. Os impactos financeiros ao longo dos trimestres podem ser observados no gráfico ao lado.



PROJETO SIMPLIFICA ALLOS

Com a integração de sistemas, operações e portfólio concluída ao final de 2025, a ALLOS iniciou uma nova etapa focada na simplificação da companhia. A agenda contempla a redução de burocracias, a otimização de processos e ganhos de eficiência, em um processo contínuo e disciplinado, já incorporado à cultura da companhia e com foco na manutenção da excelência operacional.

EBITDA	3T26	3T25	3T26 / 3T25 Δ%	3T25 Proforma	3T26 / 3T25 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)*				
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	**609.690**	**585.897**	**4,1%**	**580.232**	**5,1%**
(-) Impostos sobre faturamento	(51.602)	(50.373)	2,4%	(50.373)	2,4%
(+) Receita líquida de serviços	79.491	67.800	17,2%	67.801	17,2%
(+) Incorporação imobiliária	50.461	-	n/a	-	n/a
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	187	(3.140)	n/a	(3.140)	n/a
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(108.107)	(114.624)	-5,7%	(114.624)	-5,7%
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	**580.120**	**485.560**	**19,5%**	**479.895**	**20,9%**
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	**74,7%**	**73,2%**	**147 bps**	**73,1%**	**164 bps**

Ex-Tijuca

Δ% EBITDA 22,0%

EBITDA	9M26	9M25	9M26 / 9M25 Δ%	9M25 Proforma	9M26 / 9M25 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
NOI (ex-Ajuste aluguel linear)	**1.764.296**	**1.713.087**	**3,0%**	**1.704.896**	**3,5%**
(-) Impostos sobre faturamento	(156.433)	(147.404)	6,1%	(147.404)	6,1%
(+) Receita líquida de serviços	220.292	192.197	14,6%	192.197	14,6%
(+) Incorporação imobiliária	89.940	-	n/a	-	n/a
(+) Outras receitas/(despesas) operacionais recorrentes	(5.909)	(11.832)	-50,1%	(11.832)	-50,1%
(-) Despesas com vendas, administrativas e gerais	(313.595)	(341.518)	-8,2%	(341.518)	-8,2%
(=) EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	**1.598.591**	**1.404.530**	**13,8%**	**1.396.339**	**14,5%**
Margem EBITDA Ajustado (ex-Ajuste aluguel linear)	**72,9%**	**72,5%**	**44 bps**	**72,4%**	**53 bps**

As outras receitas/(despesas) não recorrentes do período somaram R$ 39,5 milhões e são compostas por: (i) ganhos com vendas e permutas de participações em shoppings de R$ 47,9 milhões; (ii) provisão para contingências de R$ 4,4 milhões; e (iii) pelo programa pontual de ILP com as ações entregues em 2023 (vesting de 7 anos) de R$ 3,9 milhões.

RESULTADO FINANCEIRO

No 3T26, as receitas financeiras foram impactadas pela redução do CDI no período. As despesas financeiras aumentaram 1,1% em relação ao ano anterior, principalmente pelo maior saldo médio de dívida no período, após a captação realizada em abril, efeito parcialmente compensado pela queda do CDI.

Resultado Financeiro	3T26	3T25	3T26 / 3T25 Δ%	3T25 Proforma	3T26 / 3T25 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)*				
Receitas Financeiras	**112.222**	**118.392**	**-5,2%**	**118.392**	**-5,2%**
Receita Financeira	118.994	126.008	-5,6%	126.008	-5,6%
PIS & Cofins sobre receita financeira	(6.772)	(7.616)	-11,1%	(7.616)	-11,1%
Despesas Financeiras	**(256.916)**	**(254.015)**	**1,1%**	**(254.015)**	**1,1%**
Despesas com Juros & Variação Monetária	(230.010)	(220.476)	4,3%	(220.476)	4,3%
Custo de Estruturação	(5.190)	(3.348)	55,0%	(3.348)	55,0%
Outras Despesas Financeiras	(21.716)	(30.190)	-28,1%	(30.190)	-28,1%
SWAP (Valor Justo)	**1.963**	**(13.303)**	**n/a**	**(13.303)**	**n/a**
Resultado Financeiro Recorrente	**(142.731)**	**(148.925)**	**-4,2%**	**(148.925)**	**-4,2%**
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	(1.642)	4.728	n/a	4.728	n/a
Resultado Financeiro	**(144.373)**	**(144.197)**	**0,1%**	**(144.197)**	**0,1%**

Resultado Financeiro	9M26	9M25	9M26 / 9M25 Δ%	9M25 Proforma	9M26 / 9M25 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
Receitas Financeiras	**325.110**	**334.714**	**-2,9%**	**334.714**	**-2,9%**
Receita Financeira	343.754	358.219	-4,0%	358.219	-4,0%
PIS & Cofins sobre receita financeira	(18.644)	(23.505)	-20,7%	(23.505)	-20,7%
Despesas Financeiras	**(740.497)**	**(733.175)**	**1,0%**	**(733.175)**	**1,0%**
Despesas com Juros & Variação Monetária	(671.458)	(639.473)	5,0%	(639.473)	5,0%
Custo de Estruturação	(14.616)	(15.870)	-7,9%	(15.870)	-7,9%
Outras Despesas Financeiras	(54.422)	(77.833)	-30,1%	(77.833)	-30,1%
SWAP (Valor Justo)	**(45.958)**	**27.634**	**n/a**	**27.634**	**n/a**
Resultado Financeiro Recorrente	**(461.345)**	**(370.827)**	**24,4%**	**(370.827)**	**24,4%**
Receitas e despesas financeiras não-recorrentes	25.734	8.990	n/a	8.990	n/a
Resultado Financeiro	**(435.611)**	**(361.837)**	**20,4%**	**(361.837)**	**20,4%**

FFO

No 3T26, o FFO atingiu R$ 384,5 milhões, um avanço de 28,5% em relação ao 3T25. A performance foi impulsionada pelas verticais de mídia e de desenvolvimento imobiliário, além da captura de ganhos de eficiência nas despesas. Excluindo o efeito do Shopping Tijuca, o FFO cresceu 31,2% em relação ao 3T25.

Funds from Operations - FFO	3T26	3T25	3T26 / 3T25 Δ%	3T25 Proforma	3T26 / 3T25 Δ% Proforma
Informações Financeiras Gerenciais	*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)*				
EBITDA Ajustado	**597.763**	**502.438**	**19,0%**	**496.589**	**20,4%**
(+) Receitas financeiras	112.222	118.392	-5,2%	118.392	-5,2%
(-) Despesas financeiras	(256.916)	(254.015)	1,1%	(254.015)	1,1%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(50.926)	(45.011)	13,1%	(45.011)	13,1%
(+) Ajuste aluguel linear	(17.643)	(16.878)	4,5%	(16.694)	5,7%
(=) FFO	**384.500**	**304.927**	**26,1%**	**299.263**	**28,5%**
Margem FFO %	**49,5%**	**46,0%**	**353 bps**	**45,6%**	**395 bps**

Ex-Tijuca

Δ% FFO 31,2%

Funds from Operations - FFO	9M26	9M25	9M26 / 9M25 Δ%	9M25 Proforma	9M26 / 9M25 Δ%Proforma
Informações Financeiras Gerenciais					
EBITDA Ajustado	**1.639.477**	**1.448.566**	**13,2%**	**1.440.121**	**13,8%**
(+) Receitas financeiras	325.110	334.714	-2,9%	334.714	-2,9%
(-) Despesas financeiras	(740.497)	(733.175)	1,0%	(733.175)	1,0%
(-) Imposto de renda e contribuição social corrente	(159.089)	(121.820)	30,6%	(121.820)	30,6%
(+) Ajuste aluguel linear	(40.886)	(44.036)	-7,2%	(43.781)	-6,6%
(=) FFO	**1.024.115**	**884.249**	**15,8%**	**876.058**	**16,9%**
Margem FFO %	**46,7%**	**45,6%**	**109 bps**	**45,4%**	**130 bps**

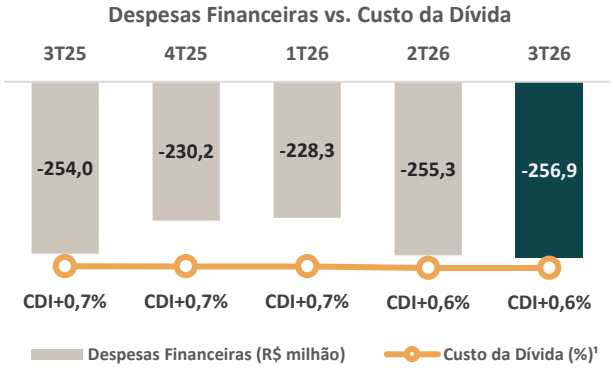
ENDIVIDAMENTO E ESTRATÉGIA DE CAPITAL

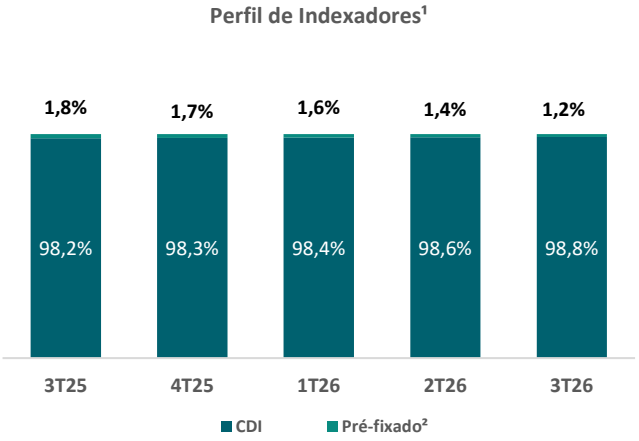
O custo médio da dívida da ALLOS foi de CDI + 0,6% (versus CDI + 0,7% no 3T25). O patamar alcançado decorre das ações de gestão de passivos realizadas nos últimos trimestres. No 3T26, a relação Dívida Líquida / EBITDA da Companhia foi de 1,8x.

