

Laudo de Avaliação

Shopping DiamondMall
Avenida Olegário Maciel, 1600 – Santo Agostinho
Belo Horizonte / MG.

FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO PEDRA NEGRA
RENDA IMOBILIÁRIA
(CNPJ/MF Nº 17.161.979/0001-82)
REPRESENTADO PELA BR CAPITAL

Ref.: 24_41500_7

Dezembro de 2024

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, nº 1830
12º Andar – Torre 4
Itaim Bibi, São Paulo

contato@binswanger.com.br
+55 11 2986.1101
www.binswangerbrazil.com.br



São Paulo, 06 de dezembro de 2024

BR CAPITAL

A/C

Jacqueline de França Carmo

Contabilidade

***REF: Shopping Center localizado na Avenida
Olegário Maciel, 1600 – Santo Agostinho –
Belo Horizonte / MG***

Atendendo à solicitação da BR Capital, a BINSWANGER BRAZIL efetuou a avaliação do imóvel em referência, determinando seu **Valor de Mercado para Venda** na data-base novembro de 2024.

No relatório anexo descrevemos a propriedade em estudo, bem como a metodologia utilizada para o cálculo dos valores.

Consideramos que, mediante a entrega deste relatório, os serviços objeto de nossa proposta encontram-se totalmente concluídos.

Agradecemos a oportunidade de elaborarmos este trabalho e colocamo-nos à disposição para dirimir quaisquer eventuais dúvidas.

Atenciosamente,

Isabela Dora Costa Monastersky - MRICS

BINSWANGER BRAZIL



SUMÁRIO	5
1. INTRODUÇÃO.....	6
1.1. Objeto e Escopo da Avaliação.....	6
1.2. Considerações Iniciais.....	6
1.3. Condições Limitantes.....	6
1.4. Eventos Subsequentes.....	7
2. DOCUMENTAÇÃO	8
3. CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO	9
3.1. Localização.....	9
3.2. Entorno	10
4. CARACTERIZAÇÃO DO IMÓVEL.....	12
4.1. Quadro de Áreas.....	12
4.2. Descrição do Imóvel.....	18
4.3. Histórico de Propriedade.....	28
5. MERCADO IMOBILIÁRIO NA REGIÃO	29
5.1. Panorama de Mercado	30
5.2. Shoppings Centers	36
5.3. Concorrência.....	45
6. ANÁLISE DE OPERAÇÃO	46
6.1. Aluguel Mínimo.....	46
6.2. Aluguéis Complementares.....	49
6.3. Vacância	51
6.4. Receita de Estacionamento	51
6.5. Despesas	52
6.6. Resultado Operacional Líquido.....	53
6.7. Resultado Líquido	54
7. METODOLOGIA EMPREGADA.....	55
8. CÁLCULO DO VALOR DO IMÓVEL.....	56
8.1. Áreas Adotadas - ABL.....	56
8.2. Aluguel Mínimo e Percentual / Complementar.....	61
8.3. Cessão De Direito de Uso (CDU) e Taxa de Transferência	61
8.4. Mall E Merchandising	61
8.5. Multas Contratuais / Recuperações	62
8.6. Crescimentos Previstos.....	62
8.7. Receita de Estacionamento Líquida.....	63
8.8. Vacância	63
8.9. Inadimplência	64
8.10. Despesas Gerais.....	64
8.11. Turnover	64
8.12. Investimentos / FRA.....	64
8.13. Arrendamento	65

8.14. Cálculo do Valor do Imóvel	65
8.15. Fluxo de Caixa da Projeção das Receitas, Despesas e Investimentos – Operação Shopping DiamondMall.....	66
8.16. Fluxo de Caixa da Projeção das Receitas, Despesas e Investimentos – Participação FII Pedra Negra (24,95%).....	67
9. CONCLUSÃO DA AVALIAÇÃO	68
APÊNDICE A – AVALIAÇÃO – SHOPPING CENTER	69
ANEXO A – DOCUMENTAÇÃO DO IMÓVEL.....	72

SUMÁRIO

INTERESSADO	BR Capital
PROPRIETÁRIO	24,95% FII Pedra Negra 75,05% Grupo Multiplan
OCUPAÇÃO	Imóvel Ocupado
OBJETIVO	Valor de Mercado de Venda e Liquidação Forçada
FINALIDADE	Determinação de Valor de Ativos

IDENTIFICAÇÃO **Shopping DiamondMall**

TIPOLOGIA **Shopping Center**

OBJETO	Endereço	Avenida Olegário Maciel, 1600
	Bairro	Santo Agostinho
	Cidade/UF	Belo Horizonte / MG
	Área de Terreno	13.352,00 m ²
	Área Construída	74.304,28 m ²
	Área Bruta Locável	24.048,68 m ²
	Vagas Garagem	1.066
	Idade do Imóvel	26 anos

DATA VISTORIA	28/11/2024	DATA BASE	Novembro/2024
		DATA DA ÚLTIMA AVALIAÇÃO	Novembro/2023
		ACOMPANHANTE	Dione Teixeira

O relatório baseou-se no demonstrativo de resultados até 31 de agosto de 2024.

CONCLUSÃO DE VALOR

VALOR VENDA TOTAL	100%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 1.180.590.000	Um Bilhão, Cento E Oitenta Milhões, Quinhentos E Noventa Mil Reais
PARTICIPAÇÃO FII PEDRA NEGRA	24,95%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 223.083.000	Duzentos E Vinte E Três Milhões, Oitenta E Três Mil Reais

ESPECIFICAÇÃO DA AVALIAÇÃO

METODOLOGIA	GRAU DE FUNDAMENTAÇÃO	GRAU DE PRECISÃO
Renda:	Grau I	n/a

1. INTRODUÇÃO

1.1. OBJETO E ESCOPO DA AVALIAÇÃO

BR Capital solicitou à Binswanger a avaliação de um Shopping Center, determinando seu Valor Justo para Venda (Fair Value), na data-base novembro de 2024, visando a suportar decisões gerenciais.

1.2. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Visando a atender ao objetivo solicitado, **realizamos vistoria do imóvel**, pesquisa do mercado imobiliário local e cálculo dos valores. Utilizamos, também, informações gerenciais verbais ou escritas, recebidas através da contratante.

Todas as dependências as quais foram possíveis o acesso, foram visitadas, entretanto, a inspeção e o levantamento foram predominantemente visuais.

1.3. CONDIÇÕES LIMITANTES

- ✓ Efetuamos análises e procedimentos por nós considerados adequados, contudo a Binswanger Brazil não se responsabiliza por informações fornecidas por terceiros e não será responsável, sob qualquer hipótese, por quaisquer danos ou perdas resultantes da omissão de informações por parte do contratante ou de terceiros consultados durante o desenvolvimento desta avaliação;
- ✓ Os dados obtidos no mercado imobiliário local foram fornecidos por corretores, imobiliárias e profissionais habilitados, portanto, são premissas aceitas como corretas;
- ✓ Os profissionais envolvidos neste trabalho não têm interesses financeiros nos bens aqui avaliados, caracterizando a sua independência;
- ✓ Os honorários cobrados não têm qualquer relação com os valores aqui avaliados;
- ✓ Esta avaliação considera a propriedade livre e desembaraçada de quaisquer ônus, reclamações e outros comprometimentos legais, e a inexistência de quaisquer problemas relacionados a passivos ambientais, bem como processos de desapropriação ou melhoramentos viários que venham a atingir a área;
- ✓ O objetivo deste trabalho não inclui investigação em documentos e registros da propriedade e não é responsabilidade da Binswanger Brazil, identificar ou corrigir eventuais deficiências na

propriedade aqui avaliada, incluindo físicos, financeiros e ou legais. Assumimos que as medidas do imóvel, bem como seus respectivos títulos estejam corretos e registrados em cartório e que a documentação enviada para consulta seja a vigente;

- ✓ Não foram consultados órgãos públicos nos âmbitos Municipal, Estadual ou Federal, quanto à situação legal e fiscal do imóvel perante eles;
- ✓ Não foram efetuadas medições de campo ou pesquisas de passivos ambientais no solo;
- ✓ Não foram analisadas as condições estruturais do imóvel, apenas identificamos e apontamos (se houver) avarias aparentes;
- ✓ Não foram avaliados máquinas e equipamentos, móveis e utensílios, cultivos, semoventes ou quaisquer outros bens móveis que possam existir na propriedade;
- ✓ Os valores encontrados estão fixados em moeda corrente Real (R\$) e para a data base de seus cálculos;
- ✓ Essa avaliação não deve ser utilizada para qualquer outra finalidade que não a mencionada no “Sumário Executivo” deste relatório;
- ✓ O presente relatório analisa o imóvel e sua operação, neste sentido não foi verificada a estrutura de endividamento do empreendimento em questão.

1.4. EVENTOS SUBSEQUENTES

Essa avaliação não reflete qualquer evento que possa ocorrer entre a data-base e a data deste relatório. A BINSWANGER BRAZIL não é obrigada a atualizar os valores deste relatório após a data de emissão.

2. DOCUMENTAÇÃO

Esta avaliação foi embasada nos seguintes documentos recebidos do contratante:

Contrato de Arrendamento

Outorgante:	Clube Atlético Mineiro
Outorgado:	Consórcio MTS/IBR: Multishopping Empreendimentos Imobiliários AS e IBR Administração, Participação e Comércio AS
Data de Início:	28 de julho de 1992
Prazo:	30 de novembro de 2030
	<ul style="list-style-type: none">▪ Maior entre:<ul style="list-style-type: none">○ Aluguel Mínimo: R\$ 115.203,52 (valor de 20 de janeiro 2020)○ Aluguel Percentual: 15% dos aluguéis de lojas “stands” ou áreas do centro de compras;
Arrendamento:	<ul style="list-style-type: none">▪ 10% da receita bruta decorrente da exploração do Shopping a título de “cessão de direitos de uso”;▪ 15% dos aluguéis recebidos em decorrência da sublocação do estacionamento.

Outros documentos:

Plantas Comerciais data-base outubro/2024
Resumo de Receitas e Despesas com data-base outubro/2024
Demonstrativo de Vacância data-base outubro/2024
Demonstrativo de Inadimplência data-base outubro/2024
Resumo de Locações data-base outubro/2024
Contratos do piso L4 – data-base novembro/2024

3. CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO

3.1. LOCALIZAÇÃO

O mapa a seguir ilustra a localização do imóvel na região:



Mapa de Localização do Imóvel

Como pontos de referência, podemos citar que o imóvel está a cerca de:

- ✓ 800m do Mercado Central de Belo Horizonte;
- ✓ 1,4 km da Praça da Liberdade; e
- ✓ 1,6 km da Avenida do Contorno.

3.2. ENTORNO

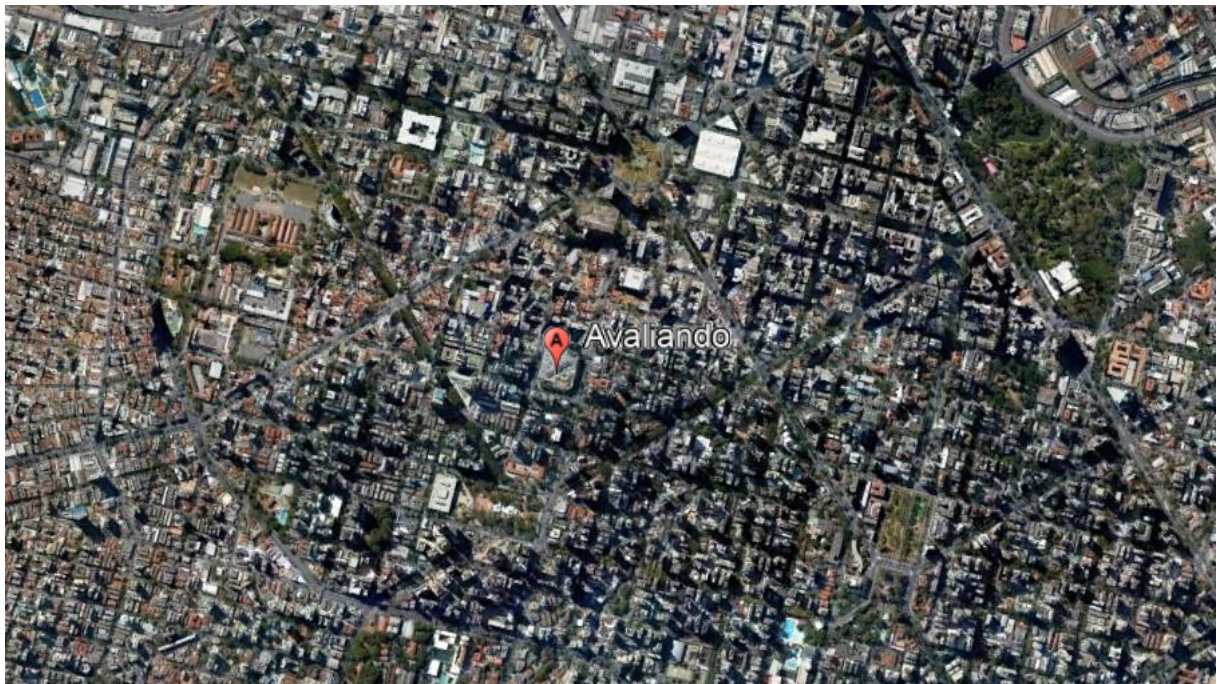


Imagem Satélite

3.2.1. Descrição da região, entorno e acessos

Uso Predominante Local:	Misto
Densidade de Ocupação:	Horizontal / Vertical - Alta
Padrão Econômico:	Médio-Alto / Alto
Nível de Acesso:	Ótimo
Intensidade do Tráfego:	Intenso
Área de Preservação:	Não
Polos Valorizantes:	Próximo de polo comercial / hotel / transporte público / escolas / clubes esportivos / hospitais
Polos Desvalorizantes:	Não observado
Vocação:	Comercial / Prestação de Serviços
Valorização Imobiliária:	Estável

3.2.2. Melhoramentos Urbanos e Serviços Comunitários

A seguir apresentamos infraestrutura urbana em um alcance de aproximadamente 1km do avaliado:

✓ Abastecimento de água	✓ Energia elétrica	✓ Escolas
✓ Cisterna / Poço Artesiano	✓ Iluminação pública	✓ Correio
✓ Esgoto pluvial	✓ Telefone	✓ Posto policial
✓ Esgoto sanitário	✓ Fibra ótica	✓ Serviços médicos
✓ Fossa	✓ Arborização	✓ Recreação e lazer
✓ Gás canalizado	✓ Transporte público	✓ Comércio local
✓ Coleta de lixo	✓ Aeroporto	✓ Agências Bancárias
✓ Pavimentação	✓ Rodoviária	✓ Shopping Center

FOTOS DE ACESSOS



Rua Gonçalves Dias



Av. Olegário Maciel



Rua Bernardo Guimarães



Av. Olegário Maciel

4. CARACTERIZAÇÃO DO IMÓVEL

4.1. QUADRO DE ÁREAS

O quadro de áreas a seguir foi extraído de documentação fornecida pelo cliente:

Documentos	Área de terreno (m ²)	Área construída (m ²)	Área Bruta Locável (m ²)	Vagas de Garagem
Rent Roll	-	-	24.048,68	-
Ficha Técnica (nov/2023)	13.352,00	74.304,00	19.194,11	1.066
ABRASCE	13.352,00	74.304,28	21.351,00	1.289
Adotada em cálculo	13.352,00	74.304,00	24.048,68	1.066

n/i - não informado | n/a - não aplicável

Para efeito de cálculo, foi considerada a área bruta locável (ABL), conforme demonstrado abaixo:

LUC	Loja	ABL (m ²)
Âncoras		4.578,16
OM-25/GD-25/GD-26	Cinemark	2.169,92
M-01/38	Empório Verdemar	1.225,44
GD-01A/GD-07	Renner	1.182,80
Mega Lojas		671,15
GD-22	Fast Shop	671,15
Satélites		13.584,90
GD-47	Pobre Juan	494,41
BG-16/17/18/19/19-A/20/21/22/23	Outback Steakhouse	461,23
BG-13/14/15	Drogaria Araújo	444,66
GD-08	Camicado	348,62
GD-13	Leitura	281,10
GD-05/06	La Ville	280,63
GD-01	Marie Cuisine	278,45
BG-01/02	Iplace	271,92
BG-25/26/27	Cabaña Porteña	244,87
OM-21A/22/22B	Adidas	221,52
OM-21	Brooksfield	205,60
OM-22A	New Balance	181,03
GD-11	Shoulder	167,56
OM-30	Pecorino	166,35
GD-10	Estripulia	164,62
GD-04	Track & Field	164,00
GD-48	Caravela	157,25
OM-31/32/33	Hugo Boss	152,50
GD-09	Via Veneto	151,41
BG-54/55/56	Cacau Show	140,95
GD-14/15	Diesel	140,00

LUC	Loja	ABL (m ²)
BG-24/24A	Kimiso	134,33
BG-11/12	M. Martan	134,32
GD-16/17	Ave Rara	134,00
GD-20/21	Planeta Imaginário	134,00
GD-18/19	Souq	132,54
OM-19/20	Casa Almeida	132,51
OM-10	Richards	129,51
GD-23/24	Pb Kids	127,18
BG-42/43	Mc Donald'S	125,31
OM-14/15	Osklen	121,74
BG-33/34	Lm Studio	116,82
BG-38	Dona Conceição	110,44
OM-12/13	Reserva	110,40
BG-03/04	Vivo	108,66
OM-11	Beleza Na Web	108,32
OM-85/86	Aramis	107,31
BG-09/10	Claro	106,73
OM-82/83	H. Stern	106,65
OM-29	Eddie Fine Burger	106,31
OM-40/41	Arezzo	104,98
BG-61/62/63	Bel Cosméticos	104,97
OM-63/64	Vivara	104,00
OM-06/07	Lizie	99,41
BG-30/31/32	K9	97,33
OM-74/75	Brookfield Donna	94,31
GD-29/36	Mob	92,00
OM-02/03	Luxe	91,75
OM-66/67	Água De Coco	90,73
BG-44/44A/45	Tim	90,54
OM-49/50	Colcci	86,94
GD-03	Lofty Style	85,76
OM-30/A	Oficina Reserva	85,36
OM-76	Maria Filó	83,50
GD-32/33	Schutz	81,00
OM-69/70	Luiza Barcelos	80,55
OM-42/43	Lacoste	80,32
OM-16	Vix	79,57
OM-51/52/53	Forum	77,89
GD-27	Kipling	76,00
OM-57/57A	Columbia	74,76
GD-44/45	Monte Carlo	72,64
BG-46/47	Roscoe	69,35
BG-48/49	Vivara Life	68,84
OM-39	Klus	68,50
OM-38	O Boticário	66,53
OM-18	Paola Da Vinci	66,27

LUC	Loja	ABL (m ²)
OM-17	Jef	66,27
BG-28/29	Bagaggio	65,01
GD-37/38	Óticas Carol	62,00
BG-67/68	Spiga	61,90
GD-31	Army Br	61,60
OM-73	Brookfield Jr.	61,13
OM-61/62A	Dengo	59,56
OM-77	Intimissimi	59,11
OM-72	Manoel Bernardes	58,25
BG-52/53	Optical Express	57,55
OM-23	Usaflex	56,90
GD-43	Swarovski	56,52
OM-28	Bacio Di Latte	55,60
BG-05	Decolar	55,50
BG-08	Havaianas	54,86
OM-87	L'Occitane En Provence	52,69
BG-07	Rivers	52,65
BG-06	Cute Case Store	51,50
OM-81	The North Face	51,27
OM-80	Cia Marítima	51,27
OM-79	Pandora	51,27
OM-36	Samsonite	51,25
OM-35	Calzedonia	51,25
OM-09	Democrata	51,14
OM-04	Luz Da Lua	51,12
OM-08	Granado Farmácias	51,07
BG-41	Assacabresa	50,87
BG-41/A	KFC	50,87
OM-01	Dudalina	50,43
OM-34	Lindt	48,98
GD-12	Lupo	48,84
OM-84	Victor Hugo	47,81
BG-44/B	Samsung	47,80
BG-39	Empório Vila Árabe	47,76
OM-88	Galeria Tricot	47,73
OM-45	Sunika	47,28
OM-71	Grand Cru	46,77
OM-58	Danki	46,10
OM-59	Adcos	46,10
OM-60	Grandvision By Fotótica	46,10
BG-75	Divino Fogão	45,86
BG-60	Centro Visão	45,27
OM-46	Ludique Et Badin	45,20
OM-47	Brasil Em Gotas	45,10
OM-48	Hope	45,10
GD-28	Wamp	44,30

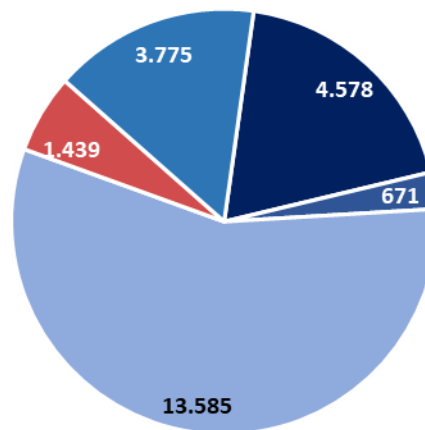
LUC	Loja	ABL (m ²)
OM-65	Sunglass Hut	42,83
OM-62	Body For Sure	42,42
BG-57	Vx Case	42,28
BG-35A/36	Uv.Line	41,20
GD-42	Les Nereides	41,00
GD-30	Kopenhagen	39,85
GD-39	Água Fresca	37,36
BG-50	Deco Skin	36,75
BG-64	Belvitur	36,52
OM-56	Anacapri	36,49
BG-65	Travelex	36,18
OM-78	Milon	35,54
S-06/07	Gobox	35,52
OM-55	Valisére	35,21
GD-23A	Mr. Cheney	35,12
OM-54	Live!	35,02
GD-35	Shorts & Co	35,00
BG-78	Pequim 2000	34,54
GD-34	Puket	34,00
BG-51	Arranjos Express	33,90
BG-58	Picchioni Câmbio	33,67
BG-59	Cvc	33,67
BG-71	Spoletto	33,41
BG-66	Encontro	33,37
OM-24/A	Sergio'S	32,51
BG-76	Montana Grill	32,27
OM-29/A	Ah! Bon	31,96
BG-70	Panelinhas Do Brasil	31,90
OM-37	Caleidoscópico	31,65
GD-40	Espaço Laser	31,00
S-01/02	Lotérica	30,64
GD-02	Mi Garba!	30,48
BG-77	Cacio & Pepe	30,30
S-03/04	Lettera	30,06
BG-69	Pizza Pazza	30,00
BG-73	Boali	29,37
BG-74	Pizzaria Sion	29,37
BG-72	Mania De Grelhados	29,37
GD-46	Isla	27,00
GD-41	Festivité	26,48
BG-35	Milky Moo	26,26
OM-24	Fom	22,22
BG-37	Lúmini	20,84
S-08	Foto Já	18,36
S-05	Magic Cap	17,63
OM-27	L'Occitane Au Brésil	17,43

LUC	Loja	ABL (m ²)
OM-26	Mc Donald's	14,88
Loja Vaga		220,40
Expansão - Piso L4		4.994,07
RS-01	Dolce&Gabbana	376,85
RS-36/37	Su	376,84
RS-02	Giorgio Armani	311,49
RS-35	Zucco Cucina	307,93
RS-09	Nati Voza	275,08
RS-19/20/21A	Alo Yoga	234,06
RS-15A	Chart	207,21
RS-23/24	Carolina Herrera	204,82
RS-38	Lagar Tragaluz	193,70
RS-13/14	Cris Barros	191,40
RS-12	Agilitá	152,41
RS-10/11	Pat Bo	147,40
RS-17/18	Iorane	125,50
RS-21/22	Tory Burch	112,12
RS-15	One Up	96,89
RS-27/28	Chanel F&B	77,14
RS-25/26	Tânia Bulhões Perfumes	74,19
RS-31	Anselmi	68,53
RS-33	Fillity	66,49
RS-30	Plural	60,00
RS-32	Paula Torres	48,76
RS-29	Occhialeria	33,32
RS-34	Claudia Arbex	32,98
Loja Vaga - Expansão		1.218,96
		24.048,68

Distribuição das lojas por classificação:

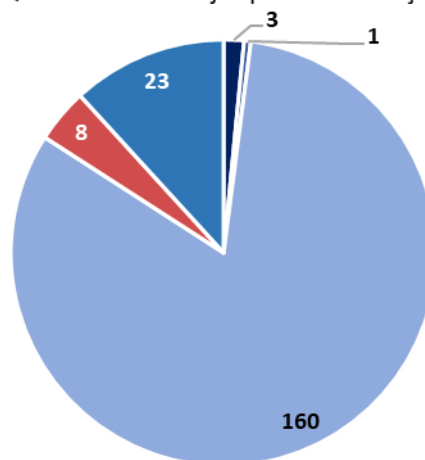
Classificação	ABL (m ²)	Nº de Lojas
Âncora	4.578,16	3
Mega Loja	671,15	1
Satélite	17.360,01	160
Loja Vaga	1.439,36	8
Expansão	3.775,11	23
Total	24.048,68	195

ABL Total por Classificação



■ Âncora ■ Mega Loja ■ Satélite ■ Loja Vaga ■ Expansão

Quantidade de Lojas por Classificação



■ Âncora ■ Mega Loja ■ Satélite ■ Loja Vaga ■ Expansão

4.2. DESCRIÇÃO DO IMÓVEL

O Shopping DiamondMall, inaugurado em 1996, pertence ao Grupo Multiplan, conforme informações divulgadas em seu site oficial. Localizado em uma área privilegiada de Belo Horizonte, o empreendimento destaca-se por sua infraestrutura e variedade, oferecendo 195 lojas, cinema, e praça de alimentação. Entre as principais lojas, destacam-se as âncoras Cinemark, Empório Verdemar e Renner, além de marcas consagradas como The North Face, Pandora, Brookfield, Vivara, Lacoste, Track & Field e Fast Shop.

Com a recente inauguração do piso L4 – Rio Grande do Sul, em 7 de novembro de 2024, o shopping expandiu sua Área Bruta Locável (ABL) em 4.994,07 m², incluindo um mix exclusivo de marcas de luxo e alta gastronomia, como Chanel, Dolce&Gabbana, Tragaluz e Zucco Cucina.

O DiamondMall proporciona uma experiência de compras e lazer em um ambiente sofisticado, com iluminação natural e espaços amplos. Sua infraestrutura inclui um estacionamento com 1.066 vagas para automóveis (sendo 694 cobertas) e 59 vagas cobertas para motos, além de 3 elevadores sociais, 2 elevadores de carga, 24 escadas rolantes, 5 banheiros femininos, 5 masculinos, espaço família e fraldário.



Fachada do Imóvel

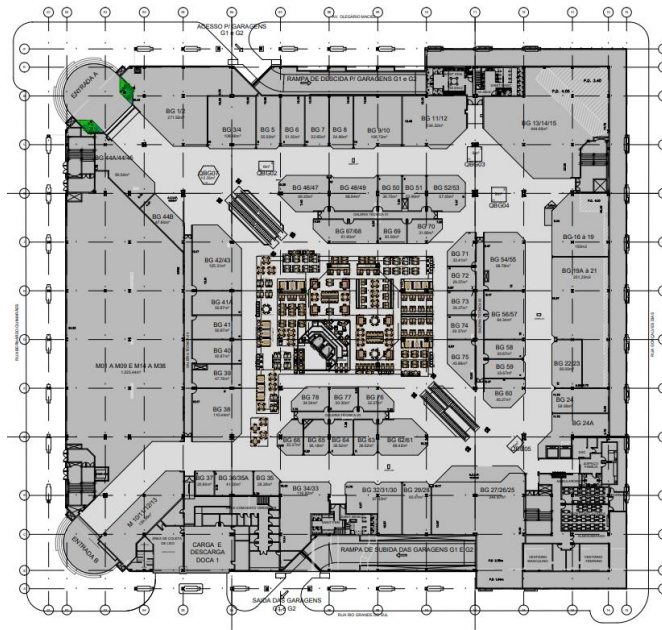
CARACTERÍSTICAS DA CONSTRUÇÃO

Posicionamento no Terreno	Divisas não delimitadas
Nº de Pavimentos	7 Pavimentos: G2 + G1 + L1 + L2 + L3 + L4 + G3
Estrutura	Concreto pré-moldado
Cobertura	Laje de concreto / Claraboia
Estrutura da Cobertura	Concreto
Fechamento	Alvenaria / Bloco de Concreto / Tijolo maciço, baiano / Telha metálica
Fachada	Granito / Alvenaria com pintura
Esquadrias	Alumínio
Vidros	Vidro Transparente / Fumê
Estado de Conservação	Bom
Vícios de Construção	Não detectados visualmente
Condição Geral das Instalações	Boa
Idade	26 anos – Recém revitalizado
Vida Útil Remanescente	34 anos

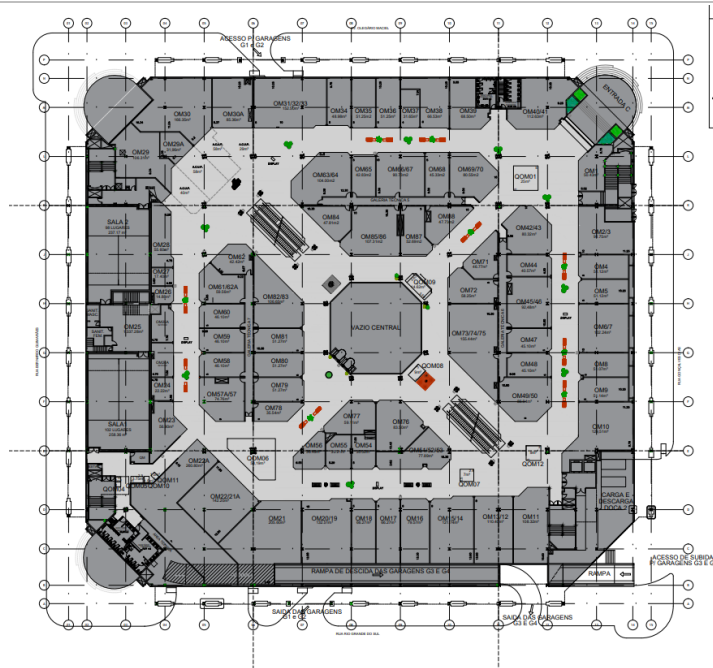
Composição do Imóvel

O imóvel é formado por uma edificação consolidada e subsolo com estacionamento. Sua composição interna é descrita a seguir:

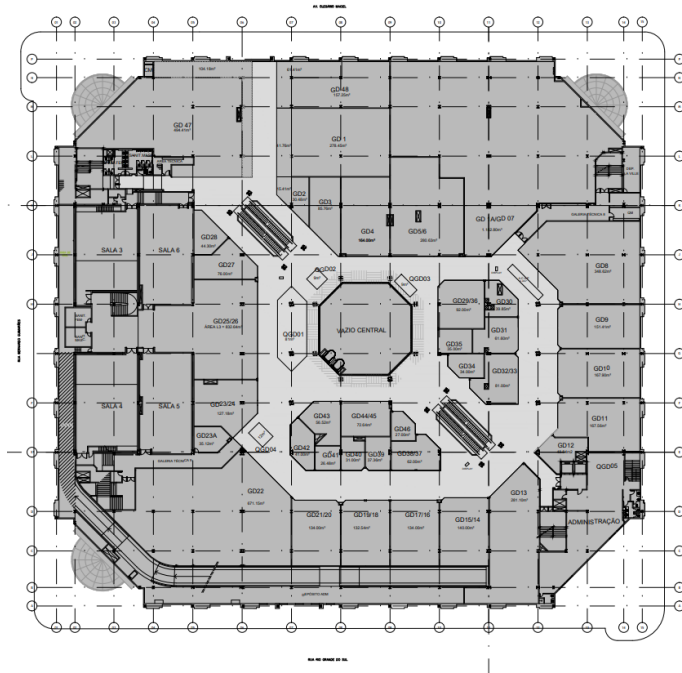
Pavimento	Uso
L4 – RS	Lojas e Restaurantes
L3 – GD	Cinema e Lojas
L2 – OM	Lojas, Acesso C e Espaço Gourmet
L1 – BG	Praça de Alimentação, Acessos e Lojas
G1	Garagem e Alameda de Serviços
G2	Garagem
G3	Estacionamento descoberto



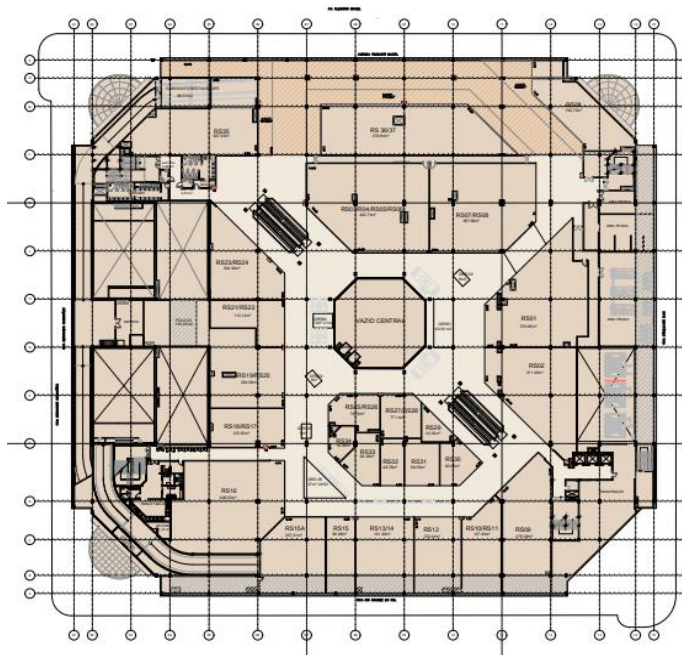
Plata Comercial – Piso L1 - BG



Plata Comercial – Piso L2 - Piso OM



Plata Comercial – Piso L3 - Piso GD



Plata Comercial – Piso L4 – Piso RS

Acabamentos Internos

Apresentamos a seguir os principais acabamentos observados:

Ambiente	Acabamentos		
	Piso	Parede	Forro / Teto
Mall	Porcelanato / Laminado	Drywall	Gesso
Áreas Técnicas	Piso concreto bruto, cimentado e vinílico	Alvenaria com pintura	Concreto aparente e laje
Administração	Porcelanato	Madeirado	Gesso

Especificações Técnicas

As informações a seguir foram observadas in loco e fornecidas durante a vistoria.

Tipo	Uso
Circulação Vertical	<ul style="list-style-type: none"> ▪ São 5 elevadores sendo 3 sociais panorâmicos e 2 de carga; ▪ 4 Lances de escada;
Sistema de Segurança e Controle de Acesso	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Circuito de TV e catracas de controle de acesso. ▪ CFTV
Hidráulica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bombas de água potável e de incêndio
Sistema de Prevenção de Incêndio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hidrantes e extintores; ▪ Sprinklers. ▪ Alarme de incêndio e detectores de fumaça. ▪ Luzes de emergência
Elétrica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrada de energia em alta tensão, com transformadores e quadros de energia individuais.
Ar-Condicionado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Central de água gelada
Outros	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Central de gás; ▪ Claraboias.

4.2.1. Reportagem Fotográfica



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Banheiro Família



Praça de alimentação



Praça de alimentação



Cabaña Porteña



Cacao Show



Drogeria Araujo



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Pobre Juan



Marie Cuisine



Renner



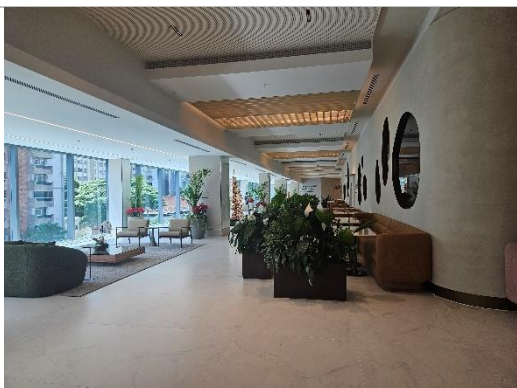
Camicado



Fast Shop



Zucco Cucina



Mall – novo piso



Mall – novo piso



Dolce&Gabbana



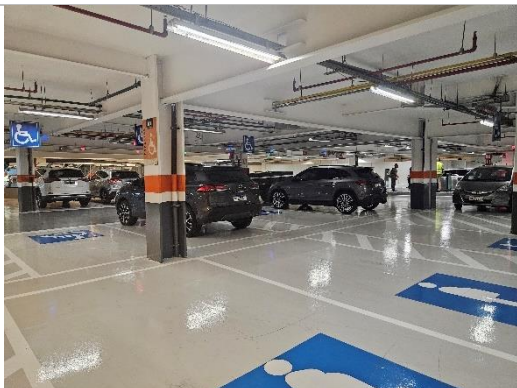
Cris Barros



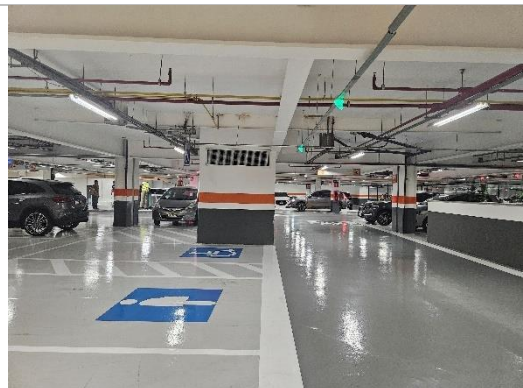
Mall – novo piso



Chanel



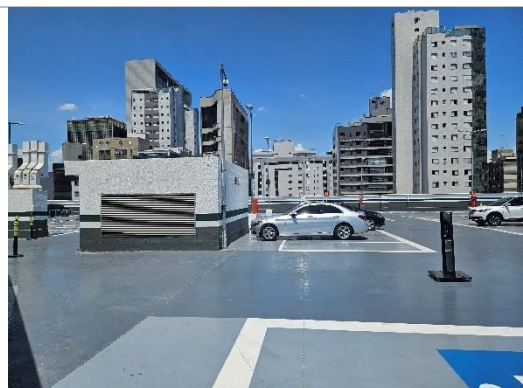
Estacionamento Coberto



Estacionamento Coberto



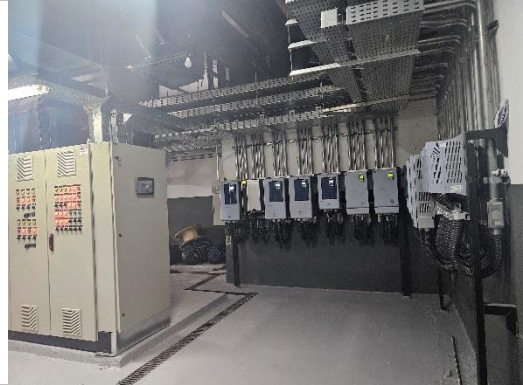
Estacionamento descoberto



Estacionamento descoberto



Central ar-condicionado



Central Elétrica



Casa de Bombas



Casa de Bombas - Incêndio

4.3. HISTÓRICO DE PROPRIEDADE

O imóvel, na época de propriedade do Clube Atlético Mineiro, foi arrendado em 28 de julho de 1992 para o Consórcio MTS/IBR: Multishopping Empreendimentos Imobiliários SA¹ e IBR Administração, Participação e Comércio S.A., sob a premissa de o outorgado planejar e construir um shopping center de três pavimentos em até 24 meses e, então, explorá-lo pelo prazo de 30 anos pagando locação ao proprietário. O aluguel, à época, era correspondente a 15% dos aluguéis de locações recebidos de lojas “stands” ou áreas do centro de compras, tendo como aluguel mínimo Cr\$ 100.000.000,00 (cem milhões de cruzeiros).

Atualmente, além do aluguel percentual sobre as locações do centro comercial (ou aluguel mínimo), o outorgado também paga 10% sobre as receitas decorrentes de cessão de direitos de uso e 15% sobre as receitas com o aluguel do estacionamento, em razão de aditamento realizado em 20 de janeiro de 2020. O prazo do contrato foi estendido para 34 anos no mesmo aditamento, se encerrando em 06 de novembro de 2030.

O imóvel foi de propriedade integral do Clube Atlético Mineiro até 20 de janeiro de 2020, nesta data, 50,10% da propriedade foi comprada pela Multiplan pelo valor de R\$ 296,8 milhões². Outros 24,95% foram comprados, também pela Multiplan, em 03 de março de 2023, por R\$ 170,0 milhões³. O imóvel hoje, portanto, pertence 75,05% à Multiplan e 24,95% ao Clube Atlético Mineiro.

A aquisição da parcela de propriedade do Clube Atlético Mineiro, pelo FII Pedra Negra, passa o direito do arrendamento ao fundo, com este se mantendo em vigor pelo restante prazo de contrato. Ao final do contrato de arrendamento, o fundo participará do resultado da operação normalmente, com o percentual de 24,95% sobre o resultado.

¹ Atualmente Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A.

² <https://www.multipan.com.br/pt-br/a-empresa/noticias/multipan-anuncia-conclusao-de-aquisicao-de-participacao-no-diamondmall>

³ <https://www.multipan.com.br/pt-br/a-empresa/noticias/participacao-da-multiplan-no-diamondmall-alcanca-mais-de-75>

5. MERCADO IMOBILIÁRIO NA REGIÃO

Dados Gerais do Município		Referências	
Belo Horizonte / MG		Capital do Estado	Brasil (média)
Área Territorial [2020]	331,35 km ²	331,35 km ²	1.525,54 km ²
População [2022]	2.392.678 hab.	2.392.678 hab.	37.298 hab.
PIB (R\$ mil) [2018]	R\$ 91.957.091,80	R\$ 91.957.091,80	R\$ 1.257.475,94
PIB per Capita [2018]	R\$ 36.759,66	R\$ 36.759,66	R\$ 23.513,94
IDH [2010]	0,810	0,810	0,659

(Fonte: IBGE)

Características Gerais do Mercado		Liquidez do Imóvel	
Oferta	Média	Para Locação	Médio-Alta
Demanda	Média	Para Venda	Médio-Baixa
Absorção	Baixa	Vocação	Shopping Center

Análise de SWOT

Pontos Fortes:

- ✓ Ótimo padrão construtivo
- ✓ Ótimo mix de lojas

Oportunidades:

- ✓ Não identificadas

Pontos Fracos:

- ✓ Não identificados

Ameaças:

- ✓ Não identificadas

5.1. PANORAMA DE MERCADO

ECONOMIA

De acordo com o último relatório de Perspectivas Econômicas Globais do Banco Mundial (Bird), datado de 09 de janeiro de 2024, conforme o mundo se aproxima da metade da década que prometia ser transformadora para o desenvolvimento, a previsão é de que a economia global tenha a pior meia década em termos de crescimento de PIB em 30 anos.

O risco de uma recessão global diminuiu, muito devido à força da economia norte-americana, mas as crescentes tensões geopolíticas podem criar novos riscos a curto prazo. No entanto, a perspectiva de médio prazo piorou para muitas economias em desenvolvimento em meio à desaceleração do crescimento das principais economias, um comércio global letárgico e as piores condições financeiras em décadas. O crescimento global deve desacelerar pelo terceiro ano consecutivo, de 2,6% no último ano para 2,4% em 2024.

A forte desaceleração do crescimento deve ser generalizada, com previsões em 2024 revisadas para baixo na maioria das economias avançadas e em desenvolvimento. O Banco Mundial alerta que *“se não houver uma grande correção de rumo, a década de 2020 será conhecida como a década das oportunidades perdidas”*.

Os efeitos da elevação de preços de commodities, dos gargalos na cadeia produtiva e da reabertura das economias se refletiram sobre as taxas de inflação em economias avançadas e emergentes. Tendo em vista essa conjuntura, ressaltamos alguns pontos relevantes para o panorama econômico global⁴:

- ✓ Políticas monetárias e condições de créditos restritivas e os baixos níveis de comércio e investimento globais impactarão o crescimento;
- ✓ O recente conflito no Oriente Médios aumentou os riscos geopolíticos;
- ✓ O ambiente externo segue volátil, marcado pelo arrefecimento das taxas de juros de prazos mais longos nos Estados Unidos e sinais incipientes de queda de núcleos de inflação, que ainda permanecem em níveis elevados em diversos países;
- ✓ A continuidade da Guerra na Ucrânia, com suas consequências sobre o fornecimento de gás natural para a Europa, reforça uma perspectiva de desaceleração do crescimento global nos próximos trimestres;

⁴ Análise realizada com base nos relatórios de mercado da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE, Comitê de Política Monetária – Copom, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA e do Fundo Monetário Internacional -FMI (outubro a dezembro/2023).

- ✓ Os bancos centrais das principais economias permanecem determinados em promover a convergência das taxas de inflação para suas metas em um ambiente marcado por pressões nos mercados de trabalho. O Comitê avalia que o cenário segue exigindo cautela por parte de países emergentes;
- ✓ No Brasil, o conjunto de indicadores recentes de atividade econômica segue consistente com o cenário de desaceleração da economia esperado pelo Comitê. A divulgação do PIB do terceiro trimestre confirmou a moderação de crescimento que estava antecipada, mas com resiliência no consumo das famílias. O mercado de trabalho segue aquecido, mas apresenta alguma moderação na margem;
- ✓ A inflação ao consumidor segue a trajetória esperada de desinflação, com destaque para a sua composição benigna. Os indicadores que agregam os componentes mais sensíveis ao ciclo econômico e à política monetária se aproximaram da meta para a inflação nas divulgações mais recentes. As expectativas de inflação para 2024, 2025 e 2026 apuradas pela pesquisa Focus encontram-se em torno de 4,38%, 3,92% e 3,60%, respectivamente.

