

**ESTUDO DE CASO**  
*A FORÇA DO PORTFÓLIO*  
**NORTE E NORDESTE**

**ALLOS**



# ESTUDO DE CASO

## A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÕES NORTE E NORDESTE

### A FORÇA DO PORTFÓLIO NAS REGIÕES NORTE E NORDESTE DO BRASIL

A ALLOS se destaca por possuir ativos líderes, estrategicamente distribuídos por todo o território nacional, aproveitando as mais diversas alavancas de crescimento das diferentes regiões geográficas do país. Os shoppings da Companhia foram projetados para atender às mais diversas necessidades dos consumidores, consolidando-se como elementos essenciais em seus cotidianos. A força dos ativos é constatada pelo crescimento de vendas, que é substancialmente maior que o da Abrasce em todas as regiões do Brasil, conforme indica o gráfico 1 abaixo.

#### VENDAS NAS REGIÕES NORTE E NORDESTE

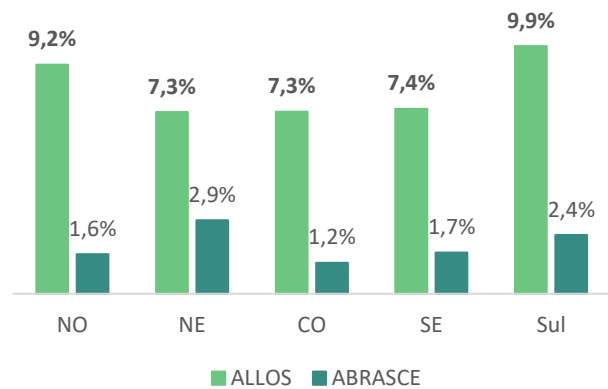
43% das vendas em shoppings na região Norte e 15% no Nordeste ocorrem nos shoppings da ALLOS

Dentre os dez shoppings destaque da ALLOS em vendas/m<sup>2</sup>, quatro estão localizados nas regiões Norte e Nordeste: Manauara Shopping (NO), Amazonas Shopping (NO), Boulevard Shopping Belém (NO) e Shopping Recife (NE). Além disso, os ativos localizados nessas regiões registram um fluxo elevado de visitantes ao longo de todo o ano, que pode ser observado na métrica de fluxo de veículos (veículos/m<sup>2</sup>) superior à média do portfólio, como demonstrado no gráfico 2. Isso evidencia a atratividade desses empreendimentos como principais destinos tanto da população local quanto de turistas.

Na Região Norte, a cidade de Manaus, capital do estado do Amazonas, abriga o Manauara Shopping e o Amazonas Shopping que, juntos, oferecem 85.000 m<sup>2</sup> de área bruta locável (ABL) e 4,5 mil vagas de estacionamento, gerando mais de R\$ 2,6 bilhões de vendas anuais. Em 2024, esses ativos receberam mais de 2 milhões de visitantes e 500 mil veículos por mês, sendo que a cidade de Manaus possui uma população de 2,3 milhões de habitantes. Dessa forma, esses empreendimentos vêm consolidando um importante *share of life* do povo amazonense, ocupando o *top of mind* da cidade de Manaus e se destacando como os principais destinos de compras e lazer da região.

Os shoppings da região Norte mostraram sua resiliência no período logo após a pandemia, em 2021, as vendas da região já haviam retornado aos patamares pré-pandemia e a região registrou CAGR em vendas de 8,0% entre 2019 e 2024, acima da inflação média do período. Um fator importante para essa performance, foi o crescimento de 9,8% na renda das famílias da região<sup>1</sup> em 2024, quando comparado com 2019, 2,9 p.p. acima do crescimento da renda nacional. Em termos populacionais, a região também se destacou, com um crescimento de 16,7% entre 2012 e 2024, superando o dado nacional de 9,7%<sup>1</sup>, abrindo avenidas de crescimento para os shoppings da ALLOS. Um reflexo disso é o movimento observado nos últimos anos de expansão de grandes marcas para a região, como a Sephora no Boulevard Shopping Belém, que reforça o pioneirismo da ALLOS em levar marcas internacionais para todas as regiões do Brasil. Dado esse cenário, o market share da ALLOS na Região Norte vem passando por um grande avanço, o indicador mais que duplicou entre 2013 e 2024, atingindo 43% com apenas 17% da ABL disponível da região, como ilustrado no gráfico 3.