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	257.919	6.548.531	6.806.450
Obrigação para compra de ativos	24.366	25.762	50.127
Instrumentos financeiros derivativos	-	181.480	181.480
Dívida Bruta	**282.285**	**6.755.772**	**7.038.057**
Caixa e aplicações financeiras	**(2.804.551)**	**(193.479)**	**(2.998.030)**
Dívida Líquida	**(2.522.266)**	**6.562.293**	**4.040.027**

Ao final de setembro de 2026, a exposição das dívidas da ALLOS atrelada ao índice CDI era de 98,8%.

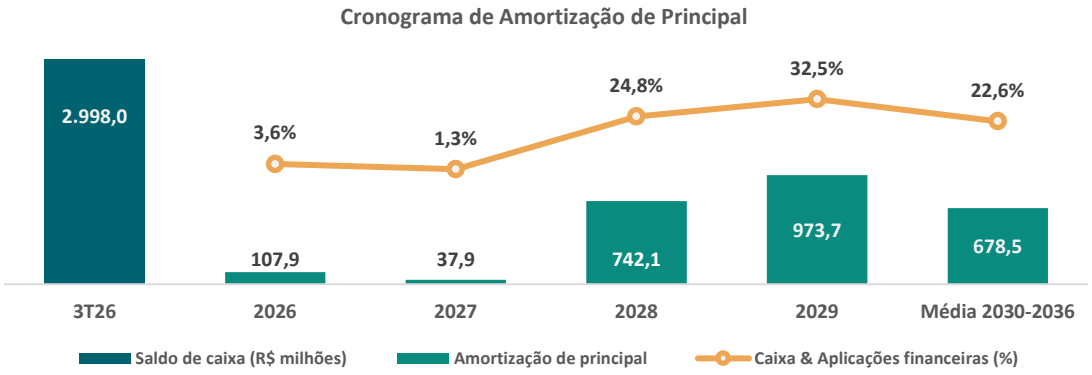
Mais informações sobre custos e vencimentos de cada dívida, bem como a reconciliação entre a dívida líquida consolidada e a dívida líquida gerencial, estão disponíveis no Anexo deste Relatório.





¹ Considera dívida ao final do período, excluindo obrigações por compra de ativos.
²Índices pré-fixados incluem TR.

O gráfico abaixo resume o cronograma de amortização da dívida da Companhia e demonstra que a posição de caixa é suficientemente robusta para fazer uma boa gestão frente aos vencimentos dos próximos anos.



CAPEX

No terceiro trimestre de 2026, o Capex realizado da ALLOS foi de R$ 97,8 milhões distribuídos conforme a seguir:

(i) R$ 42,1 milhões investidos em revitalizações, o que correspondeu a 6,9% do NOI do 3T26.

(ii) R$ 29,6 milhões investidos em expansões e redesenvolvimentos. Neste grupo incluem-se os projetos com retorno direto atribuídos e que visam expandir ABL, ampliar market share e/ou ampliar a dominância do portfólio. Os investimentos neste grupo foram majoritariamente no Parque Dom Pedro, com a modernização e redesenvolvimento do Setor Águas, dentre outros projetos menores em outros shoppings como o Shopping Recife, Center Uberlândia e Goiânia Shopping. (Vide detalhes dos projetos nos anexos deste relatório.)

(iii) R$ 26,1 milhões em imobilizado e intangível.

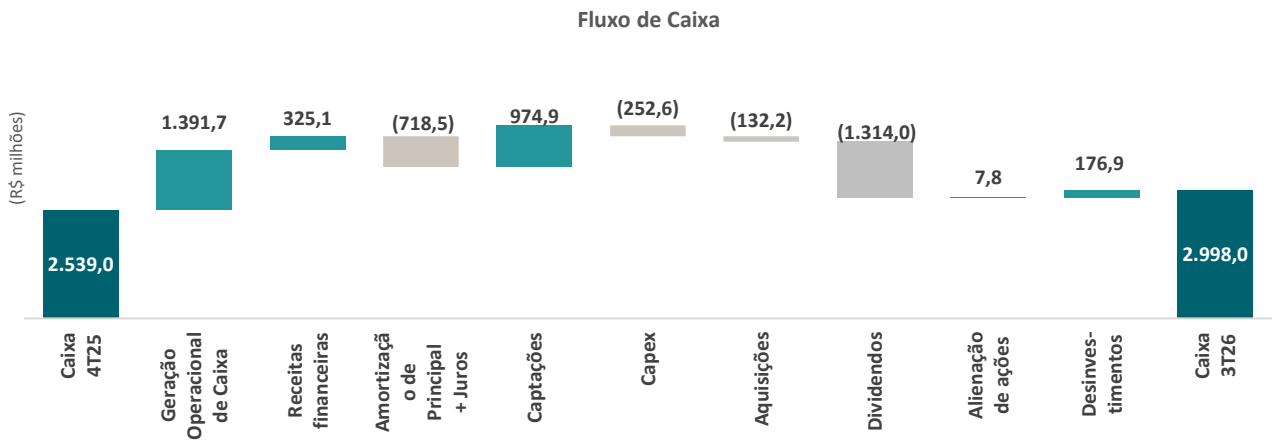
(iv) R$ 132,2 milhões referentes, principalmente, à aquisição de participação no Amazonas Shopping e ao pagamento da permuta pela qual a Companhia reduziu participação no Shopping Taboão e aumentou participação no Shopping Campo Grande e no Shopping Villagio Caxias.

Capex Realizado	3T26
Informações Financeiras Gerenciais	*R$ mil*
Manutenção / Revitalização	42.115
Expansões/Redesenvolvimento	29.575
Imobilizado & Intangível	26.111
Aquisições	132.184
Total	**229.985**
Total ex-Aquisições[1]	**97.802**

[1] Guidance de CAPEX não considera aquisições

FLUXO DE CAIXA

A ALLOS apresentou geração operacional de caixa de R$ 1.391,7 milhões nos primeiros nove meses de 2026. A variação do saldo de caixa pode ser explicada, em grande parte por: i) pagamento de dividendos; ii) amortização de principal e juros de financiamentos; iii) Nova captação ocorrida em abril de 2026; (iv) Capex; (v) aquisições de participação; e (vi) recebimentos pelos desinvestimentos.



DESEMPENHO OPERACIONAL



DESEMPENHO DE VENDAS

No terceiro trimestre de 2026, as vendas totais seguiram sua trajetória ascendente, atingindo R$ 10 bilhões. Um crescimento de 3,0% em relação ao 3T25. Ex-Tijuca, as vendas totais cresceram 3,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. O indicador de "vendas mesmas lojas" (SSS) foi de 2,5% no trimestre (2,7% ex-Tijuca), com destaque para o segmento de Conveniência, Serviços, Lazer e Outros (+10,3%) seguido de Alimentação (+6,7%)

SSS% por Segmento	3T26
Informações Financeiras Gerenciais	
Acessórios, Itens de Beleza e Joalherias	1,8%
Alimentação	6,7%
Conveniência, Serviços, Lazer e Outros	10,3%
Itens do Lar, Papelaria, Informática e Diversos	1,1%
Roupas e Calçados	-1,6%
Total	**2,5%**

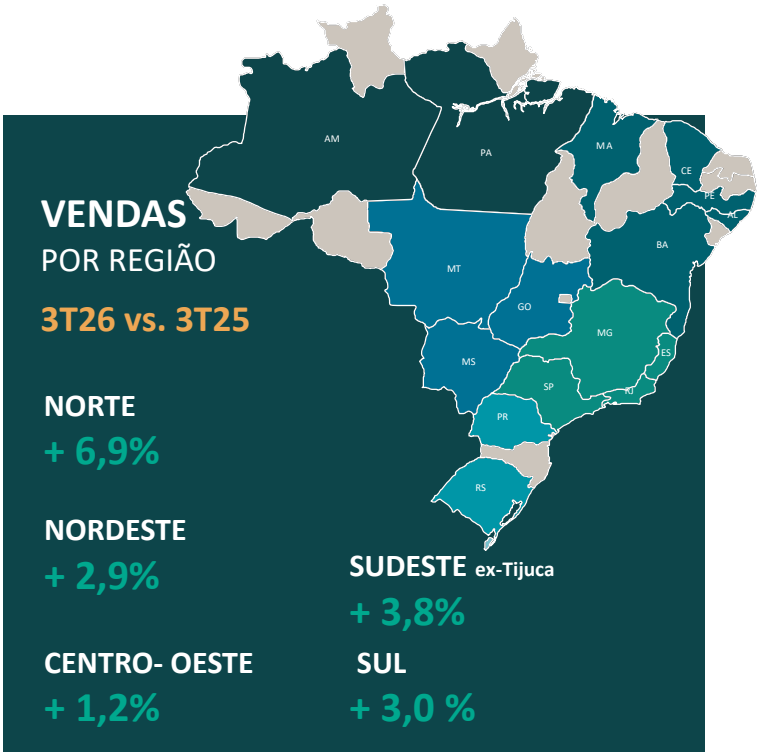
2,7%
Ex-Tijuca

DESEMPENHO POR REGIÃO

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

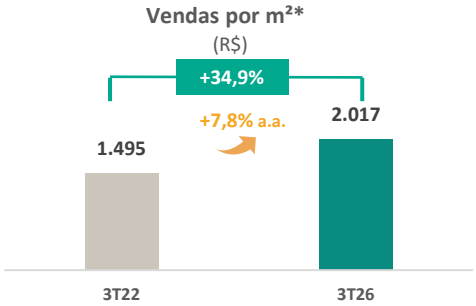
No terceiro trimestre de 2026, mais uma vez, a região Norte destaca-se com crescimento de 6,9% na comparação com o 3T25, seguida pela região Sul que avançou 3,0% e da região Nordeste, que avançou 2,9%, Sudeste com crescimento de 3,8% e Centro Oeste com um avanço de 1,2%.