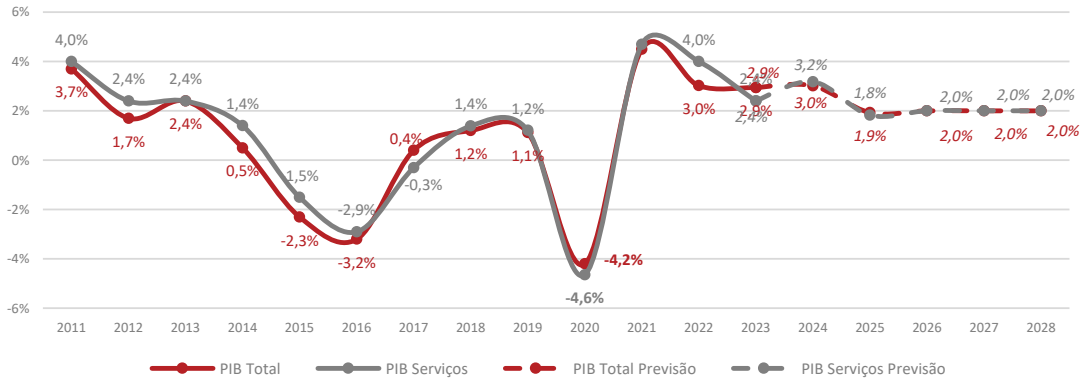
O desempenho econômico do Brasil, assim como dos demais países do globo, é reflexo da influência do COVID-19 e consequentes instabilidades geradas durante o período mais crítico da pandemia. O crescimento global lento pesou sobre os preços das commodities, enfraquecendo os termos de troca da América do Sul.

Os impasses políticos aliados à recente pressão inflacionária contribuem para um cenário ainda conservador em termos de recuperação econômica no Brasil. De qualquer forma, os poucos avanços conseguidos em reformas econômicas, o crescimento de investimento privado e a retomada do setor de serviços, fundamentaram a projeção para a retomada econômica do país.

Depois de sofrer retração de 4,2% em 2020, o ano de 2021 apresentou um crescimento do PIB Total de 4,5% após oscilações em torno do agravamento da pandemia no início do ano e encerrou 2022 com um crescimento acumulado de 3,0% e 2023 com 2,9%. As perspectivas futuras são positivas, sendo o PIB Total esperado para 2024 de 3,00%, 1,90% em 2025 e 2,0% em 2026 e 2027, conforme relatório FOCUS de 04/10/2024.

Crescimento do PIB

Previsão em 11/10/2024



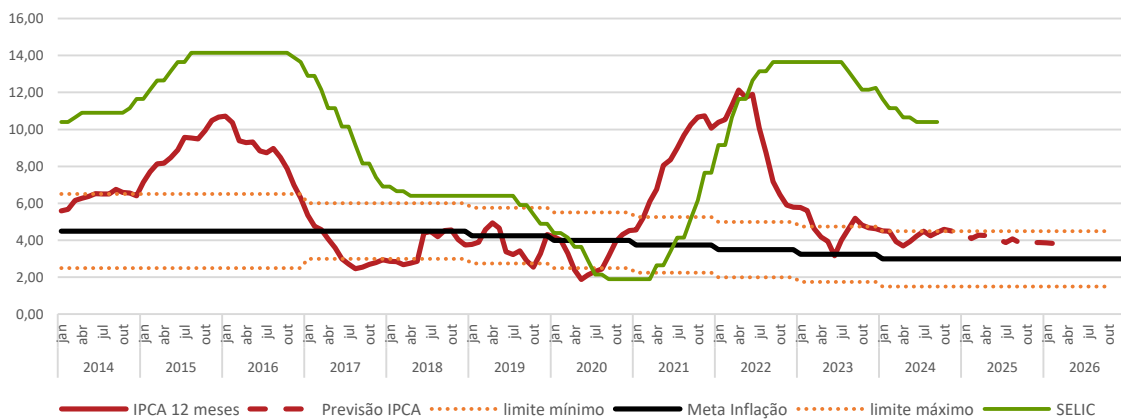
Fonte: Sistema de Expectativas Bacen. Editado por Binswanger Brazil – outubro/2024

A recuperação da atividade econômica continua ocorrendo de forma heterogênea. Por um lado, serviços e comércio, que têm alta representatividade na composição do PIB Total, vão se beneficiando diretamente do aumento da mobilidade, enquanto indústria sofre com escassez de matéria prima e custos de energia.

O principal motivo para o aumento do IPCA em setembro de 2024 foi a alta nos preços da energia elétrica residencial e do grupo Alimentação e bebidas: (i) A mudança da bandeira tarifária de verde para vermelha patamar um, em agosto, aumentou o preço da energia elétrica; e (ii) O grupo Alimentação e bebidas teve uma alta de 0,50%, após dois meses de quedas.

Atualmente, a taxa SELIC está fixada em 10,75%, após atingir os patamares mais baixos da série histórica em 2020.

IPCA x SELIC x Meta de Inflação

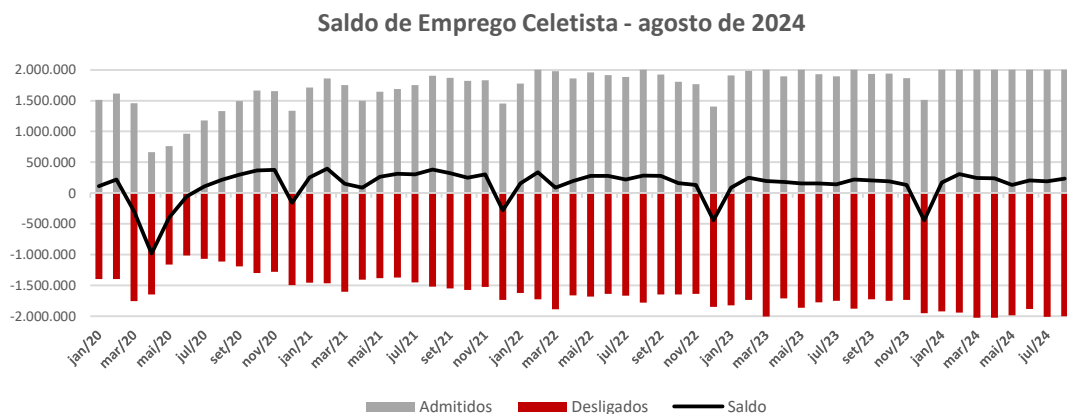


Fonte: Relatório Focus - Bacen. Editado por Binswanger Brazil – outubro/2024

TRABALHO FORMAL

Desde janeiro de 2020, o uso do sistema do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) foi substituído pelo sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas (eSocial) para parte das empresas, conforme estabelecido pela Portaria SEPRT nº 1.127 de 14/10/2019. Permanece a obrigatoriedade de envio das informações por meio do CAGED apenas para órgãos públicos e organizações internacionais que contratam celetistas.

Para viabilizar a divulgação de estatísticas do emprego formal durante este período de transição, foi feita imputação de dados de outras fontes, captadas dos sistemas eSocial, CAGED e Empregador Web. De acordo com este estudo, com a pandemia de COVID-19, houve uma forte retração no emprego formal entre março e maio de 2020, com perda de 963.703 postos de trabalho no mês de abril de 2020. A partir de maio de 2020 inicia-se alguma recuperação, mas ainda ocorreram oscilações, como a sazonalidade de dezembro e nova retração, ainda que de menor intensidade, em março e abril de 2021, em função do aumento expressivo de internações por COVID-19 e novas ações de “lockdown”. Em 2021, o número de brasileiros desempregados chegou a 14,1 milhões de pessoas, cerca de 13,3% da população. Um ano depois, a redução foi importante, para 10,3 milhões de brasileiros e uma taxa de 9,5%. O ano de 2023 encerrou em 7,8%, atingindo 8,5 milhões de pessoas, menor taxa desde 2014.

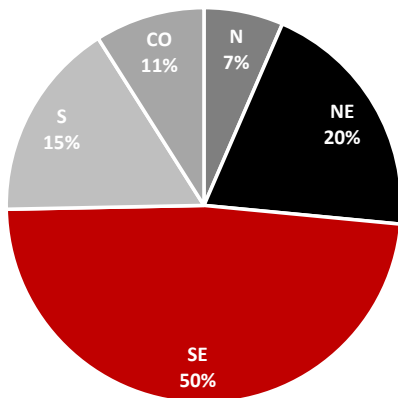


Fonte: Painel de informações do Novo CAGED. Editado por Binswanger Brazil – outubro/2024

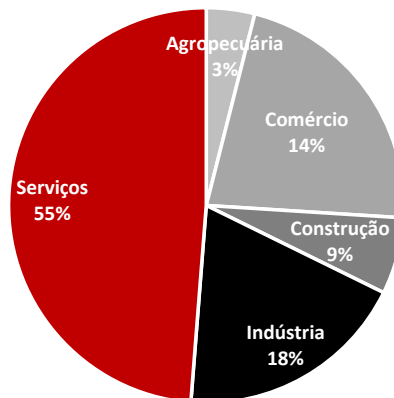
Com uma economia mundial desafiadora e instabilidade geopolítica, a taxa do desemprego no Brasil deve voltar a crescer ainda no início de 2024, conforme previsão do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (GGV Ibre). É previsto que o índice feche 2024 em 8,0%.

A análise setorial indica maior participação do setor de serviços no estoque de postos de trabalho no país, seguida por comércio e indústria.

Novos Postos de Trabalho por Região - Agosto/2024



Estoque de Postos de Trabalho por Grupamento - Agosto/2024



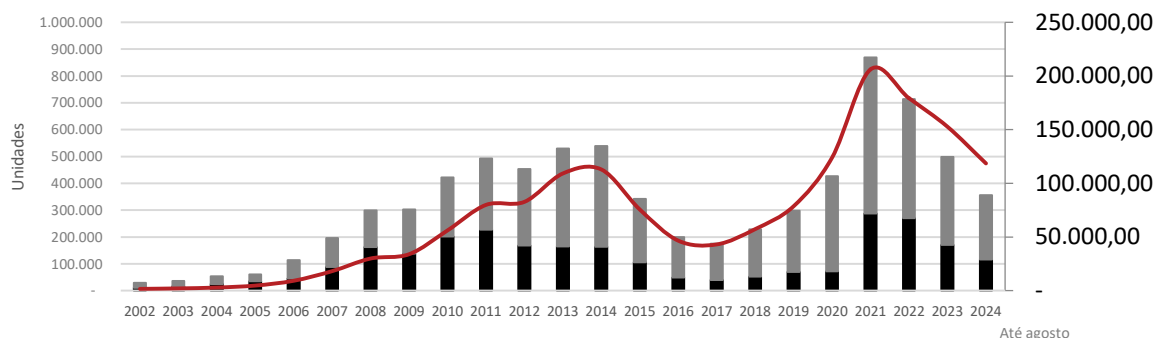
Fonte: Painel de informações do Novo CAGED. Editado por Binswanger Brazil – outubro/2024

ASPECTOS DE MERCADO IMOBILIÁRIO

O mercado imobiliário brasileiro sofreu com a crise político-econômica recente, uma vez que a renda familiar foi significativamente impactada com o aumento do nível de desemprego e redução da atividade econômica, além - é claro, de influenciar na tomada de decisão para aquisição de um imóvel, dada a insegurança gerada pela instabilidade do momento.

O gráfico a seguir mostra que tanto o volume de imóveis financiados para aquisição quanto para construção teve uma grande redução a partir de 2014. Do ano de 2017 até o final de 2021, observamos o início de uma retomada do setor, alinhada à política de baixa de juros da época. Mesmo com a pandemia de COVID-19, o volume negociado em 2020 foi 43% superior ao de 2019. Já o ano de 2021 superou em 104% as unidades financiadas no ano anterior e superou também os patamares atingidos em 2014, atingindo o recorde na série histórica, porém com queda desde então. Em 2023, em razão da subida dos juros, o volume foi quase 15% menor em relação ao volume total de 2022.

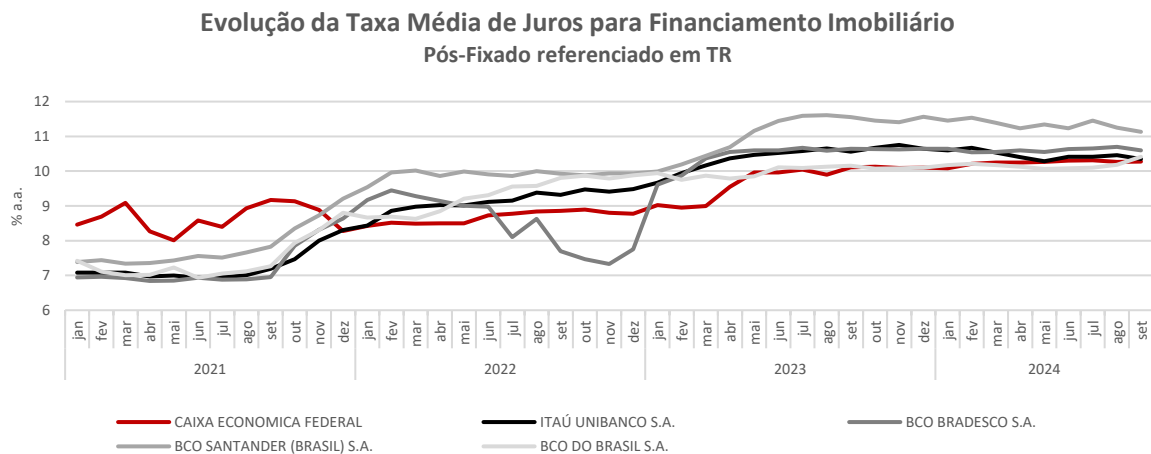
Financiamento de Imóveis e Construções



Fonte: ABECIP. Editado por Binswanger Brazil – outubro/2024

Até agosto

As mudanças do cenário econômico e principalmente os aumentos dos insumos têm pressionado os preços de venda para cima. Houve também redução efetiva no poder de compra das famílias devido ao aumento da inflação. A crescente alta das taxas de juros para financiamento imobiliário é observada desde setembro de 2021, em subida nos primeiros meses de 2023 e tendência de estabilidade nos últimos meses, podendo ser observadas no gráfico a seguir.



Fonte: BACEN. Editado por Binswanger Brazil – outubro/2024

O mercado imobiliário se comporta de maneira cíclica, com altas e baixas na demanda e oferta, cujas oscilações são decorrentes do desempenho da economia, da confiança dos consumidores, da disponibilidade de crédito e de situações específicas de cada segmento ou região geográfica.

Considerando este ciclo dinâmico, constatamos que, com o cenário de paralização global da economia em 2020 e 2021, em função da pandemia do COVID-19, neste momento o mercado imobiliário em geral se encontra no estágio de expansão.

O momento é de aproveitar oportunidades, já que começa a existir maior demanda do que oferta, causando um aumento nos preços e otimismo por toda a cadeia da construção. e obter sucesso até a fase subsequente, de estabilização. A identificação do ponto crítico é crucial no sucesso; o ciclo é dinâmico de acordo com o tamanho e maturação do mercado.



Fonte: Binswanger Brazil – outubro/2024

5.2. SHOPPINGS CENTERS

De acordo com a Associação Brasileira de *Shopping Center* (ABRASCE), *shopping centers* são os empreendimentos com Área Bruta Locável (ABL), normalmente, superior a 5 mil metros quadrados, formados por diversas unidades comerciais, com administração única e centralizada, que pratica aluguel fixo e percentual. Na maioria das vezes, dispõe de lojas âncoras e vagas de estacionamento compatível com a legislação da região onde está instalado.