Gráfico 1: Crescimento de Vendas por Região YoY (2024 vs 2023) | Visão Total



Fonte: Censo Brasileiro de Shopping Centers | ABRASCE

Gráfico 2: Entrada de Veículos / m<sup>2</sup> (2024) | Visão Total



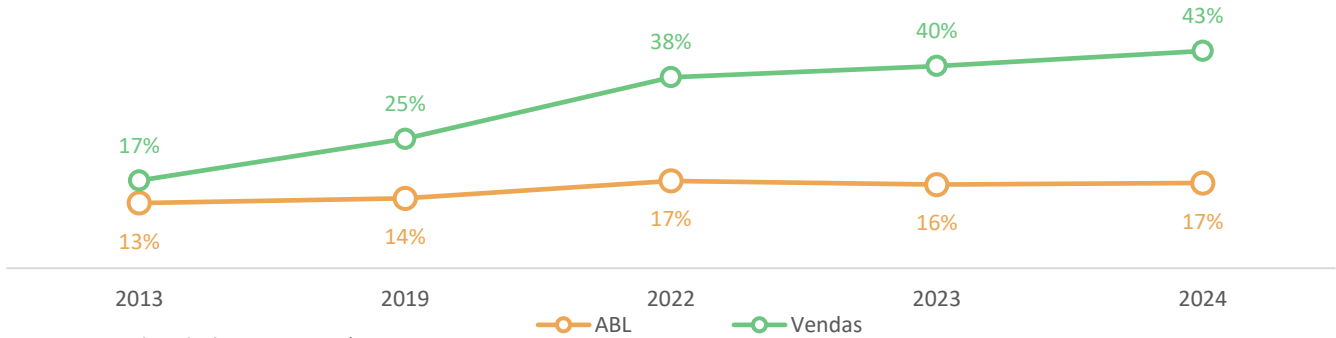
<sup>1</sup>Fonte: IBGE



# ESTUDO DE CASO

## A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÕES NORTE E NORDESTE

**Gráfico 3: Market Share ALLOS | Norte**  
Representatividade Vendas e ABL | Visão Total



Fonte: Censo Brasileiro de Shopping Centers | ABRASCE  
Os indicadores representam as vendas totais dos shoppings da ALLOS divididas pelas vendas totais divulgadas pela ABRASCE

A Região Nordeste, por sua vez, também abriga alguns dos principais ativos da ALLOS: o Shopping Recife e o Shopping da Bahia, que, juntos, geraram vendas de, aproximadamente, R\$ 3,6 bilhões em 2024. O primeiro é um dos principais centros de compras de Pernambuco há mais de 40 anos e é pioneiro no processo de desenvolvimento do varejo no Recife. Atualmente, o shopping conta com 74,1 mil m<sup>2</sup> e possui uma das maiores taxas de ocupação da companhia, com 99,3%.

O Shopping da Bahia possui 71,0 mil m<sup>2</sup> de ABL e é um dos maiores e mais tradicionais shoppings do país, foi o segundo shopping construído no Brasil e o primeiro das regiões Norte e Nordeste, desempenhando um papel crucial na transformação de Salvador, ao direcionar o estabelecimento de um novo centro financeiro e empresarial fora do centro histórico.

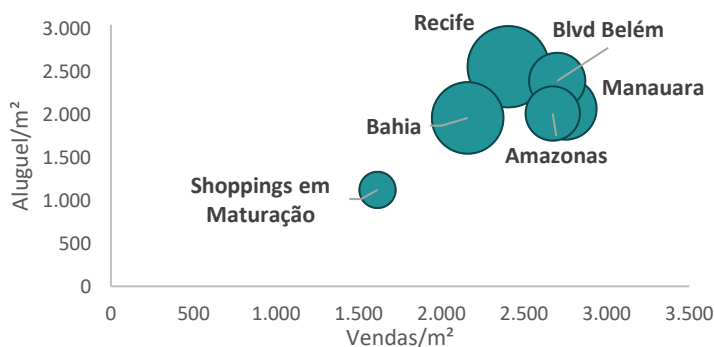
Desse modo, no ano de 2024, as vendas dos shopping situados nas regiões Norte e Nordeste do país representaram 25%<sup>1</sup> das vendas dos shoppings da Companhia e 20,2%<sup>2</sup> do NOI da Companhia, somando R\$ 10 bilhões e R\$ 478 milhões, respectivamente. Dentre o total vendido em todos shoppings de cada região, 43% de todas as vendas no Norte e 15% no Nordeste, foram em shoppings da ALLOS.