Os destaques no desempenho de vendas no trimestre foram: Shopping Grande Rio (+10%), Mooca Plaza Shopping (+9,4%), Shopping Taboão (+9,1%)



VENDAS/M²

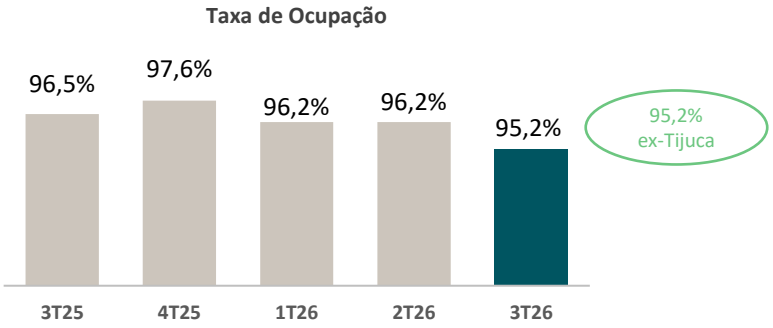
As vendas/m² no 3T26 atingiram R$ 2.017, um aumento de 4,3% frente ao mesmo período do ano anterior. Esse patamar de vendas/m² reflete, em mais um trimestre, a trajetória de crescimento consistente que a Companhia vem apresentando desde 2022, com incremento total de 34,9%, o que representa um CAGR de 7,8%.



*Considerando números divulgados nos respectivos trimestres

TAXA DE OCUPAÇÃO E ATIVIDADE COMERCIAL

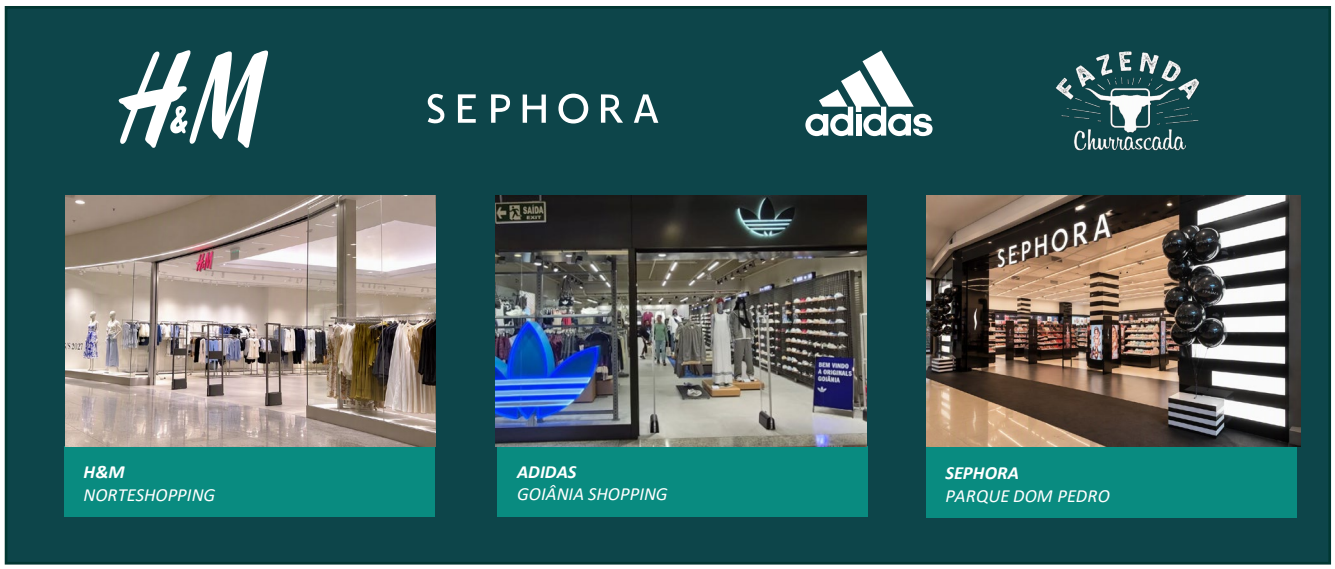
A taxa de ocupação ao final do 3T26 foi de 95,2%, refletindo principalmente a devolução de parte das lojas de um grupo varejista de eletroeletrônicos em recuperação judicial. Todas as lojas devolvidas já possuem contratos novos assinados ou em negociações avançadas.



No 3T26 foram assinados 253 contratos nos shoppings próprios da Companhia, representando uma adição de 39,9 mil m² em ABL.

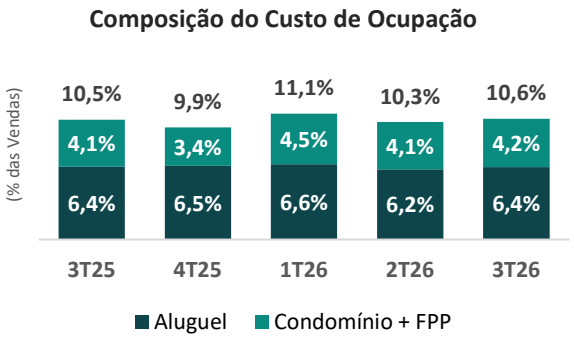
Entre os destaques de inaugurações recentes estão: Adidas no Piracicaba Shopping e no Goiânia Shopping; H&M no NorteShopping e Sephora no Parque Dom Pedro.

Entre os destaques de contratos recém-assinados estão: a H&M no Shopping Tamboré, a Sephora no Shopping Recife e a ampliação de sua loja no Shopping Leblon, a Adidas no Shopping Leblon e no Shopping da Bahia e o restaurante Fazenda Churrascada no Shopping Del Rey.



CUSTO DE OCUPAÇÃO

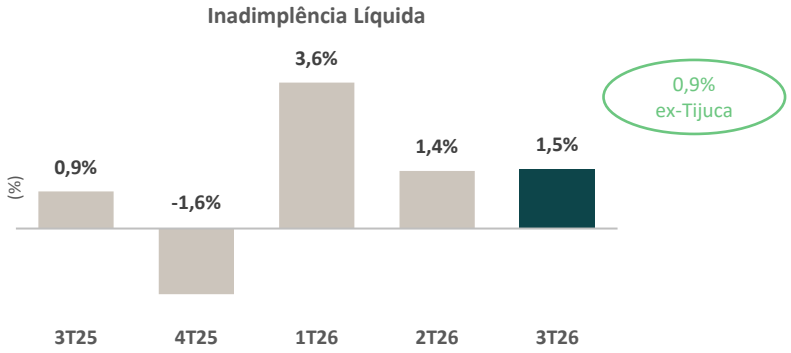
No terceiro trimestre de 2026, o custo de ocupação[1] foi de 10,6%, em linha com o mesmo período do ano anterior. As despesas de aluguel representaram 6,4%, enquanto os encargos comuns e as despesas com o fundo de promoção (FPP) representaram 4,2% do custo total.



[1]*Considera apenas lojistas que realizaram vendas no período.*

INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA

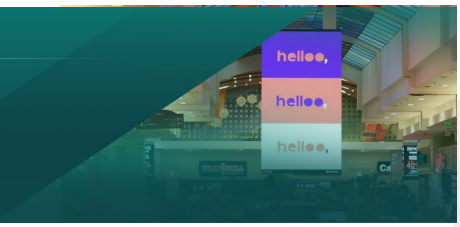
No 3T26, a inadimplência líquida foi de 1,5%. Ex-Tijuca, a inadimplência líquida seria de 0,9%, em linha com o 3T25.





Boulevard Shopping Belém| Belém - PA

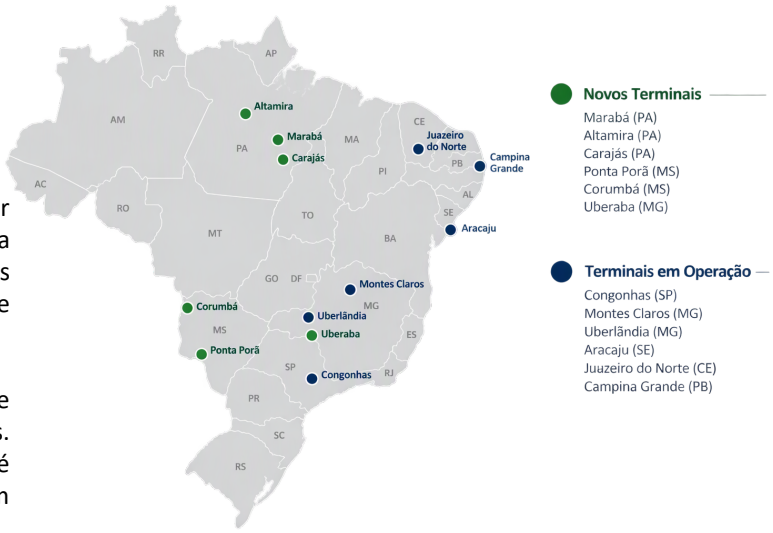
MÍDIA



DECOLAGEM NACIONAL: CONSÓRCIO HELLOO E NEOOH CHEGA A 12 AEROPORTOS DA AENA

Em agosto de 2026, o consórcio formado por helloo e NEOOH passou a gerenciar a mídia publicitária em 12 aeroportos administrados pela Aena Brasil, concretizando o plano de expansão apresentado no trimestre anterior.

A expansão cria novas oportunidades de receita com anunciantes nacionais e regionais. O consórcio prevê chegar a 16 aeroportos até 2028 e aos 17 terminais da concessão em 2029.





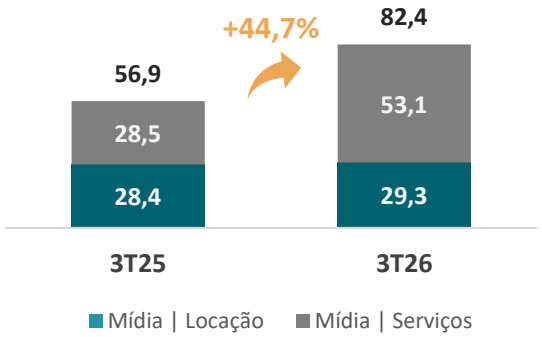
GRANDES MARCAS: HELLOO GANHA DESTAQUE EM LANÇAMENTOS E CAMPANHAS EXCLUSIVAS

A helloo vem ampliando sua atuação junto a grandes anunciantes em lançamentos e campanhas exclusivas, combinando mídia a ativações de marca e experiências diferenciadas em seus ativos.