Os *shoppings* são classificados em Tradicionais ou Especializados. Os especializados ainda são subdivididos em *Outlets: Shoppings* com lojas de fábrica e/ou descontos; Temáticos: *Shoppings* especializados em determinado segmento de varejo e *Lifestyle: Shoppings* à céu aberto como comércio de rua, apresentando calçadas, praças, luz e ventilação naturais.

Dentro dessas tipologias, eles são classificados quanto ao porte do empreendimento em função de sua ABL:

Classificação	Porte	ABL
Tradicional	Mega	Acima de 60.000 m ²
	Regional	De 30.000 a 59.999 m ²
	Médio	De 20.000 a 29.999 m ²
	Pequeno	Até 19.999 m ²
Especializado	Grandes	Acima de 20.000 m ²
	Médios	De 10.000 a 19.999 m ²
	Pequenos	Até 9.999 m ²

CONSIDERAÇÕES GERAIS

O mercado de shopping centers no Brasil apresentou uma recuperação significativa de seus resultados ao longo de 2022 e 2023, observando índices próximos e, em casos, acima àqueles registrados em 2019, antes da pandemia do COVID-19. Enquanto 2020 e 2021 foram anos de renegociações de contrato, aumento da vacância e diminuição do fluxo de pessoas – resultando em faturamentos inferiores e incertezas profundas com relação à resiliência do segmento –, 2022 confirmou os sinais de recuperação observados no final de 2021 e trouxe ao mercado um respiro associado ao fim das restrições sanitárias estabelecidas na pandemia. 2023 foi um ano de consolidação, com vendas totais no país atingindo 194,7 bilhões de reais, acima dos 192,8 bilhões de 2019.

Com a retomada completa da utilização dos shopping centers pela população e a manutenção da inflação em patamares baixos, o desafio que se apresenta em 2024 é ainda a alta taxa Selic, que deve arrefecer no decorrer de 2024 e a situação de grandes varejistas do país que, apesar de esperarem melhoras em relação a 2023, ainda adotam visões cautelosas para 2024. Apesar dos desafios, a menor pressão monetária e a decorrente diminuição dos juros e inadimplência apontam para um cenário

otimista para o mercado de shopping centers.

NÚMEROS DO SETOR

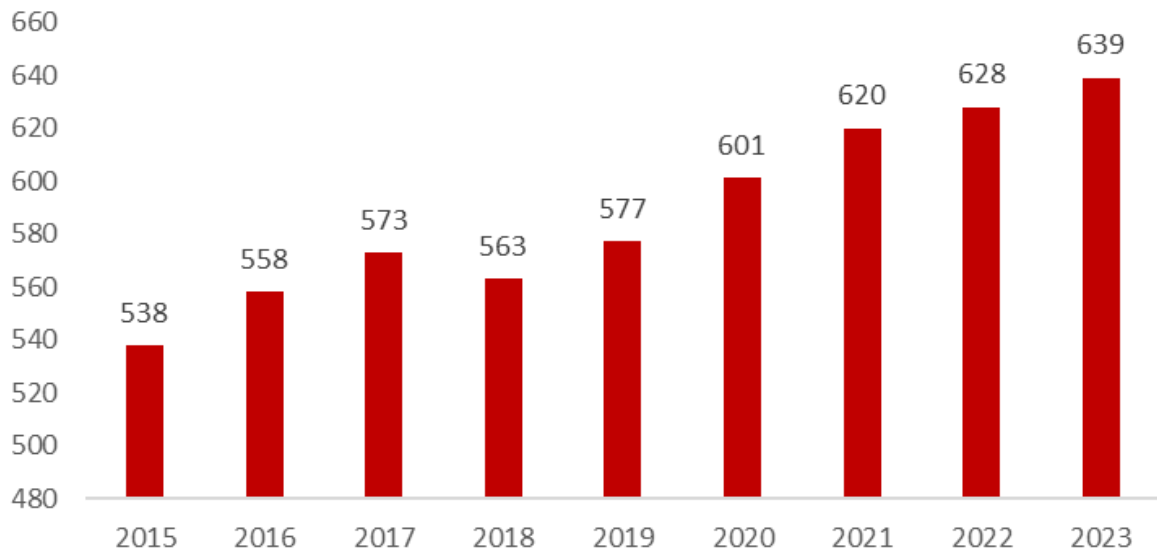
Atualmente, o país conta com aproximadamente 639 shopping centers em operação – 17,837 milhões de metros quadrados de área bruta locável.

QUADRO GERAL DE SHOPPINGS 2022	
Total de Shoppings:	639
A inaugurar em 2024:	18
Total de Shoppings no fim de 2024:	657
Faturamento (bilhões):	194,7
Visitantes/mês (milhões):	462
Empregos gerados:	1.062.813
ABL Total no Brasil (m²):	17.837.297
Total de Lojas:	121.010
Sendo,	
Âncoras:	4,4%
Semi-âncoras:	2,7%
Megalojas:	3,7%
Satélites:	59,7%
Conveniência/Serviços:	9,8%
Alimentação:	17,5%
Lazer	2,12%
Salas de Cinema:	3.073
Vagas para Carros:	1.056.000

Fonte: Censo da ABRASCE 2023/2024, editado por Binswanger Brazil.

Este número representa um aumento de aproximadamente 3,06% em relação a 2020, que havia fechado o ano com 620 unidades em todo o país. Isto demonstra que mesmo no cenário de pandemia dos últimos dois anos, as administradoras de shoppings acreditaram num futuro cenário positivo.

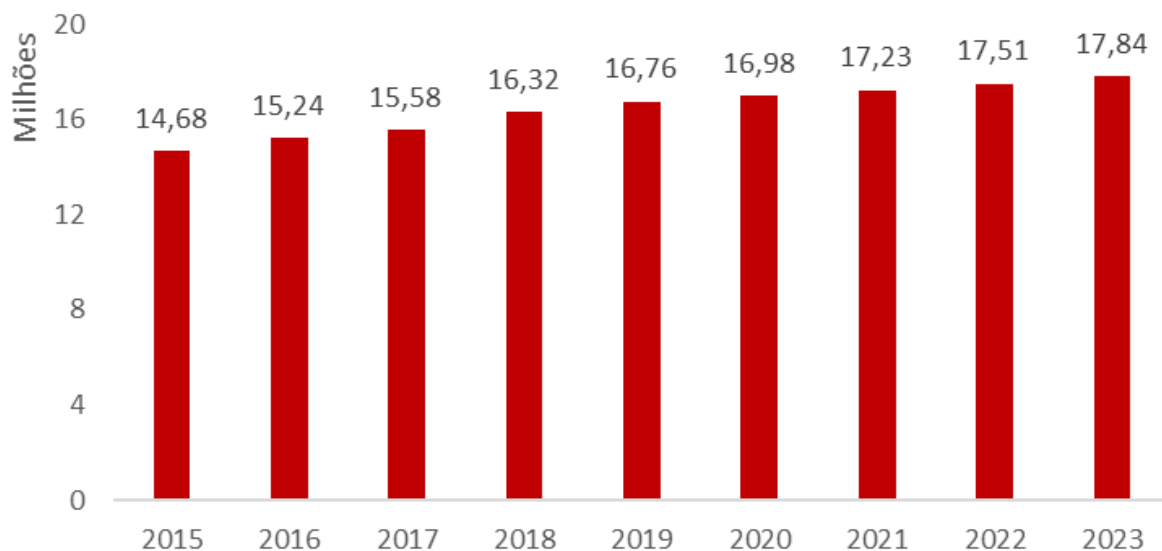
Número de Shoppings



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mai/2024

Também verificamos aumento na área bruta locável (ABL), que passou de 17,51 milhões de metros quadrados em 2022 para 17,84 milhões em 2023.

Área Bruta Locável (m²)



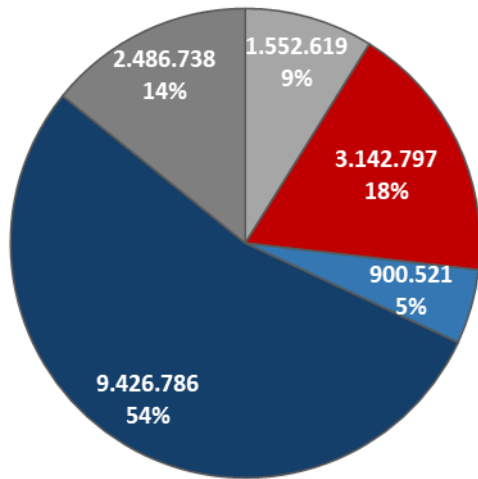
Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – fev/2023

A seguir, a Binswanger Brazil, através de sua base de dados, demonstra a quantidade de shoppings e metragens por região.

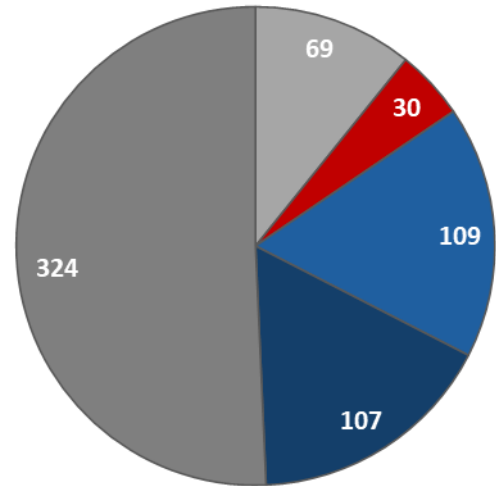
ABL por Região: % e m²

Quantidade de Shopping por Região

ABL por Região



Shoppings por Região

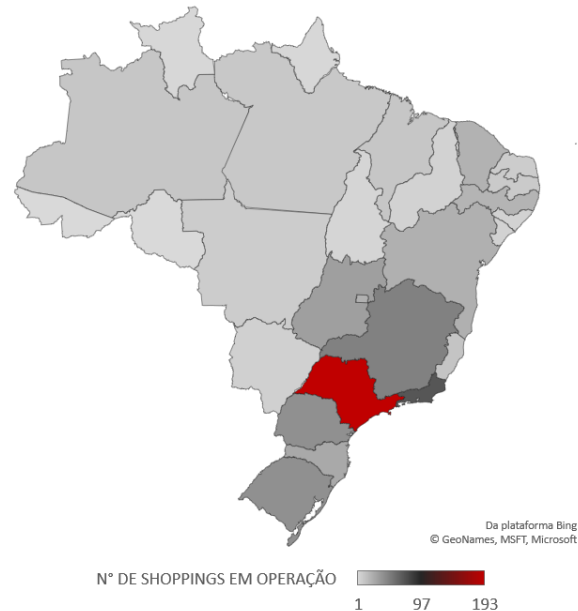


Centro Oeste
 Norte
 Nordeste
 Sul
 Sudeste

Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mai/2024

Nota-se que o Sudeste possui aproximadamente 53,8% da área bruta locável total do país, com o Nordeste logo em seguida com 17,9% da área bruta locável total. Porém, com relação a quantidade de empreendimentos em operação, o Sudeste mais uma vez ocupa a primeira colocação, com 324 shoppings ativos; já a segunda posição é ocupada pela região Nordeste, com um total de 109 empreendimentos, seguida pelo Sul com 107 ativos.

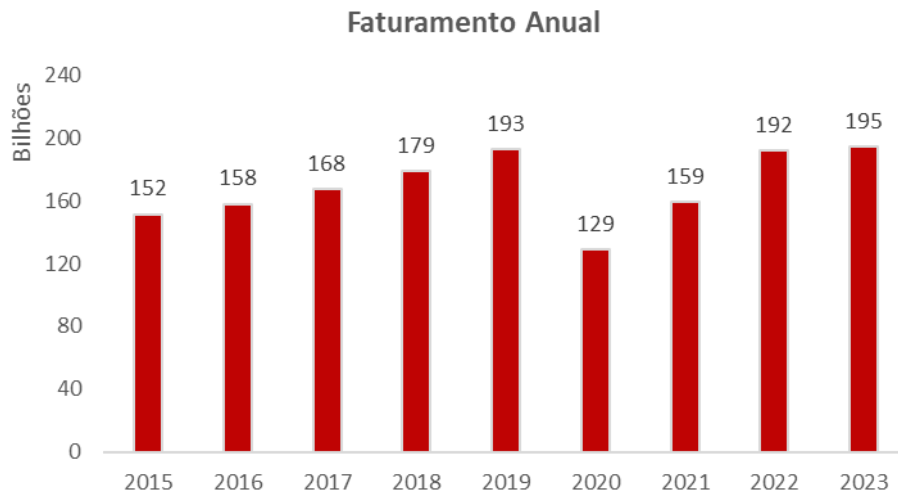
Empreendimentos por Estado



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mai/2024

O resultado das restrições impostas desde março de 2020, segundo a ABRASCE (Associação Brasileira de Shopping Centers), foi uma queda de faturamento em vendas de 49,7% e de 10,3% de empregos de 2019 para 2020. Por mais que o ano de 2021 já apresentasse uma lenta retomada nos dois índices, com 19,1% de crescimento no faturamento e 2,06% no número de empregos, o ano de 2022

consolidou a retomada para os patamares pré-pandemia, com crescimento de 17% no faturamento com relação ao ano anterior e 2023 manteve a tendência, com faturamento 1,5% maior e 1,8% mais empregos que 2022. Esses resultados trouxeram o faturamento anual para valores na escala de 101,51% do que foi observado em 2019.



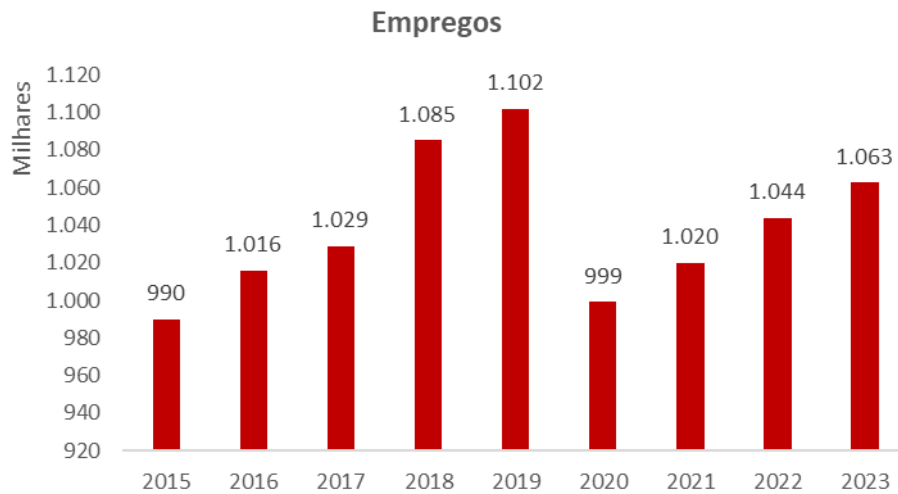
Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mai/2024

Com relação ao fluxo de pessoas, os números de 2023 também registraram uma manutenção do crescimento, com 462 milhões de visitantes mensais. Esse valor representa um crescimento de 4,33% em relação a 2022 e é 92,06% do total observado em 2019.



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mai/2024

Os empregos em shopping centers caíram de 1,1 milhão em 2019 para 990,5 mil em 2020, devido ao fechamento e menor fluxo de pessoas nas lojas, representando aproximadamente 10,4% de queda de empregos. Em 2023, esse número está em 1.062.813, 96,4% do apresentado em 2019.