<sup>1</sup>Visão Total  
<sup>2</sup>Visão Participada

### ALUGUEL

Para analisar o comportamento dos shoppings das duas regiões em relação ao aluguel/m<sup>2</sup> e vendas/m<sup>2</sup> os shoppings foram separados em dois grupos de ativos: os shoppings maduros e os shoppings em processo de maturação. O primeiro é composto por empreendimentos já consolidados, referência para lojistas e consumidores, enquanto o segundo diz respeito aos ativos posicionados em locais de alto adensamento, com grande potencial de crescimento. O gráfico 4 ilustra a dispersão dos shoppings de acordo com o aluguel/m<sup>2</sup> e vendas/m<sup>2</sup> e mostra que os shoppings maduros possuem os maiores NOIs (de acordo com o tamanho da circunferência) do portfólio da ALLOS nessas regiões<sup>1</sup>.

**Gráfico 4: Shoppings do NO e NE em termos de Aluguel / m<sup>2</sup> e Vendas / m<sup>2</sup>**  
2024 | Visão Total



Os shoppings maduros demonstram força comercial suficiente para registrarem avanços em vendas/m<sup>2</sup> de, em média, 6,5% ao ano, desde 2022, versus 9,9% dos shoppings em processo de maturação, que estão ganhando força comercial e tração. Os shoppings em maturação possuem potencial para alcançar o patamar dos shoppings mais maduros, conforme o mix se qualifica, a região ao seu redor se adensa e os ativos ganham relevância na vida dos consumidores.

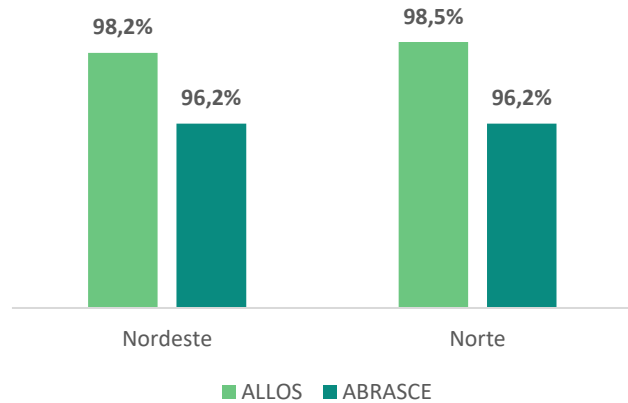
1- No gráfico, o tamanho da circunferência de 'Shoppings em Maturação' reflète a média do NOI dos shoppings nessas regiões.  
2- Considera-se shoppings em maturação Parque Shopping Maceió e Parque Shopping Belém.

# ESTUDO DE CASO

## A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÕES NORTE E NORDESTE

### TAXA DE OCUPAÇÃO

Além do crescimento da receita de locação, a ALLOS mantém uma elevada taxa de ocupação, mostrando a resiliência dos shoppings e a saúde financeira dos lojistas. A taxa de ocupação média da Companhia nas duas regiões é significativamente mais alta que a taxa de ocupação divulgada pela Abrasce. No Nordeste, superamos a média da Abrasce em 2,0 p.p e no Norte em 2,3 p.p. Isso ilustra a força comercial dos ativos da ALLOS ao atrair os principais lojistas e, ao mesmo tempo, extrair fortes resultados financeiros.



Fonte: Monitoramento Mensal de Mercado Dezembro 24 | ABRASCE

### SUSTENTABILIDADE

A ALLOS é a primeira empresa do setor de shoppings a integrar o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, reafirmando seu compromisso com as melhores práticas ambientais, sociais e de governança. Guiada pelos princípios dos *Sustainable Life Centers*, a Companhia direciona seus investimentos para projetos e iniciativas estratégicas nessas frentes, estabelecendo metas públicas e internas a serem alcançadas até 2030.

A ALLOS possui 4 ativos<sup>1</sup> localizados na Bacia Amazônica, que será palco do mais importante evento sobre mudança climática no mundo, a COP30. Em 2024, esses shoppings passaram a operar com 100% do consumo comum de energia proveniente de fontes renováveis.

No que se refere à gestão de resíduos, os shoppings administrados pela ALLOS na Região Norte e Nordeste atingiram um índice de reciclagem de 63,9% em 2024, sendo que o Manauara Shopping e o Parque Shopping Belém apresentaram taxas de 81% e 79%, respectivamente.