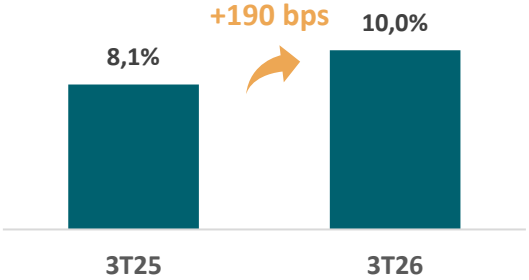
Entre os destaques do período, a Versace escolheu o Shopping Parque Dom Pedro e o Shopping Eldorado para o lançamento da fragrância Crystal Emerald, com uma experiência sensorial que incluiu experimentação do produto e ações exclusivas para os clientes. No lançamento global da Huda Beauty na Sephora, a helloo e o Shopping Eldorado promoveram uma pop-up com experimentação da linha completa e personalização de produtos. Já a Hyundai apresentou o novo i20 no Aeroporto de Congonhas, com a exposição do veículo no terminal e uma ativação dedicada à apresentação de seus diferenciais.

As iniciativas reforçam a capacidade da helloo de integrar mídia e experiência em ambientes de grande circulação e alta atenção, ampliando as possibilidades de conexão entre marcas e consumidores em shoppings e aeroportos.

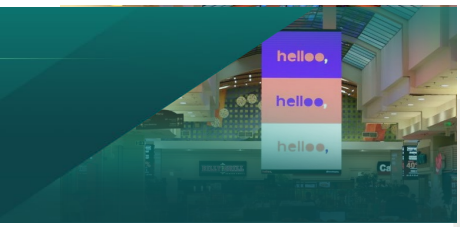
Receita de Mídia
(R$ Milhões)



Mídia como % da receita bruta



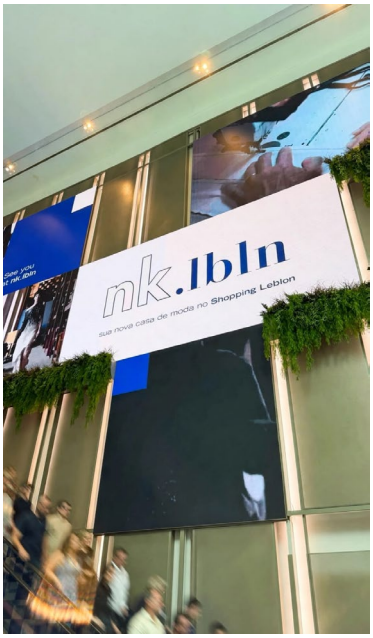
MÍDIA



HELLOO SE CONSOLIDA COMO PLATAFORMA OOH MULTIMODAL

A helloo avança em sua estratégia de diversificação e consolida-se como uma plataforma OOH multimodal, ampliando sua presença para além dos shoppings, com atuação em aeroportos e telas distribuídas ao longo da jornada das pessoas.

Esse portfólio forma um ecossistema complementar de mídia e relacionamento, que combina telas em momentos relevantes de saída e chegada em casa, ampla cobertura em shoppings e ativações por meio dos programas de CRM dos shoppings.





Shopping Leblon| Rio de Janeiro - RJ

Ao todo a helloo está presente em 121 shoppings, a maior cobertura do Brasil, também possui 14 mil telas residenciais e, em agosto, atingiu a marca de 12 aeroportos com 66 milhões de impactos por semana e 6.728 faces para exposição publicitária, entre formatos estáticos, digitais e áreas promocionais.

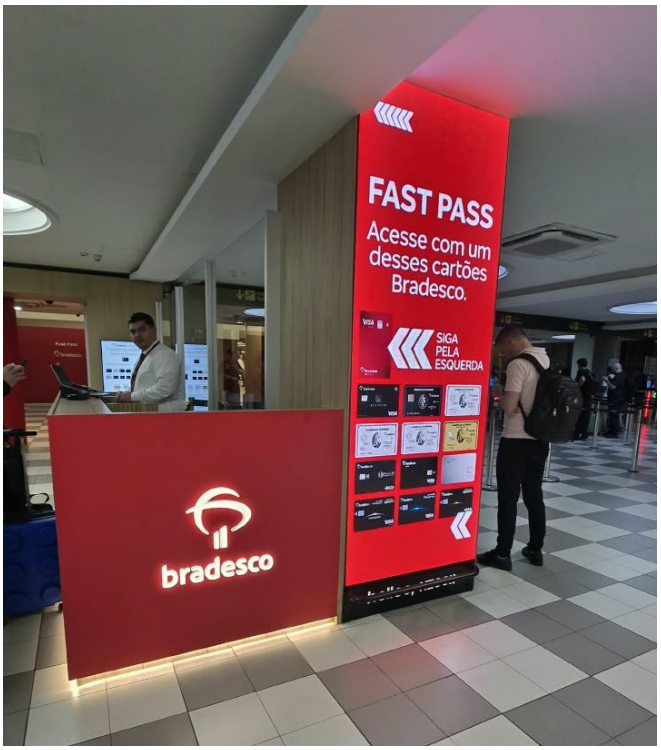
Completando essa proposta, a helloo Live amplia as possibilidades de conexão entre marcas e consumidores, com uma unidade de negócio dedicada ao desenvolvimento e à viabilização de experiências de marca em todo o portfólio da companhia.

MÍDIA COMO SERVIÇO: BRADESCO E HELLOO REINAUGURAM O FAST PASS EM CONGONHAS

O Bradesco e a helloo reinauguraram, no Aeroporto de Congonhas, o fast pass exclusivo para clientes Bradesco Principal, que oferece acesso diferenciado ao raio-X do aeroporto.

O projeto contempla o envelopamento completo do espaço, ampliando a presença da marca ao longo da jornada do passageiro e comunicando as novidades do banco, além de direcionar os clientes à sala VIP Bradesco.

O projeto reforça a evolução da helloo para uma plataforma capaz de combinar mídia, experiência e serviços, ampliando as possibilidades de conexão entre grandes anunciantes e consumidores ao longo de sua jornada.



DESENVOLVIMENTO IMOBILIÁRIO

PORTFÓLIO DE PROJETOS MULTIÚSO – EXECUÇÃO E MONETIZAÇÃO IMOBILIÁRIA

No 3T26, a ALLOS avançou na execução de sua estratégia de desenvolvimento imobiliário, com marcos relevantes de **monetização**, **novos contratos**, **lançamentos comerciais** e **integração dos empreendimentos aos ecossistemas dos shoppings**. Os avanços demonstram o crescimento dessa importante vertical de negócios da Companhia, que captura valor em diferentes etapas do ciclo imobiliário, por meio de parcerias no modelo *asset light*, combinando geração de resultados, receitas provenientes da monetização imobiliária e adensamento qualificado do entorno dos ativos, com potencial de ampliar o fluxo de consumidores e fortalecer as operações dos shoppings.


Imagem meramente ilustrativa

SHOPPING DA BAHIA – 1ª FASE DO COMPLEXO MULTIÚSO

No 3T26, a ALLOS fez mais um lançamento imobiliário em um dos seus principais shoppings, o Shopping da Bahia, em parceria com a Moura Dubeux. A operação concretizou a 1ª fase do masterplan, com **VGV estimado de R$ 350 milhões**.

O empreendimento **Beach Class Bahia** contará com conexão exclusiva ao shopping e compreenderá uma torre residencial de **49 pavimentos**, com **612 unidades** entre estúdios e apartamentos de 1 e 2 quartos, totalizando mais de **22 mil m²** de área privativa, que contará com cerca de mil pessoas vivendo a poucos passos de distância do shopping. A Moura Dubeux segue avançando no desenvolvimento dos próximos empreendimentos previstos no masterplan, dando continuidade à estratégia de monetização imobiliária e adensamento qualificado do entorno, com maior integração de usos e qualificação da infraestrutura do complexo.

Em paralelo, foram iniciadas as obras de readequação do estacionamento do shopping, contemplando a realocação das cancelas, a adequação dos acessos e a reorganização dos fluxos de veículos. As intervenções preparam a **integração futura entre o estacionamento existente e o novo deck parking**, que contará com 484 vagas, assegurando a compatibilidade operacional e a funcionalidade do complexo.


Imagem meramente ilustrativa


Imagem meramente ilustrativa

PARQUE DOM PEDRO – EXPANSÃO DO POLO CORPORATIVO MULTIÚSO

No **Parque Dom Pedro Shopping**, em Campinas, a ALLOS assinou com a incorporadora Tymber um compromisso para o desenvolvimento de uma nova torre corporativa, com VGV estimado em **R$ 140 milhões**. O projeto representa a terceira torre contratada no masterplan do complexo e a segunda destinada ao uso corporativo, seguindo a estratégia de consolidação de um polo empresarial integrado ao shopping.

O empreendimento contará com salas comerciais de 100 m² a 150 m² e prevê uma praça de integração com a primeira torre corporativa, além do compartilhamento de vagas cobertas com o shopping, atendendo a demandas identificadas nas pesquisas de satisfação do ativo. A iniciativa amplia a diversidade de usos do complexo e fortalece o posicionamento do shopping como centralidade regional de comércio, serviços e negócios.

DESENVOLVIMENTO IMOBILIÁRIO



NOVOS LANÇAMENTOS – AVANÇO NA MONETIZAÇÃO DO PIPELINE

No 3T26, dois empreendimentos multiúso avançaram para a fase de lançamento comercial, marcando uma nova etapa de execução dos projetos contratados.

Em Uberlândia, a Perplan Incorporação lançou o **Etéra UDI Complex**, em terreno de **7,7 mil m²** comercializado pela Companhia. O projeto, originalmente concebido em duas torres residenciais, evoluiu para uma torre única de uso misto, com mais de **22 mil m²** de área privativa, reunindo **281 apartamentos** e **127 unidades comerciais**.





No Independência Shopping, em Juiz de Fora, foi lançado o **Diamond Sky**, primeira torre desenvolvida pelo Grupo Diamond no complexo, com **345 apartamentos.** A segunda torre contratada permanece em desenvolvimento de produto, dando continuidade à estratégia de adensamento e qualificação da área primária do shopping.