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – fev/2023

NOVO ESTOQUE

Em 2022, foram inaugurados 9 shoppings no Brasil, sendo 2 na região sul, 5 na região sudeste e 2 na região Nordeste, totalizando 133,6 mil m² de ABL, e em 2023, estão previstas 15 inaugurações de novos shoppings, totalizando 275,2 mil m² de ABL, conforme tabelas abaixo:

INAUGURADOS - 2023

Shopping	Estado	Cidade	ABL (m ²)	Inauguração
Shopping Patteo Urupema	SP	Mogi das Cruzes	10.000	Abril
Pontal Shopping	RS	Porto Alegre	27.247	Abril
Recanto Shopping	DF	Brasília	19.000	Março
ParkShopping Mogi Mirim	SP	Mogi Mirim	12.810	Maio
Terrazo Shopping	CE	Eusébio	29.300	Abril

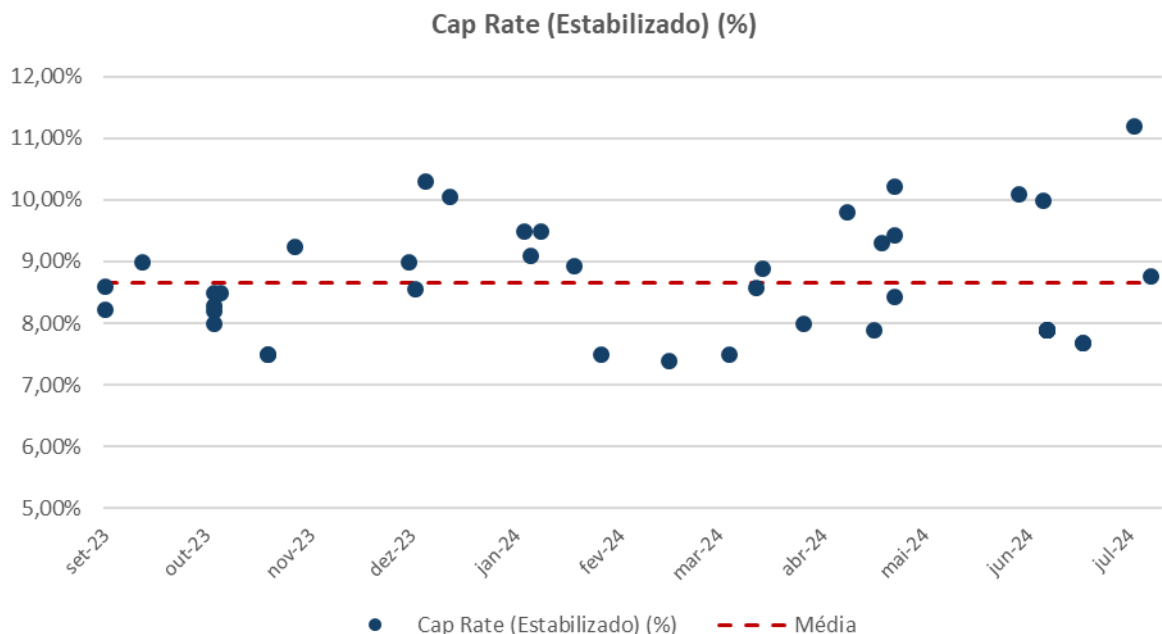
A INAUGURAR - 2024

Shopping	Estado	Cidade	ABL (m ²)	Inauguração
Shopping Plaza Rio das Ostras	RJ	Rio das Ostras	17.856	março de 2024
Macopa Eco Mall	PR	Curitiba	12.000	março de 2024
Brooklyn Alamedas	SP	Boituva	14.127	março de 2024
Outlet Premium Imigrantes	SP	São Bernardo do Campo	17.800	abril de 2024
Shopping Central park	SP	Vargem Grande Paulista	22.466	abril de 2024
Lago Center Shopping	TO	Araguaína	28.000	abril de 2024
Espaço 356	MG	Belo Horizonte	14.000	1º semestre 2024
Shopping Aldeia da Serra	ES	Serra	20.000	1º semestre 2024
Boulevard Marília Shopping	SP	Marília	7.238	Agosto de 2024
Catuai Shopping Cascavel	PR	Cascavel	38.000	Setembro de 2024
Jardins de Vilhena Shopping	RO	Vilhena	20.500	Setembro de 2024
Bourbon Shopping Carlos Gomes	RS	Porto Alegre	12.409	Outubro de 2024
Santa Maria Outlet	SP	Cravinhos	20.000	2º semestre 2024
Shopping Praia Sul	SE	Aracaju	32.000	2º semestre 2024
Flow Open Mall	PR	Curitiba	11.000	2º semestre 2024
Olímpia Garden Outlet	SP	Olímpia	17.000	2º semestre 2024
Centrosul Shopping	SE	Lagarto	23.345	2º semestre 2024
Shopping Nova Estação Mauá	SP	Mauá	6.400	2º semestre 2024

Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mai/2024

TAXA DE CAPITALIZAÇÃO – CAP RATE

O gráfico e quadros a seguir apresentam as transações realizadas nos últimos 12 meses. Nota-se que o Cap Rate estabilizado⁵ médio para este tipo de empreendimento é 8,43%:



Imóvel	Estado	Cidade	Data da Transação	Cap Rate (Estabilizado) (%)
Shopping Plaza Sul	São Paulo	São Paulo	22/09/2023	8,60%
Shopping Plaza Sul	São Paulo	São Paulo	22/09/2023	8,22%
Boulevard Shopping Bauru	São Paulo	Bauru	03/10/2023	9,00%
Via Sul Shopping	Ceará	Fortaleza	24/10/2023	8,30%
Natal Shopping	Rio Grande do Norte	Natal	24/10/2023	8,50%
Botafogo Praia Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	24/10/2023	8,20%
Shopping Conjunto Nacional	Distrito Federal	Brasília	24/10/2023	8,00%
Shopping Nova Iguaçu	Rio de Janeiro	Nova Iguaçu	26/10/2023	8,50%
Shopping Eldorado	São Paulo	São Paulo	09/11/2023	7,50%
Shopping Eldorado	São Paulo	São Paulo	09/11/2023	7,50%
Capim Dourado Shopping	Tocantins	Palmas	17/11/2023	9,25%
Boulevard Shopping Bauru	São Paulo	Bauru	21/12/2023	9,00%
Madureira Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	23/12/2023	8,56%
Shopping Estação	Paraná	Curitiba	26/12/2023	10,30%
Shopping Paralela	Bahia	Salvador	02/01/2024	10,06%
Caxias Shopping	Rio de Janeiro	Duque de Caxias	24/01/2024	9,50%
Shopping Metropolitano Barra	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	26/01/2024	9,10%
I Fashion Outlet NH	Rio Grande do Sul	Novo Hamburgo	29/01/2024	9,50%
I Fashion Outlet NH	Rio Grande do Sul	Novo Hamburgo	08/02/2024	8,93%
Shopping Pátio Maceió	Alagoas	Maceió	16/02/2024	7,50%
I Fashion Outlet NH	Rio Grande do Sul	Novo Hamburgo	07/03/2024	7,40%
I Fashion Outlet NH	Rio Grande do Sul	Novo Hamburgo	25/03/2024	7,50%
ParkShopping Jacarepaguá	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	02/04/2024	8,59%
Shopping Jardim Sul	São Paulo	São Paulo	04/04/2024	8,90%
Shopping Villagio Caxias do Sul	Rio Grande do Sul	Caxias do Sul	16/04/2024	8,00%
Carioca Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	29/04/2024	9,80%
Bangu Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	07/05/2024	7,90%
Top Shopping	Rio de Janeiro	Nova Iguaçu	09/05/2024	9,30%
Shopping Ponta Negra	Amazonas	Manaus	13/05/2024	8,43%
Shopping Bela Vista	Bahia	Salvador	13/05/2024	10,23%
Catarina Fashion Outlet	São Paulo	São Roque	13/05/2024	9,44%
São Luís Shopping Center	São Luís	Maranhão	19/06/2024	10,10%
Uberlândia Shopping	Uberlândia	Minas Gerais	26/06/2024	10,00%
Shopping D	São Paulo	São Paulo	27/06/2024	7,90%
Shopping Cerrado	Goiânia	Goiás	27/06/2024	7,90%
Tietê Plaza Shopping	São Paulo	São Paulo	27/06/2024	7,90%
Shopping Metropolitano Barra	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	27/06/2024	7,90%
Shopping Cidade São Paulo	São Paulo	São Paulo	27/06/2024	7,90%
Grand Plaza Shopping	Santo André	São Paulo	27/06/2024	7,90%
Rio Sul Shopping Center	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	08/07/2024	7,70%
Rio Sul Shopping Center	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	08/07/2024	7,70%
Iguatemi São Paulo	São Paulo	São Paulo	23/07/2024	11,20%
Iguatemi Alphaville	São Paulo	Barueri	28/07/2024	8,76%

Fonte: Siila - Editado por Binswanger Brazil – set/2024

FII'S DE SHOPPING CENTERS NO BRASIL

Os Fundos de Investimento Imobiliário de shopping centers surgiram no Brasil com o intuito de promover securitização deste tipo de ativo. Abaixo, demonstramos alguns dos principais fundos de investimento com ênfase em shopping centers:

FII's DE SHOPPING CENTERS

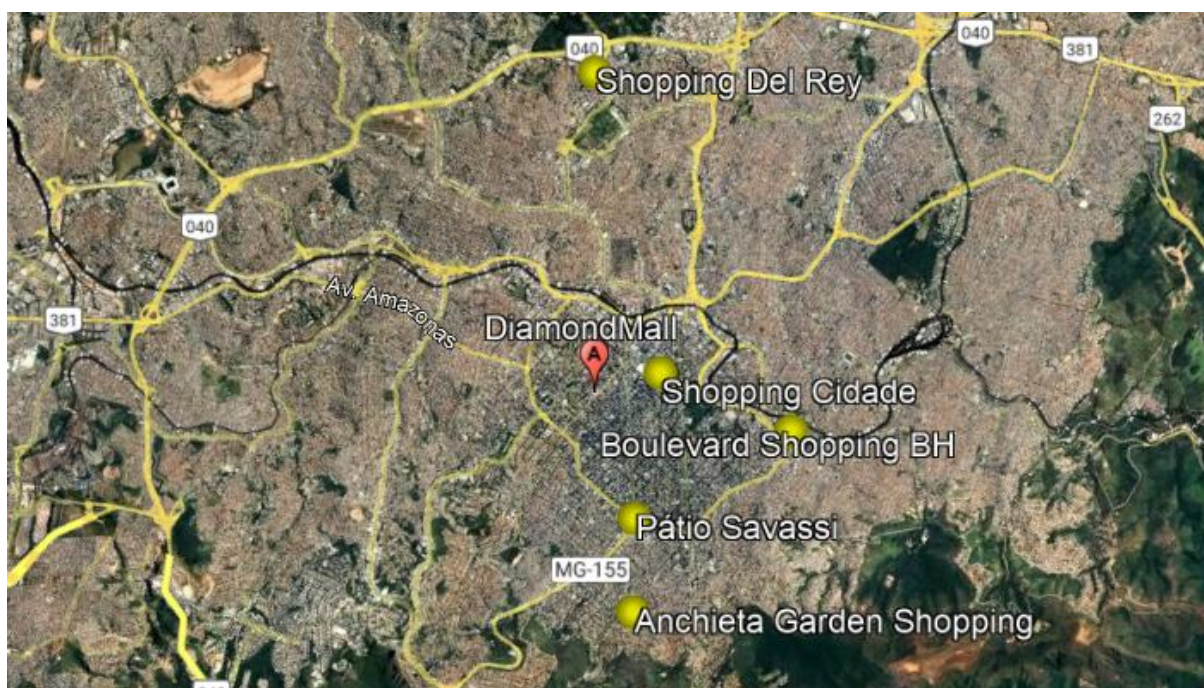
Fundo	VPL (R\$) (milhões)	Código	Valor da Cota (R\$)
Fundo De Investimento Imobiliário Grand Plaza Shopping	337	ABCP11	71,68
Hedge Atrium Shopping Santo André Fundo De Investimento Imobiliário	98	ATSA11	56,5
Fundo De Investimento Imobiliário Btg Pactual Shoppings	447	BPML11	104
General Shopping Ativo E Renda Fundo De Investimento Imobiliário	164	FIGS11	57,6
FII Vida Nova	26	FIVN11	2,79
FII Floripa Shopping	136	FLRP11	2.100,00
Fundo De Investimento Imobiliário Via Parque Shopping - FII	262	FVPQ11	93,57
General Shopping E Outlets Do Brasil Fundo De Investimento Imobiliário - FII	183	GSFI11	2,68
Hedge Brasil Shopping Fundo De Investimento Imobiliário	2.828	HGBS11	222,17
Hsi Malls Fundo De Investimento Imobiliário	1.976	HSML11	96,78
FII Shopping Jardim Sul	216	JRDM11	85,9
Legatus Shoppings Fi Imobiliário FII	330	LASC11	112,51
Malls Brasil Plural Fundo De Investimento Imobiliário	1.480	MALL11	114,13
FII Parque Dom Pedro Shopping Center	516	PQDP11	2.050,00
Rb Capital General Shopping Sulacap	30	RBGS11	28,45
SCP FII	15	SCPF11	3,77
Fundo De Investimento Imobiliário Shopping Pátio Higienópolis	519	SHPH11	852,99
Vinci Shopping Centers Fundo De Investimento Imobiliário - FII	3.463	VISC11	120,14
Fundo De Investimento Imobiliário Votorantim Shopping	157	VSHO11	75,24
Shopping West Plaza Fundo De Investimento imobiliário	63	WPLZ11	59,79
Xp Malls Fundo De Investimento Imobiliário FII	4.627	XPML11	116,4

Data-base: maio de 2024, competência maio de 2024

5.3. CONCORRÊNCIA

Localizado na capital mineira, o Shopping DiamondMall está próximo de diversos concorrentes. Abaixo, apresentamos características de empreendimentos no raio de 5 km.