No âmbito da diversidade, as mulheres ocupam 54,2% dos cargos de liderança nos shoppings administrados nessas duas regiões. Além disso, na esfera social, o Parque Shopping Belém é uma referência: em parceria com a Microlins e o Instituto Íris, o shopping desenvolveu o Parque Bengui de Informática, um programa com duração de dez meses voltado à inclusão social e digital de crianças, adolescentes e adultos de 12 a 60 anos em situação de vulnerabilidade. Apenas em 2024, a iniciativa beneficiou 96 alunos.

<sup>1</sup> Manauara Shopping, Amazonas Shopping, Parque Shopping Belém e Boulevard Shopping Belém.



# ESTUDO DE CASO

## A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÕES NORTE E NORDESTE

### PROJETOS MULTIÚSO – TRANSFORMANDO CIDADES, CRIANDO CENTRALIDADES

A ALLOS segue expandindo sua visão de transformar shoppings em verdadeiras centralidades urbanas. Mais do que desenvolver empreendimentos, a companhia estrutura bairros que conectam pessoas, negócios e serviços, moldando o futuro das cidades.

Esses projetos incluem uma diversidade de usos, como: residencial, corporativo, hoteleiro, hospitalar, centros médicos, apart-hotéis e centros de convenções – criando novos polos de convivência, trabalho e lazer em regiões estratégicas. Para viabilizar esses empreendimentos, a ALLOS adota uma abordagem integrada, com parcerias estratégicas, permutas financeiras e vendas de terrenos, maximizando o valor de cada ativo.

### COMPLEXO PARQUE SHOPPING MACEIÓ – UMA NOVA CENTRALIDADE URBANA

O Complexo do Parque Shopping Maceió é um exemplo dessa visão. O projeto integra 12 mil pessoas, em um ecossistema urbano completo, com 2.849 unidades – sendo 1.843 apartamentos, 759 salas comerciais e 247 leitos – distribuídos em 6 torres residenciais (sendo 4 delas já entregues), 2 torres corporativas, 3 torres de apart-hotel e 1 hospital de alta complexidade.

Essa centralidade já está transformando a região, com infraestrutura de alto padrão, novos acessos, paisagismo moderno e uma passarela que conecta diretamente o complexo ao shopping, criando conveniência e mobilidade urbana. O impacto é direto, até 2024, a venda do potencial aéreo desse complexo totalizou R\$ 90,7 milhões, com R\$ 45,3 milhões na participação da ALLOS – uma demonstração de como transformar terrenos com potencial em ativos urbanos de alta performance.



## ESTUDO DE CASO

### A FORÇA DO PORTFÓLIO: REGIÕES NORTE E NORDESTE

#### SHOPPING RECIFE – REFERÊNCIA EM SAÚDE E MORADIA URBANA

Outro destaque é o Complexo do Shopping Recife, que conta com o Recife Medcenter, lançado em novembro de 2024 em parceria com a construtora Gabriel Bacelar. O empreendimento de saúde multidisciplinar terá 168 salas médicas, distribuídos em 15 pavimentos, com acesso direto ao shopping, totalizando 9,5 mil m<sup>2</sup> de área privativa.

Ainda em 2024, a ALLOS fechou uma nova parceria com a construtora Vale do Ave para o desenvolvimento de 2 torres residenciais, reforçando a conexão entre saúde, moradia e serviços. Juntos, esses empreendimentos têm o potencial de gerar R\$ 133 milhões em receita, sendo R\$ 41 milhões na participação da ALLOS.



#### SHOPPING DA BAHIA – DESENVOLVENDO UM NOVO BAIRRO EM SALVADOR

O masterplan do Shopping da Bahia está desenvolvendo um projeto que prevê 6 torres, que totalizam 89 mil m<sup>2</sup> de área privativa em mais de mil unidades, com expectativa de incrementar a área primária do shopping em mais de 3 mil pessoas. Estima-se que o complexo terá um VGV superior a R\$ 1 bilhão.

#### CONCLUSÃO

A atuação da ALLOS nas regiões Norte e Nordeste do Brasil evidencia sua capacidade de impulsionar o desenvolvimento do varejo nacional por meio de ativos estratégicos, resilientes e de alta atratividade. Com uma presença marcante nessas regiões, a Companhia se destaca não apenas pelo desempenho comercial superior à média da ABRASCE, mas também pelo impacto positivo gerado em termos sociais, ambientais e urbanos. A robustez dos ativos, aliada a uma gestão eficiente e ao compromisso com a sustentabilidade e inovação, consolida a ALLOS como referência no setor de shopping centers, reforçando seu protagonismo na transformação das regiões onde atua e na construção de centros de convivência cada vez mais conectados às necessidades das comunidades.