PASSEIO DAS ÁGUAS – ECOSSISTEMA MULTIÚSO

Após a entrega das três torres do **NOW Reserva das Águas**, no início de 2026, a ALLOS avançou na integração dos novos moradores ao ecossistema do Shopping Passeio das Águas, em Goiânia. No trimestre, foi realizada uma ação de boas-vindas com os residentes, apresentando os serviços, benefícios e opções de lazer do shopping, além de ampliar os cadastros no Programa de Benefícios e estabelecer um canal exclusivo de comunicação com o condomínio.

A iniciativa fortalece a conexão com os mais de mil novos moradores do complexo e exemplifica uma dimensão complementar da estratégia multiúso: **transformar o adensamento em oportunidades de relacionamento, conveniência e consumo recorrente**, ampliando o potencial de geração de valor para o shopping ao longo do tempo.

DESENVOLVIMENTO IMOBILIÁRIO



PIPELINE DE DESENVOLVIMENTO IMOBILIÁRIO – ESCALA E EVOLUÇÃO DO PORTFÓLIO

Ao final do 3T26, o portfólio de projetos multiúso da ALLOS totalizava **72 torres** contratadas, correspondentes a aproximadamente **757 mil m²** de área privativa, sendo **9 torres** já entregues, **30 torres** em construção ou lançamento e **33 torres** em aprovação. A evolução dos projetos em diferentes estágios de desenvolvimento reforça a escala da plataforma imobiliária da Companhia e seu potencial de geração de valor por meio da monetização de terrenos, das permutas contratadas e da integração de novos usos aos ecossistemas dos shoppings.

Shoppings	Estado	Torres Multiúso				Área Privativa Multiúso (m²)
		Em Aprovação	Em Construção/ Lançamento	Entregue	Total Assinado	Total Disponível
Parque Shopping Maceió	AL	2	7	5	14	18.416
Shopping da Bahia	BA	5	-	-	5	23.060
Catuaí Shopping Londrina	PR	6	-	-	6	67.419
Norteshopping	RJ	-	5	-	5	65.783
Passeio das Águas Shopping	GO	-	3	3	6	332.120
Franca Shopping	SP	3	-	-	3	56.460
Shopping Tamboré	SP	2	-	-	2	24.300
Shopping Recife	PE	2	1	-	3	35.000
Shopping Piracicaba	SP	3	-	-	3	21.352
Parque Dom Pedro	SP	3	-	-	3	309.955
Independência Shopping	MG	1	1	-	2	-
São Bernardo Plaza Shopping	SP	3	-	-	3	43.050
Shopping Estação Cuiabá	MT	2	-	-	2	13.200
Outros Shoppings do Portifólio						648.725
Subtotal	-	**32**	**17**	**8**	**57**	**1.658.840**
Terrenos independentes	-	**1**	**13**	**1**	**15**	**68.000**
Total Portfólio	-	**33**	**30**	**9**	**72**	**1.726.840**

PRODUTOS DIGITAIS



PLATAFORMA DIGITAL AMPLIA PRESENÇA NACIONAL

A plataforma digital da ALLOS seguiu ampliando sua presença e relevância estratégica no trimestre. Com o lançamento da solução em mais dois empreendimentos da Companhia, Goiânia Shopping e Shopping Vila Velha, a plataforma passou a estar presente em 39 shopping centers, distribuídos por todas as regiões do país e em 24 cidades. Essa abrangência fortalece um dos principais ativos da Companhia, uma base nacional de consumidores que combina profundidade de conhecimento sobre hábitos de consumo com a capacidade de realizar ativações em escala de forma segmentada.



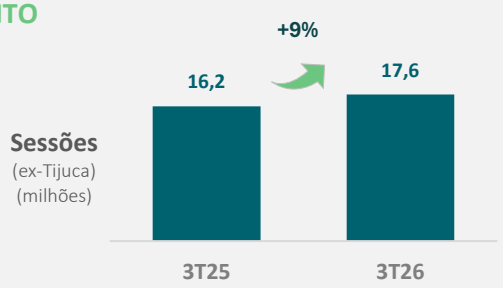
Goiânia – jul/26



Vila Velha – jul/26

AUDIÊNCIA DIGITAL MANTÉM TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO

A audiência da plataforma digital atingiu 17,6 milhões de sessões no 3T26, crescimento de 9% em relação ao mesmo período do ano anterior (ex-Tijuca). A evolução reforça a capacidade da ALLOS de integrar as jornadas física e digital, enriquecendo a experiência das visitas aos shoppings com mais conveniência e benefícios e expandindo os pontos de contato para além da presença física nos empreendimentos.

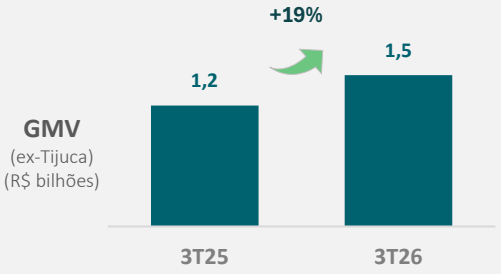


Mais importante do que o volume de acessos, trata-se de uma base identificada e acionável. Esse diferencial permite à Companhia transformar atenção em valor para seu ecossistema, conectando consumidores, lojistas e anunciantes por meio de ativações segmentadas e contextualizadas ao momento e aos interesses de cada cliente.

EVOLUÇÃO DO CONHECIMENTO DO CONSUMIDOR

O GMV identificado por meio do Programa de Benefícios atingiu R$ 1,45 bilhão no 3T26, crescimento de 19% em relação ao mesmo período do ano anterior (ex-Tijuca).

A evolução reflete tanto a expansão da plataforma para novos empreendimentos quanto o desenvolvimento contínuo de novas mecânicas de engajamento, que incentivam uma interação cada vez maior dos consumidores com o ecossistema da ALLOS.



DIA DOS PAIS FORTALECE O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES



Na campanha de Dia dos Pais, o GMV capturado por meio da promoção cresceu 14% em comparação com a mesma campanha do ano anterior, enquanto o custo por captura de GMV foi reduzido em 39%, demonstrando a capacidade da Companhia de expandir o volume transacionado com menor custo de ativação.

A campanha também registrou aumento de 19% na base de participantes únicos e alcançou o maior NPS de brinde do ano. O desempenho reflete tanto a capacidade da Companhia de ativar sua base de consumidores de forma cada vez mais eficaz quanto a evolução na construção de mecânicas promocionais e benefícios alinhados às preferências do público, ampliando simultaneamente o engajamento e a percepção de valor da campanha.

SUSTENTABILIDADE



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

Cultura e engajamento ESG | Treinamentos

A ALLOS segue avançando na incorporação da sustentabilidade à cultura e ao dia a dia de suas operações, ampliando o conhecimento dos times sobre a estratégia ESG da companhia e sobre seus compromissos de longo prazo. Como parte desse movimento, a Companhia estruturou uma agenda de capacitação voltada aos shoppings, conectando os desafios globais de sustentabilidade à estratégia e à estrutura de governança ESG da ALLOS, aos compromissos para 2030 e 2040 estabelecidos na plataforma Espaços que Transformam e, principalmente, ao papel dos times na implementação dessa agenda.

Os treinamentos alcançaram 18 shoppings, 468 participantes. Além de aprofundar o conhecimento sobre a agenda de sustentabilidade da companhia, os encontros apresentaram iniciativas já implementadas, bem como prêmios e reconhecimentos, contribuindo para aproximar os compromissos corporativos da realidade das operações e fortalecer o engajamento dos times em torno das ambições ESG da ALLOS.

MACROTEMAS ABORDADOS:

- Contextualização do cenário global de sustentabilidade
- Compromissos 2030/2040 e o papel dos times na evolução do tema
- Estratégia de sustentabilidade e estrutura de governança ESG da ALLOS
- Referências e avanços já alcançados pela ALLOS

Dia da Árvore | Engajamento e conscientização ambiental

Em linha com sua agenda de sustentabilidade, a ALLOS celebrou o Dia da Árvore com uma iniciativa voltada à conscientização ambiental e ao engajamento de clientes, lojistas e comunidades locais.

A ação mobilizou 40 shoppings e promoveu a distribuição de mais de 18 mil mudas e adubos, em parceria com ONGs e viveiros locais, aproveitando a capilaridade do portfólio para ampliar o alcance da agenda ambiental da companhia.

A iniciativa também reforça os compromissos da ALLOS com a gestão de resíduos e a circularidade, aproximando o tema da experiência de clientes e lojistas ao mostrar como os materiais orgânicos gerados no dia a dia dos shoppings podem ser transformados em adubo e retornar à natureza. Em 2025, 75% dos materiais descartados foram recuperados por meio de reciclagem, compostagem e outras formas de reaproveitamento, evidenciando os avanços da companhia rumo à meta de 90%.