Shopping	ABL (m²)	Público-alvo	Nº de Lojas	Âncoras	Megalojas	Satélites	Serviços	Alimentação
Shopping DiamondMall	24.048,68	A e B	195	3	1	144	13	34
Shopping Cidade	21.214,53	B	146	3	3	93	12	35
Pátio Savassi	21.107,56	-	136	4	5	98	7	22
Boulevard Shopping BH	41.672,30	A, B e C	185	5	8	121	20	31
Anchieta Garden Shopping	10.385,00	A e B	63	2	-	49	3	9
Shopping Del Rey	38.364,40	B	245	13	6	153	27	46

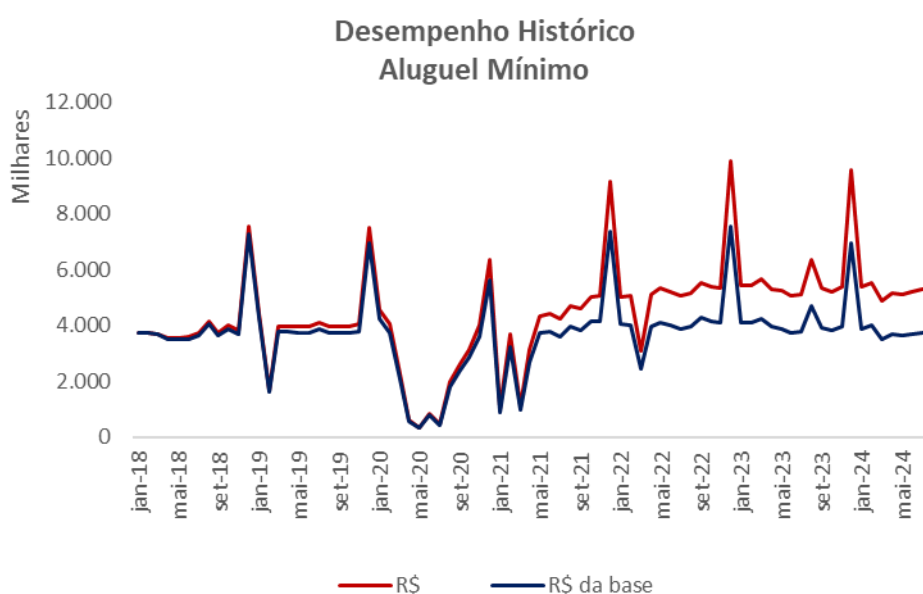


Fachada do Imóvel

6. ANÁLISE DE OPERAÇÃO

Com base nas planilhas financeiras e econômicas (Relatórios gerenciais, Rent Roll e os Demonstrativos de Resultado de janeiro 2018 a outubro de 2024), bem como das informações detalhadas de aluguel mínimo, complementar e venda de cada loja mês a mês de janeiro de 2018 a outubro de 2024, realizamos todas as análises de desempenho do empreendimento que nos balizaram nas projeções futuras de nossos fluxos de caixa.

6.1. ALUGUEL MÍNIMO

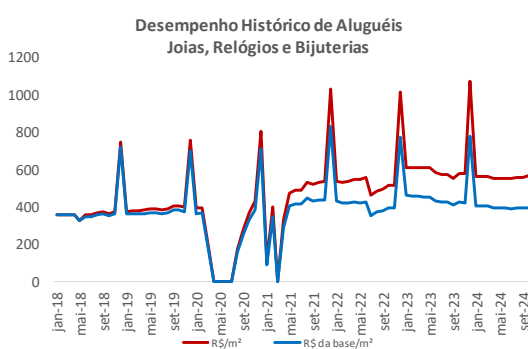
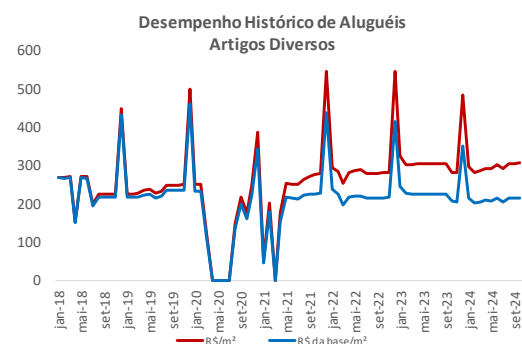
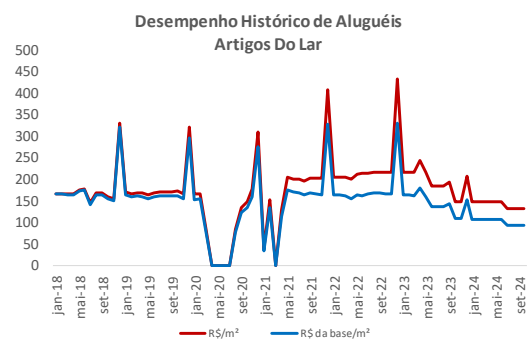
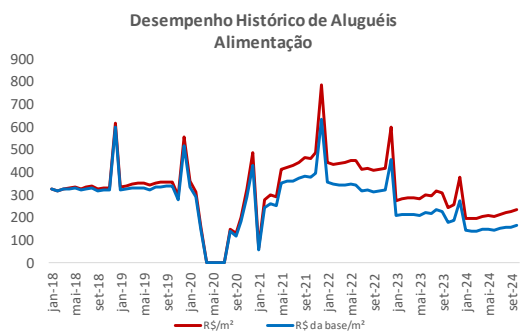
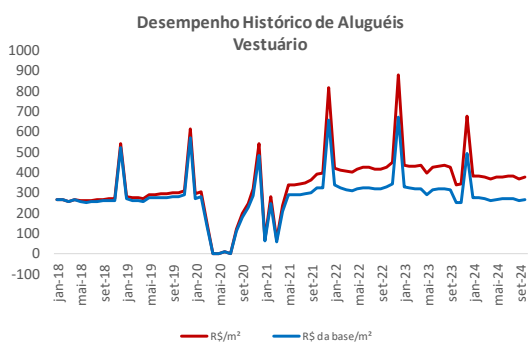
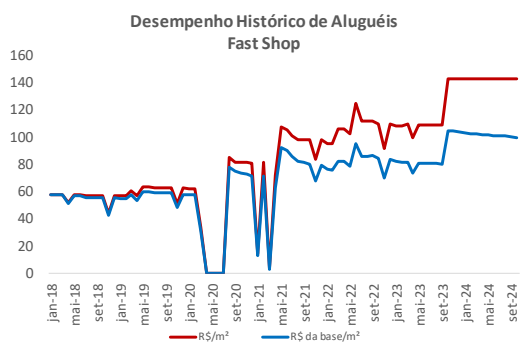
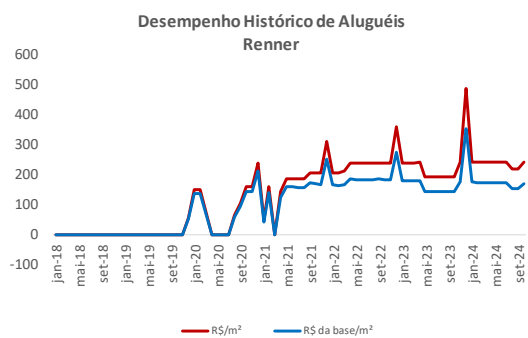
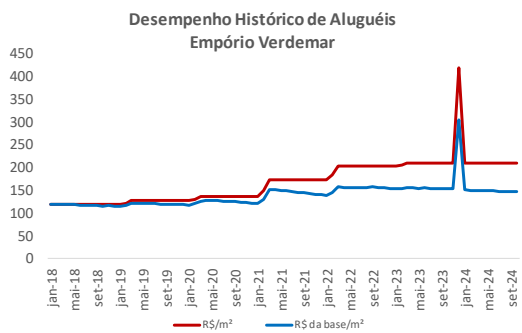


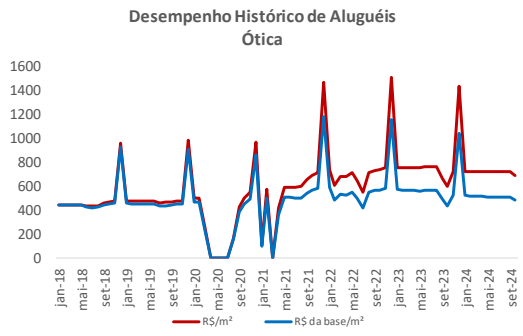
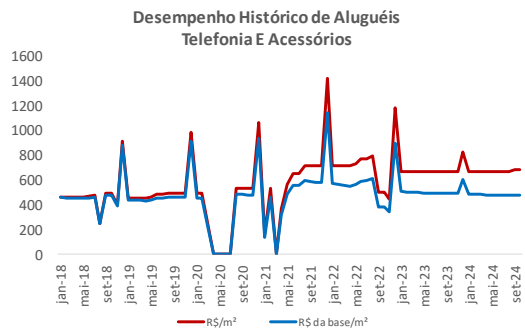
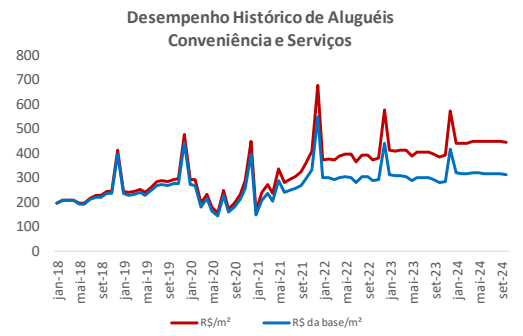
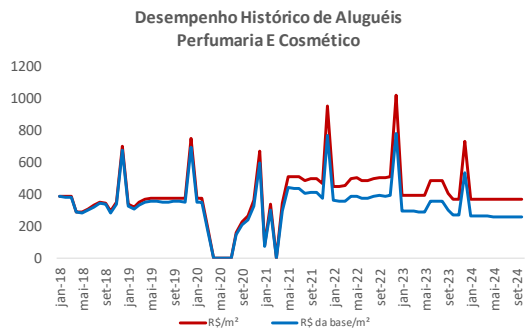
O gráfico acima apresenta os valores recebidos de aluguel mínimo em valores nominais (vermelho) e em reais da base (azul), descontados pelo IPCA, para entender se houve crescimento real dos valores.

O empreendimento resistiu bem ao período de lockdown durante 2020 e 2021, apresentando rápida recuperação dos valores de aluguel mínimo.

A seguir apresentamos o comportamento dos valores por segmento, com as lojas âncoras e megalojas apresentadas individualmente e as lojas satélites agrupadas conforme segmento.

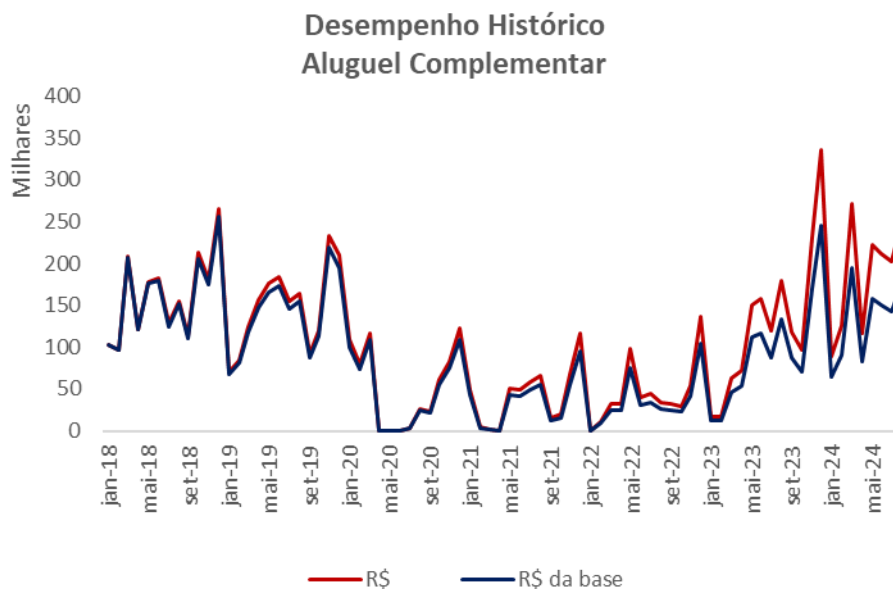
Podemos perceber redução significativa nos aluguéis mínimos nos segmentos de alimentação e artigos do lar, refletindo no aumento de aluguéis complementares desses segmentos.





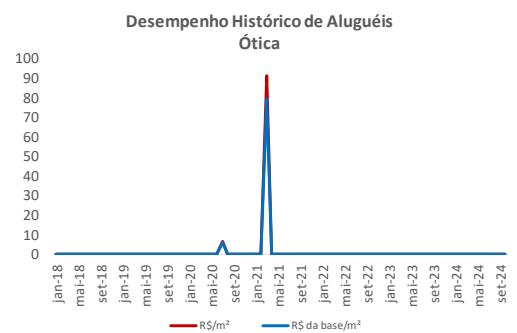
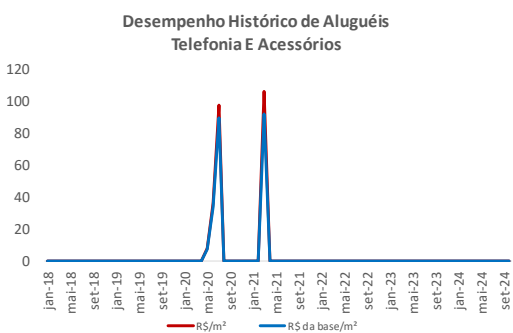
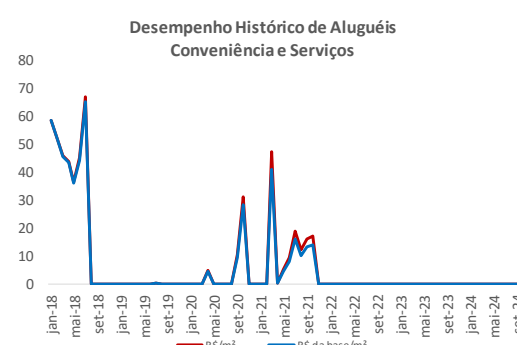
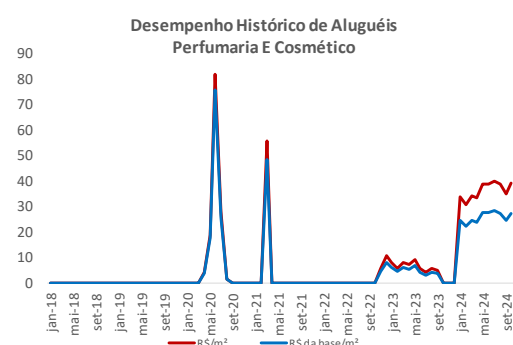
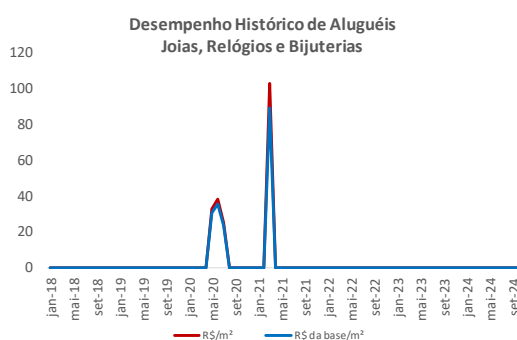
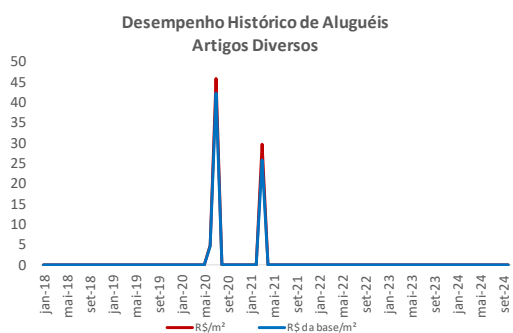
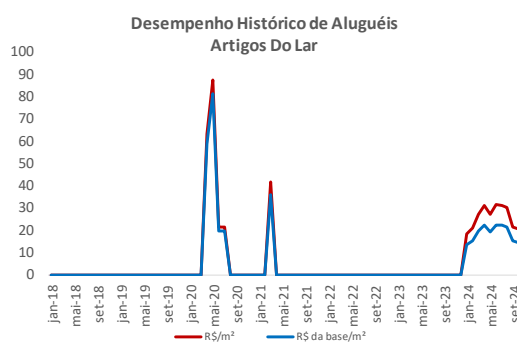
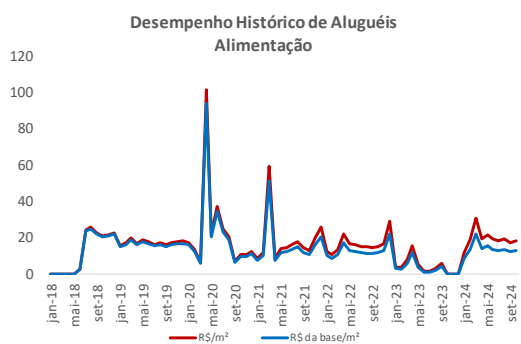
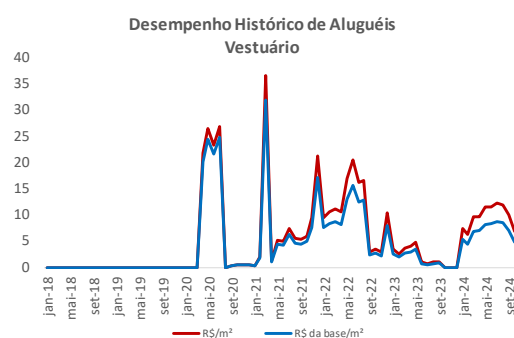
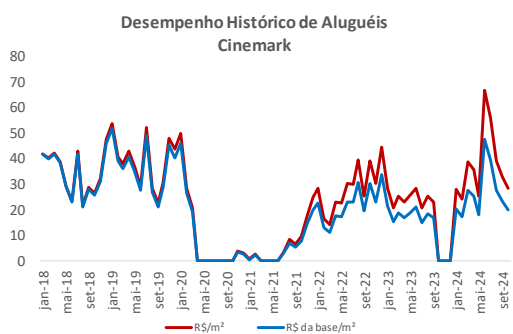
6.2. ALUGUÉIS COMPLEMENTARES

Os pagamentos de aluguéis complementares diminuíram durante a pandemia, em linha com as vendas dos lojistas, apresentando rápida recuperação após o período e hoje segue um patamar constante, com picos em dezembro.