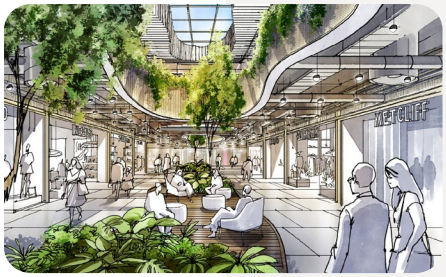
PORTFÓLIO



Shoppings Próprios	Estado	Participação	ABL Total (m²)	ABL Própria (m²)	Área privativa multiuso disponível (m²)	Taxa de Ocupação	Prestação de Serviços
Amazonas Shopping	AM	37,0%	37.537	13.890	48.801	96,4%	A / C / CSC
Araguaia Shopping	GO	50,0%	17.635	8.817	-	96,1%	-
Bangu Shopping	RJ	90,0%	57.945	52.151	8.838	98,7%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belém	PA	80,0%	39.424	31.535	30.030	98,7%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Belo Horizonte	MG	70,0%	42.844	29.991	25.906	97,3%	A / C / CSC
Boulevard Shopping Brasília	DF	100,0%	17.990	17.990	0	84,4%	-
Carioca Shopping	RJ	65,0%	36.321	23.609	-	93,7%	A / C / CSC
Catuaí Shopping Londrina	PR	93,0%	57.141	53.141	67.419	97,5%	A / C / CSC
Catuaí Shopping Maringá	PR	100,0%	33.523	33.523	71.227	98,6%	A / C / CSC
Caxias Shopping	RJ	65,0%	27.781	18.057	47.580	94,5%	A / C / CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	21,0%	56.906	11.950	50.925	94,6%	A / C / CSC
Shopping Estação BH	MG	60,0%	37.503	22.502	-	93,9%	A / C / CSC
Franca Shopping	SP	76,9%	18.955	14.582	56.460	91,8%	A / C / CSC
Goiânia Shopping	GO	48,8%	30.132	14.716	-	97,7%	A / C / CSC
Independência Shopping	MG	83,4%	23.633	19.719	-	98,6%	A / C / CSC
Manauara Shopping	AM	100,0%	47.301	47.301	-	96,3%	A / C / CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	60,0%	42.067	25.240	9.069	97,7%	A / C / CSC
Norteshopping	RJ	72,5%	71.655	51.950	65.783	95,1%	A / C / CSC
Parque Dom Pedro	SP	51,6%	126.324	65.183	309.955	95,6%	A / C / CSC
Parque Shopping Belém	PA	51,0%	36.541	18.636	-	97,1%	A / C / CSC
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	44.287	22.144	18.416	97,1%	-
Passeio das Águas Shopping	GO	90,0%	74.432	66.989	332.120	88,7%	A / C / CSC
Plaza Niterói	RJ	100,0%	44.633	44.633	-	90,4%	A / C / CSC
Plaza Sul Shopping	SP	50,1%	24.375	12.212	-	96,4%	A / C / CSC
São Bernardo Plaza Shopping	SP	60,0%	42.954	25.773	43.050	91,9%	A / C / CSC
Shopping ABC	SP	1,3%	44.597	566	-	94,0%	-
Shopping Campo Grande	MS	79,0%	44.380	35.061	95.264	99,1%	A / C / CSC
Shopping Campo Limpo	SP	20,0%	30.232	6.046	-	97,4%	A / C / CSC
Shopping da Bahia	BA	71,5%	71.086	50.819	23.060	93,6%	A / C / CSC
Shopping Del Rey	MG	80,0%	37.951	30.361	-	89,7%	A / C / CSC
Shopping Estação Cuiabá	MT	75,0%	48.273	36.205	13.200	97,9%	A / C / CSC
Shopping Grande Rio	RJ	50,0%	44.129	22.065	54.940	91,3%	A / C / CSC
Shopping Leblon	RJ	51,0%	27.589	14.071	-	99,2%	A / C / CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	100,0%	18.757	18.757	-	94,8%	A / C / CSC
Shopping Metrópole	SP	100,0%	28.951	28.951	13.860	97,8%	A / C / CSC
Shopping Parangaba	CE	40,0%	33.523	13.409	13.546	91,2%	A / C / CSC
Shopping Piracicaba	SP	75,3%	44.983	33.886	21.352	92,0%	A / C / CSC
Shopping Recife	PE	30,8%	78.630	24.242	35.000	97,8%	C
Shopping Taboão	SP	83,4%	37.438	31.239	85.766	93,7%	A / C / CSC
Shopping Tamboré	SP	100,0%	49.926	49.926	24.300	93,7%	A / C / CSC
Shopping Tijuca	RJ	90,0%	37.781	34.003	-	92,1%	A / C / CSC
Shopping Vila Velha	ES	50,0%	71.504	35.752	48.180	97,9%	A / C / CSC
Shopping Villagio Caxias do Sul	RS	66,0%	29.677	19.587	44.794	96,9%	A / C / CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	63,4%	28.389	17.998	-	97,1%	A / C / CSC
Rio Design Leblon	RJ	38,2%	1.996	763	-	72,5%	A / C / CSC
Lojas C&A	-	87,4%	11.809	10.322	0	100,0%	
Total Portfólio		**65,9%**	**1.911.441**	**1.260.262**	**1.658.840**	**95,2%**	



PROJETOS DE EXPANSÃO E REDESENVOLVIMENTO



SHOPPING RECIFE

Redesenvolvimento:
Piso L1 e L2

Em obras

Modernização dos corredores dos dois andares próximos ao Parque Gourmet



CENTER UBERLÂNDIA

Redesenvolvimento:
Fachada Rondon Pacheco

Em obras

Modernização da fachada da avenida Rondon Pacheco.



PARQUE D. PEDRO SHOPPING

Redesenvolvimento:
Mall de Águas

Em obras

Modernização e redesenvolvimento do Setor Águas.

Antiga área de âncoras

Em obras

Redesenvolvimento 12 mil m² de ABL.



SHOPPING TIJUCA

Expansão/Redesenvolvimento:
Taste Lab e nova circulação vertical

Concluída

O novo espaço gastronômico com 5 mil m² contempla 22 novas operações gastronômicas.

EXPANSÃO

REDESENVOLVIMENTO



SHOPPING VILLA LOBOS

Redesenvolvimento:
Modernização do *Promenade* Villa Lobos

Em licitação

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



GOIÂNIA SHOPPING

Redesenvolvimento:
3º Piso

Em obras

Modernização do pavimento L3 e átrio central do shopping.



SHOPPING CAMPO GRANDE

Expansão:
Expansão de 150 novas lojas

Em licitação

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

EXPANSÃO

REDESENVOLVIMENTO

ESTRUTURA DE CAPITAL

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

Endividamento	Índice	Juros	Custo Total	Endividamento Total	% Endividamento	Vencimento
TR			12,6%	85.525	1,2%	
Itaú (CRI - ICVM 476)	TR	11,3%	13,5%	33.878	0,5%	jun-27
Itaú	TR	9,9%	12,1%	51.647	0,7%	mai-30
CDI			15,2%	6.801.292	98,8%	
Debenture VIII (CRI - ICVM 400)	CDI	0,8%	15,4%	80.390	1,2%	jun-29
Debenture XII (CRI - ICVM400)	CDI	1,2%	15,8%	551.996	8,0%	jul-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160)	CDI	1,0%	15,6%	316.429	4,6%	mar-28
Debenture 7ª (CRI - ICVM160).	CDI	1,2%	15,8%	298.727	4,3%	mar-30
Debenture (8ª emissão. 1ª serie)	CDI	0,6%	15,1%	375.636	5,5%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 2ª serie)	105% CDI	0,0%	15,2%	402.933	5,9%	abr-29
Debenture (8ª emissão. 3ª serie)	CDI	0,5%	15,0%	494.051	7,2%	abr-31
Debenture (9ª emissão. 1ª serie)	97% CDI	0,0%	14,0%	650.568	9,4%	mar-31
Debenture (9ª emissão. 2ª serie)	98% CDI	0,0%	14,2%	116.094	1,7%	mar-33
Debenture (9ª emissão. 3ª serie)	CDI	0,0%	14,5%	239.369	3,5%	mar-36
CCB Itaú	CDI	1,3%	16,0%	109.865	1,6%	out-26
Debenture (11ª emissão.1ª serie)	CDI	0,6%	15,2%	651.586	9,5%	ago-31
Debenture (11ª emissão. 2ª serie)	CDI	1,0%	15,6%	1.887.067	27,4%	ago-34
Debenture (12ª emissão.1ª serie)	98% CDI	0,0%	14,2%	156.923	2,3%	jan-30
Debenture (12ª emissão. 2ª serie)	CDI	0,0%	14,5%	469.658	6,8%	jan-32
Total			15,1%			
Total		CDI+	0,58%	6.886.817		

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

Composição da Dívida | Consolidado	Contábil 3T26	Efeitos CPC 18/19	Gerencial 3T26
	(valores em milhares de reais)		
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	6.806.450	-	6.806.450
Obrigação para compra de ativos	50.128		50.128
Instrumentos financeiros derivativos	181.480		181.480
Dívida Bruta	**7.038.058**	**0**	**7.038.058**
Caixa e aplicações financeiras	**(3.002.228)**	**4.198**	**(2.998.030)**
Dívida Líquida	**4.035.830**	**4.198**	**4.040.028**

CONCILIAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS

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

As informações financeiras gerenciais foram preparadas com base no balanço, demonstração de resultados e relatórios financeiros da ALLOS e incluem premissas que a administração da Companhia julga serem razoáveis, e devem ser analisadas em conjunto com as informações financeiras consolidadas e notas explicativas.

DEMONSTRAÇÃO FINANCEIRA CONSOLIDADA CONTÁBIL E GERENCIAL DOS PERÍODOS FINDOS EM 30 DE SETEMBRO DE 2026 E 2025

Demonstrações Financeiras Consolidadas	3T26	3T25	3T26 / 3T25 Δ%	3T25 Proforma	3T26 / 3T25 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	**780.216**	**727.239**	**7,3%**	**n/a**	**n/a**
Impostos e contribuições e outras deduções	(49.102)	(48.921)	0,4%	n/a	n/a
Receita líquida	**731.114**	**678.318**	**7,8%**	**n/a**	**n/a**
Custo	**(158.269)**	**(160.933)**	**-1,7%**	**n/a**	**n/a**
Lucro bruto	**572.845**	**517.385**	**10,7%**	**n/a**	**n/a**
Receitas/(despesas) operacionais	**(25.529)**	**(171.628)**	**-85,1%**	**n/a**	**n/a**
Despesas administrativas e gerais	(172.299)	(175.513)	-1,8%	n/a	n/a
Resultado da equivalência patrimonial	21.142	18.896	11,9%	n/a	n/a
Outras receitas (despesas) operacionais	125.627	(15.011)	n/a	n/a	n/a
Resultado financeiro	**(140.290)**	**(138.738)**	**1,1%**	**n/a**	**n/a**
Lucro antes dos impostos	**407.026**	**207.020**	**96,6%**	**n/a**	**n/a**
Imposto de renda e contribuição social corrente	(49.360)	(43.982)	12,2%	n/a	n/a
Imposto de renda e contribuição social diferido	(31.956)	(7.115)	n/a	n/a	n/a
Lucro líquido do período	**325.710**	**155.922**	**108,9%**	**-**	**n/a**
Lucro Atribuível aos:					
Acionistas controladores	291.260	125.865	131,4%	n/a	n/a
Acionistas não controladores	34.450	30.057	14,6%	n/a	n/a
Lucro líquido do período	**325.710**	**155.922**	**108,9%**	**-**	**n/a**

Demonstraçoes Financeiras Gerenciais	3T26	3T25	3T26 / 3T25 Δ%	3T25 Proforma	3T26 / 3T25 Δ% Proforma
(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)					
Receita bruta de aluguel e serviços	**845.750**	**730.261**	**15,8%**	**723.862**	**16,8%**
Impostos e contribuições e outras deduções	(51.602)	(50.373)	2,4%	(50.373)	2,4%
Receita líquida	**794.148**	**679.888**	**16,8%**	**673.489**	**17,9%**
Custo	**(177.767)**	**(175.139)**	**1,5%**	**(174.589)**	**1,8%**
Custo de alugueis e serviços	(88.465)	(59.686)	48,2%	(59.136)	49,6%
Depreciação e Amortização	(89.302)	(115.453)	-22,7%	(115.453)	-22,7%
Lucro bruto	**616.381**	**504.749**	**22,1%**	**498.900**	**23,5%**
Receitas (despesas) operacionais	**(106.660)**	**(181.063)**	**-41,1%**	**(181.063)**	**-41,1%**
Despesas administrativas e gerais	(97.491)	(106.361)	-8,3%	(106.361)	-8,3%
Incentivo de longo prazo baseado em ações	(10.615)	(8.263)	28,5%	(8.263)	28,5%
Variação de valor justo de propriedades	-	-	n/a	-	n/a
Despesa com depreciação e amortização	(38.245)	(38.374)	-0,3%	(38.374)	-0,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	39.692	(28.065)	n/a	(28.065)	n/a
Resultado financeiro	**(144.373)**	**(144.197)**	**0,1%**	**(144.197)**	**0,1%**
Lucro antes dos impostos	**365.348**	**179.489**	**103,5%**	**173.640**	**110,4%**
Imposto de renda e contribuição social corrente	(50.926)	(45.011)	13,1%	(45.011)	13,1%
Imposto de renda e contribuição social diferido	(23.162)	(8.613)	n/a	(8.613)	n/a
Lucro líquido do período	**291.260**	**125.865**	**131,4%**	**120.016**	**142,7%**

BALANÇO PATRIMONIAL

Balanço Patrimonial	ALLOS Consolidado		Ajustes		ALLOS Consolidado Gerencial	
	30/09/2026	31/12/2025	30/09/2026	31/12/2025	30/09/2026	31/12/2025
ATIVO	*(Valores em milhares de reais)*					
Circulante						
Caixa e equivalentes de caixa	32.891	60.570	1.352	9.389	34.243	69.960
Aplicações financeiras de curto prazo	2.775.858	2.369.444	(5.550)	(67.573)	2.770.308	2.301.871
Contas a receber	352.191	473.676	23.658	7.880	375.849	481.556
Dividendos e juros sobre capital próprio a receber	27	27	(27)	(27)	0	(0)
Impostos a recuperar	141.022	168.688	177	5.900	141.199	174.588
Despesas antecipadas	23.218	17.480	574	513	23.792	17.993
Outros créditos	233.108	226.645	17.299	10.616	250.407	237.262
Total Ativo Circulante	**3.558.316**	**3.316.531**	**37.483**	**(33.302)**	**3.595.798**	**3.283.229**
Não Circulante						
Impostos a recuperar	43.065	62.263	7.065	(452)	50.131	61.811
IRPJ e CSLL diferidos	0	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
Depósitos judiciais	177.503	192.477	1.065	904	178.568	193.381
Empréstimos, mútuos e outras contas a receber	-	-	-	-	-	-
Contas a receber	94.611	80.560	18	(1.531)	94.629	79.030
Despesas antecipadas	19.487	12.782	(2)	(5)	19.484	12.777
Aplicações financeiras de longo prazo	193.479	167.142	-	-	193.479	167.142
Outros créditos	396.507	285.416	(30.879)	(277)	365.629	285.139
Investimentos	612.166	604.106	(612.166)	(604.106)	(0)	0
Propriedades para investimento	19.579.968	20.381.666	461.442	(176.699)	20.041.411	20.204.967
Imobilizado	108.510	106.620	5.051	2.655	113.562	109.275
Intangível	771.286	796.875	517.789	545.631	1.289.075	1.342.507
Total Ativo Não Circulante	**21.996.584**	**22.689.908**	**349.384**	**(233.880)**	**22.345.968**	**22.456.028**
Total do Ativo	**25.554.899**	**26.006.439**	**386.867**	**(267.182)**	**25.941.766**	**25.739.257**
PASSIVO	*(Valores em milhares de reais)*					
Circulante						
Fornecedores	68.128	85.869	15.183	3.946	83.311	89.815
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	257.919	325.357	-	-	257.919	325.357
Impostos e contribuições a recolher	77.851	108.639	765	4.500	78.616	113.139
Receitas diferidas	9.354	10.160	12.592	8.383	21.946	18.543
Dividendos a pagar	438.000	440.839	0	(2.839)	438.000	438.000
Obrigações por compra de ativos	24.366	3.384	-	-	24.366	3.384
Contas a Pagar Leasing	26.716	27.042	60.307	69.628	87.023	96.669
Outras obrigações	135.735	283.131	2.764	(52.646)	138.499	230.485
Total Passivo Circulante	**1.038.068**	**1.284.420**	**91.612**	**30.973**	**1.129.680**	**1.315.392**
Não Circulante						
Empréstimos e financiamentos, CCI/CRI's e debêntures	6.548.531	5.553.953	-	0	6.548.531	5.553.954
Impostos e contribuições a recolher	1.933	7.013	0	(110)	1.933	6.903
Receitas diferidas	15.814	16.716	384	406	16.198	17.122
Instrumentos financeiros derivativos	181.480	132.740	-	-	181.480	132.740
IRPJ e CSLL diferidos	4.451.040	4.642.094	(12.232)	(5.217)	4.438.807	4.636.877
Obrigações por compra de ativos	25.762	14.503	-	-	25.762	14.503
Contas a pagar leasing	178.853	193.326	426.032	460.218	604.885	653.543
Outras obrigações	58.845	8.040	(7.520)	(1.002)	51.325	7.038
Provisão para contingências	225.513	254.628	1.162	111	226.675	254.740
Total Passivo Não Circulante	**11.687.771**	**10.823.013**	**407.825**	**454.407**	**12.095.596**	**11.277.420**
PATRIMÔNIO LÍQUIDO						
Capital social	15.092.136	15.092.136	-	-	15.092.136	15.092.136
Gastos com emissões de ações	(72.332)	(72.332)	-	-	(72.332)	(72.332)
Reservas de capital	33.433	18.590	-	-	33.433	18.590
Reserva legal	275.973	234.265	-	-	275.973	234.265
Ações em tesouraria	(83.358)	(104.855)	-	-	(83.358)	(104.855)
Lucros acumulados	701.706	0	(0)	0	701.706	0
Reservas de lucros	773.249	1.982.957	-	-	773.249	1.982.957
Ajustes de avaliação patrimonial	(4.004.316)	(4.004.316)	-	-	(4.004.316)	(4.004.316)
Participação de não controladores	112.570	752.561	(112.570)	(752.561)	-	-
Total do patrimônio líquido	**12.829.060**	**13.899.006**	**(112.570)**	**(752.561)**	**12.716.490**	**13.146.445**
Total do Passivo e do Patrimônio Líquido	**25.554.899**	**26.006.439**	**386.867**	**(267.182)**	**25.941.766**	**25.739.257**

FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa	ALLOS Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado Gerencial
	30/09/2026	30/09/2026	30/09/2026
	(valores em milhares de reais)		
Atividades operacionais			
Lucro líquido do período atribuível aos acionistas da Controladora	**918.523**	**(70.817)**	**847.706**
Ajustes ao lucro líquido ecorrentes de:			
Aluguel linear	(40.449)	(437)	(40.886)
Depreciação e amortização	418.013	12.614	430.627
Resultado de equivalência patrimonial	(57.462)	57.462	-
Constituição de provisão para perda de crédito esperada	51.402	395	51.797
Remuneração com base em ações	40.430	-	40.430
Juros e variações monetárias sobre operações financeiras	684.414	10.689	695.103
Valor justo dos instrumentos financeiros derivativos	22.955	-	22.955
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(189.151)	(10.623)	(199.774)
(Ganho) perda na venda de propriedades para investimento	(52.944)	-	(52.944)
Rendimentos de aplicações financeiras	(279.867)	676	(279.191)
Baixa de mais valia	-	-	-
(Ganho) perda na venda de terrenos	(103.344)	23.390	(79.954)
Provisão para perda de investimentos e propriedades para investimento	-	-	-
Outras provisões	(31.705)	26.965	(4.740)
	1.380.815	**50.314**	**1.431.129**
Redução (aumento) dos ativos	**131.015**	**(8.558)**	**122.457**
Contas a receber de clientes	78.871	(2.318)	76.553
Depósitos Judiciais	14.977	(161)	14.816
Impostos a recuperar	46.864	(1.795)	45.069
Outros	(9.697)	(4.284)	(13.981)
Aumento (redução) dos passivos	**88.428**	**65.885**	**154.313**
Fornecedores	(17.779)	11.237	(6.542)
Impostos e contribuições a recolher	220.928	(1.191)	219.737
Outras obrigações	(113.498)	51.652	(61.846)
Receitas diferidas	(1.223)	4.187	2.964
Impostos pagos - IRPJ e CSLL	(166.612)	(2.124)	(168.736)
Impostos pagos - PIS, COFINS e ISS	(90.211)	(311)	(90.522)
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	**1.343.435**	**105.206**	**1.448.641**
Atividades de investimento			
Aquisição de ativo imobilizado	(20.954)	709	(20.245)
Aquisição de ativo intangível	(59.794)	(1.741)	(61.535)
Aquisição de propriedade para investimento - shoppings	(306.066)	1.692	(304.374)
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas	(15.700)	15.700	-
Aumento (redução) de capital em controladas/coligadas/amortização de quotas	-	-	-
Redução (aumento) em aplicações financeiras	(70.143)	(62.700)	(132.843)
Juros sobre capital próprio e dividendos recebidos	64.994	(64.994)	-
Recebimento pela alienação de participação societária e/ou imobiliária de shoppings	176.894	-	176.894
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	**(230.769)**	**(111.334)**	**(342.103)**
Atividades de financiamento			
Recebimento de empréstimos com partes relacionadas	-	-	-
Pagamento juros - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(16.500)	-	(16.500)
Pagamento principal - empréstimos e financiamentos e cédulas de crédito imobiliário	(16.935)	-	(16.935)
Emissão de debêntures	1.000.000	-	1.000.000
Pagamento de juros de debêntures	(685.103)	-	(685.103)
Pagamento principal de debêntures	-	-	-
Pagamento de custos de estruturação debêntures	(25.099)	-	(25.099)
Aumento de capital não controladores	6.557	(6.557)	-
Pagamento de principal e juros de arrendamento por direito de uso	(30.784)	(61.622)	(92.406)
Recompra de ações	-	-	-
Recompra de debêntures	-	-	-
Alienação de ações	7.788	-	7.788
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos aos acionistas	(1.314.000)	-	(1.314.000)
Dividendos pagos aos acionistas não controladores	(66.269)	66.269	-
Pagamento de obrigações por compra de empresas	-	-	-
Caixa líquido gerado nas (consumido pelas) atividades de financiamento	**(1.140.345)**	**(1.910)**	**(1.142.255)**
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	**(27.679)**	**(8.038)**	**(35.717)**
Saldo de caixa e equivalente no final do período	32.891	1.352	34.243
Saldo de caixa e equivalente no início do período	60.570	9.390	69.960
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalente de caixa	**(27.679)**	**(8.038)**	**(35.717)**

CONCILIAÇÃO ENTRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS CONSOLIDADAS E GERENCIAIS | 2026

Conciliação Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial Período findo em 30 de setembro de 2026	ALLOS Consolidado 2026 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2026 - Gerencial
	(Valores em milhares de reais)		
Receita bruta de aluguel e serviços	**2.269.254**	**120.182**	**2.389.436**
Impostos e contribuições e outras deduções	(153.434)	(2.999)	(156.433)
Receita líquida	**2.115.820**	**117.183**	**2.233.002**
Custo de aluguéis e serviços	**(549.141)**	**(48.321)**	**(597.462)**
Lucro bruto	**1.566.679**	**68.862**	**1.635.541**
(Despesas)/Receitas operacionais	**(254.354)**	**(138.555)**	**(392.909)**
Despesas administrativas e gerais	(496.278)	210.184	(286.094)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	n/a	27.500	(27.500)
Resultado da equivalência patrimonial	57.462	(57.462)	-
Despesa com depreciação	n/a	107.139	(107.139)
Outras (despesas)/receitas operacionais	184.462	(156.638)	27.824
Resultado financeiro	**(426.616)**	**(8.994)**	**(435.611)**
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	**885.708**	**(78.687)**	**807.021**
Imposto de renda e contribuição social	**32.814**	**7.870**	**40.685**
Lucro líquido do período	**918.523**	**(70.817)**	**847.706**
Lucro Atribuível aos:			
Acionistas controladores	847.706	(0)	847.706
Participações minoritárias	70.817	(70.817)	-

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 30 de setembro de 2026	ALLOS Consolidado 2026 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2026 - Gerencial
	(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)		
Lucro líquido	**918.523**	**(70.817)**	**847.706**
(+) Depreciação / Amortização	418.012	12.567	430.578
(+) Resultado financeiro	426.616	8.994	435.611
(+) Imposto de renda e contribuição social	(32.814)	(7.870)	(40.685)
EBITDA	**1.730.336**	**(57.126)**	**1.673.210**
Margem EBITDA %	**81,8%**		**74,9%**
(+) Despesas não recorrentes	(33.733)	-	(33.733)
EBITDA Ajustado	**1.696.603**	**(57.126)**	**1.639.477**
Margem EBITDA Ajustado %	**80,2%**	**0,0%**	**73,4%**
(-) Aluguel Linear	(38.714)	(2.172)	(40.886)
EBITDA Ajustado (ex- aluguel linear)	**1.657.889**	**(59.298)**	**1.598.591**
Margem EBITDA Ajustado (Ex- aluguel linear)%	**79,8%**	**0,0%**	**72,9%**

Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 30 de setembro de 2026	ALLOS Consolidado 2026 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2026 - Gerencial
	(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)		
Lucro Líquido no período	**918.523**	**(70.817)**	**847.706**
(+) Depreciação e amortização	418.012	12.567	430.578
(=) FFO *	**1.336.534**	**(58.250)**	**1.278.284**
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(33.733)	-	(33.733)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(38.714)	(2.172)	(40.886)
(+)/(-) Impostos não caixa	(189.151)	(10.622)	(199.774)
(+)/(-) Efeito SWAP (Fair Value)	45.958	-	45.958
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	(25.734)	-	(25.734)
(=) FFO ajustado *	**1.095.160**	**(71.045)**	**1.024.115**
Margem AFFO %	**52,7%**		**46,7%**

* Indicadores não-contábeis

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

Conciliação Demonstração de Resultado Contábil vs. Gerencial Período findo em 30 de setembro de 2025	ALLOS Consolidado 2025 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Gerencial	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Proforma
	(Valores em milhares de reais)				
Receita bruta de aluguel e serviços	**2.174.240**	**(45.037)**	**2.129.203**	**(9.157)**	**2.120.046**
Impostos e contribuições e outras deduções	**(148.196)**	792	(147.404)	-	(147.404)
Receita líquida	**2.026.044**	**(44.245)**	**1.981.799**	**(9.157)**	**1.972.642**
Custo de aluguéis e serviços	**(515.861)**	**(5.034)**	**(520.895)**	**711**	**(520.184)**
Lucro bruto	**1.510.183**	**(49.279)**	**1.460.904**	**(8.446)**	**1.452.458**
(Despesas)/Receitas operacionais	**(371.143)**	**(52.844)**	**(423.987)**	**-**	**(423.987)**
Despesas administrativas e gerais	(512.868)	196.336	(316.532)	-	(316.532)
Incentivo de longo prazo baseado em ações	n/a	24.985	(24.985)	-	(24.985)
Resultado da equivalência patrimonial	53.960	(53.960)	-	-	-
Despesa com depreciação	n/a	112.151	(112.151)	-	(112.151)
Outras (despesas)/receitas operacionais	87.766	(58.085)	29.681	-	29.681
Resultado financeiro	**(388.635)**	**26.798**	**(361.837)**	**-**	**(361.837)**
Lucro antes dos impostos e participações minoritárias	**750.406**	**(75.326)**	**675.080**	**(8.446)**	**666.634**
Imposto de renda e contribuição social	**(86.442)**	**(6.702)**	**(93.143)**	**-**	**(93.143)**
Lucro líquido do período	**663.964**	**(82.027)**	**581.937**	**(8.446)**	**573.491**
Lucro Atribuível aos:					
Acionistas controladores	581.937	0	581.937	(8.446)	573.491
Participações minoritárias	82.027	(82.027)	-	-	-

Conciliação do EBITDA/ EBITDA Ajustado Período findo em 30 de setembro de 2025	ALLOS Consolidado 2025 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Gerencial	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Proforma
	(Valores em milhares de reais)				
Lucro líquido	**663.964**	**(82.027)**	**581.937**	**(8.446)**	**573.491**
(+) Depreciação / Amortização	453.217	(54)	453.163	-	453.163
(+) Resultado financeiro	388.635	(26.798)	361.837	-	361.837
(+) Imposto de renda e contribuição social	86.442	6.702	93.143	-	93.143
EBITDA	**1.592.257**	**(102.178)**	**1.490.079**	**(8.446)**	**1.481.634**
Margem EBITDA %	**78,6%**		**75,2%**	-	**75,1%**
(+) Despesas não recorrentes	(41.513)	-	(41.513)	-	(41.513)
EBITDA Ajustado	**1.550.744**	**(102.178)**	**1.448.566**	**(8.446)**	**1.440.121**
Margem EBITDA Ajustado %	**76,5%**		**73,1%**	-	**73,0%**
(-) Aluguel Linear	(10.059)	(33.977)	(44.036)	254	(43.781)
EBITDA Ajustado (ex- aluguel linear)	**1.540.685**	**(136.154)**	**1.404.530**	**(8.191)**	**1.396.339**
Margem EBITDA Ajustado (Ex- aluguel linear)%	**76,4%**		**72,5%**	**92,0%**	**72,4%**

Conciliação do FFO / FFO Ajustado Período findo em 30 de setembro de 2025	ALLOS Consolidado 2025 - Contábil	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Gerencial	Ajustes	ALLOS Consolidado 2025 - Proforma
	(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)				
Lucro Líquido no período	**663.964**	**(82.027)**	**581.937**	**(8.446)**	**573.491**
(+) Depreciação e amortização	453.217	(54)	453.163	-	453.163
(=) FFO *	**1.117.181**	**(82.082)**	**1.035.099**	**(8.446)**	**1.026.654**
(+)/(-) Despesas/(Receitas) não recorrentes	(41.513)	-	(41.513)	-	(41.513)
(-) Ajuste aluguel linear - CPC 06	(10.059)	(33.977)	(44.036)	254	(43.781)
(+)/(-) Impostos não caixa	(59.915)	31.238	(28.677)	-	(28.677)
(+)/(-) Efeito SWAP (Fair Value)	(27.634)	-	(27.634)	-	(27.634)
(+)/(-) Despesas financeiras eventuais	(8.990)	-	(8.990)	-	(8.990)
(=) FFO ajustado *	**969.068**	**(84.820)**	**884.249**	**(8.191)**	**876.057**
Margem AFFO %	**48,1%**		**45,6%**	**92,0%**	**45,4%**

* Indicadores não-contábeis

GLOSSÁRIO

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

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

Abrasce: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

CAGR: Taxa composta de crescimento anual.

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

CCI: Cédula de Crédito Imobiliário.

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

CPC: Comitê de Pronunciamentos Contábeis.

CRI: Certificado de Recebíveis Imobiliários.

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

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

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

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

Greenfield: Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

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

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

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

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

GLOSSÁRIO

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

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

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

PDD: Provisão para Devedores Duvidosos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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