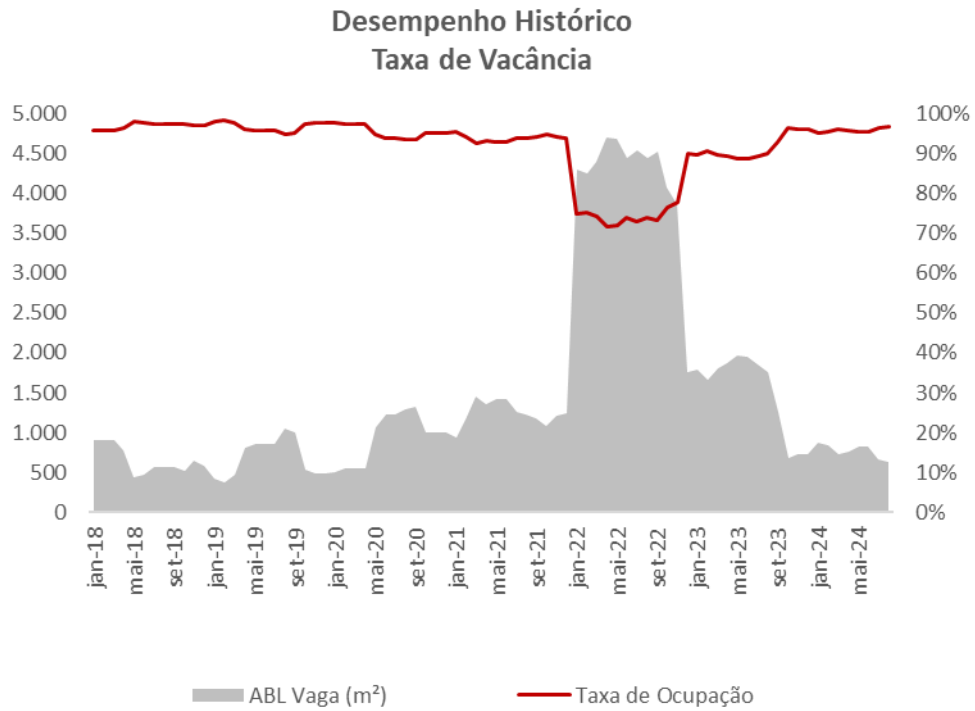


A seguir apresentamos o comportamento dos valores por segmento, com as lojas âncoras e megalojas apresentadas individualmente e as lojas satélites agrupadas conforme segmento. As lojas e segmentos não indicados, não apresentam aluguel complementar recorrente.

As lojas de segmento de vestuário, alimentação perfumaria e cosméticos e artigos do lar começaram a pagar aluguéis complementares constantes em comparação aos últimos anos.

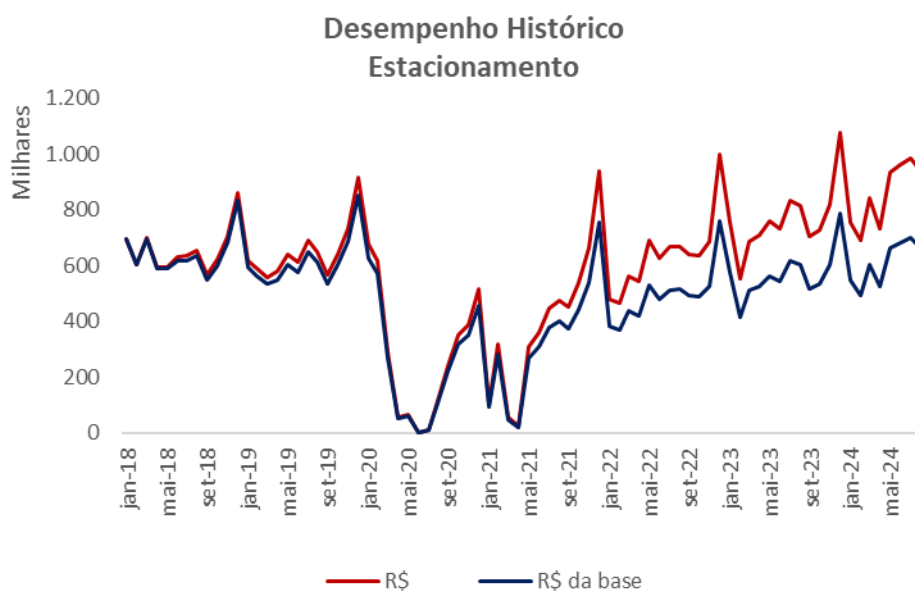


6.3. VACÂNCIA

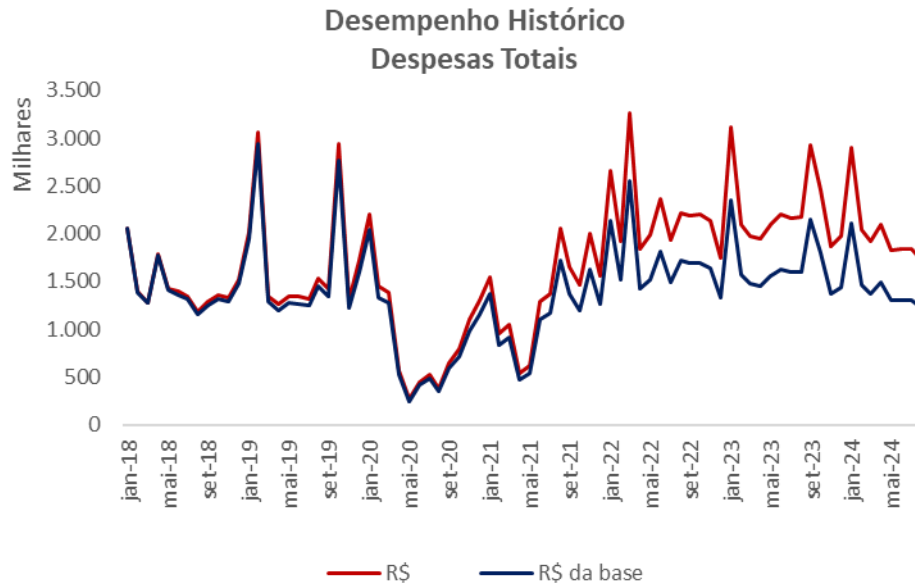


O empreendimento possui baixa taxa de vacância histórica, se mantendo constantemente entre 3 e 5%. Em dezembro de 2021, com a saída da Companhia Atlética, o shopping teve uma baixa considerável na área ocupada, a qual foi rapidamente minimizada por novos lojistas.

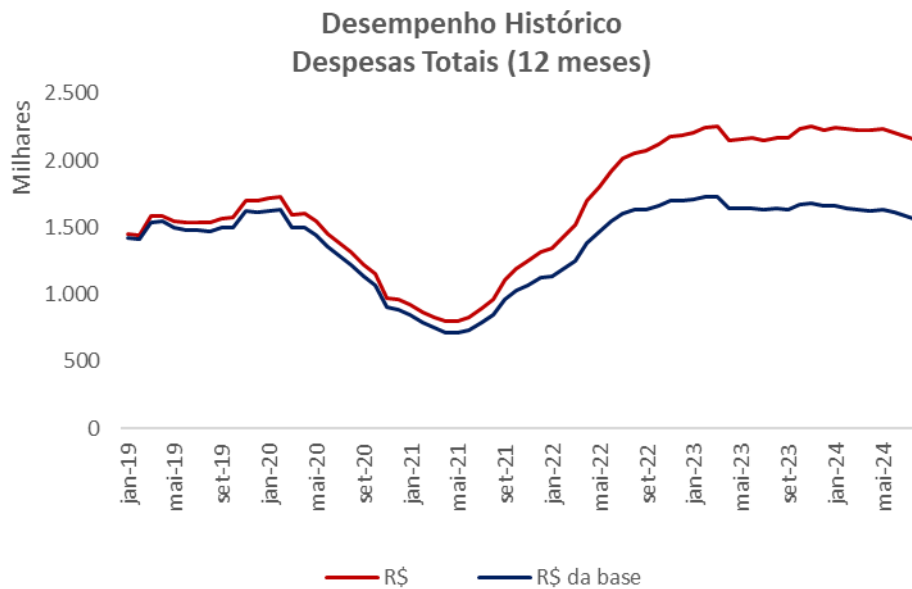
6.4. RECEITA DE ESTACIONAMENTO



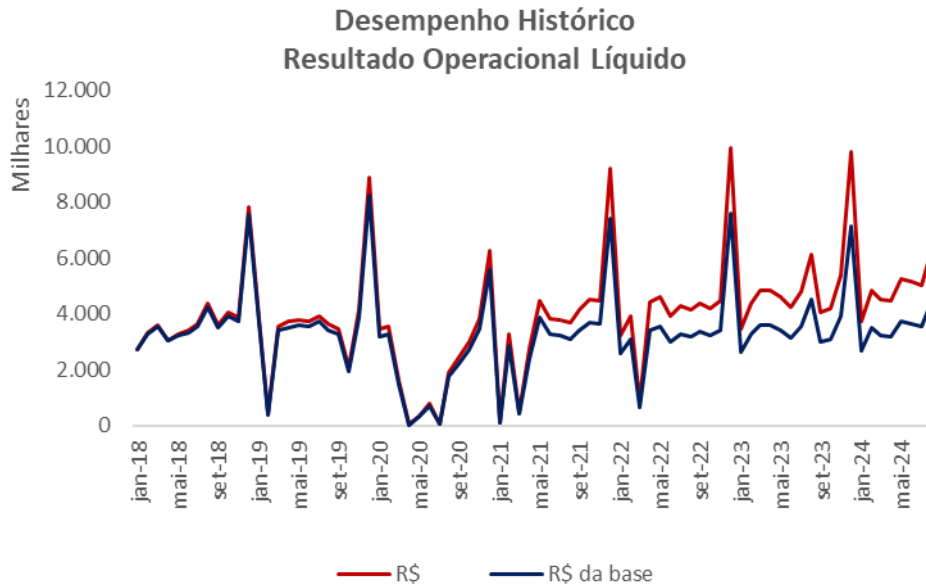
6.5. DESPESAS



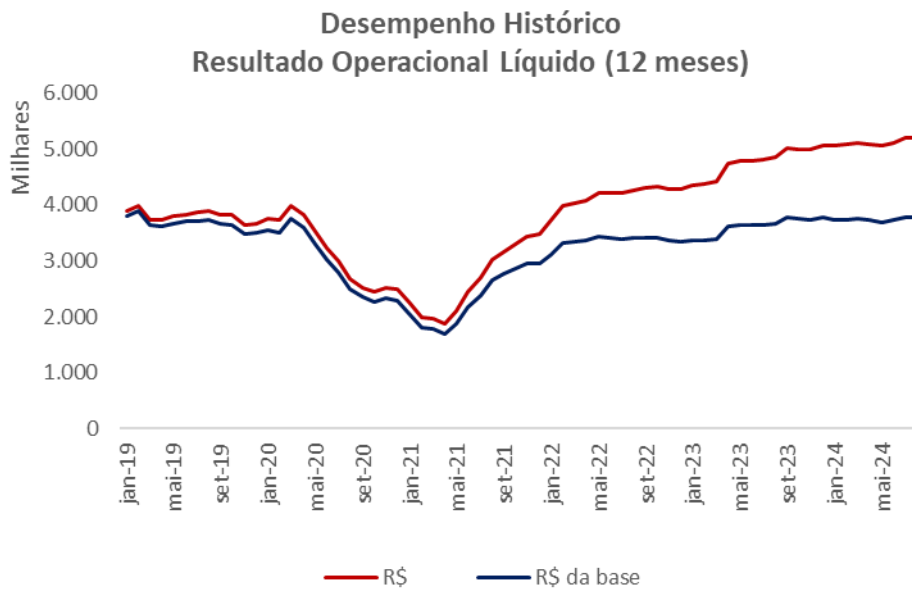
As despesas, que sofreram redução durante o período de lockdown, atualmente estão em um patamar semelhante ao de 2019.



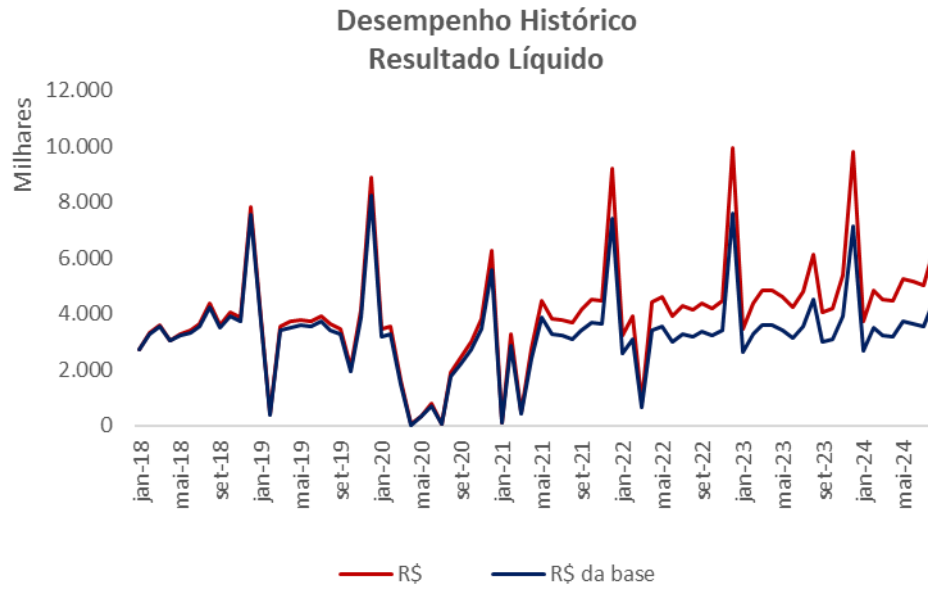
6.6. RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO



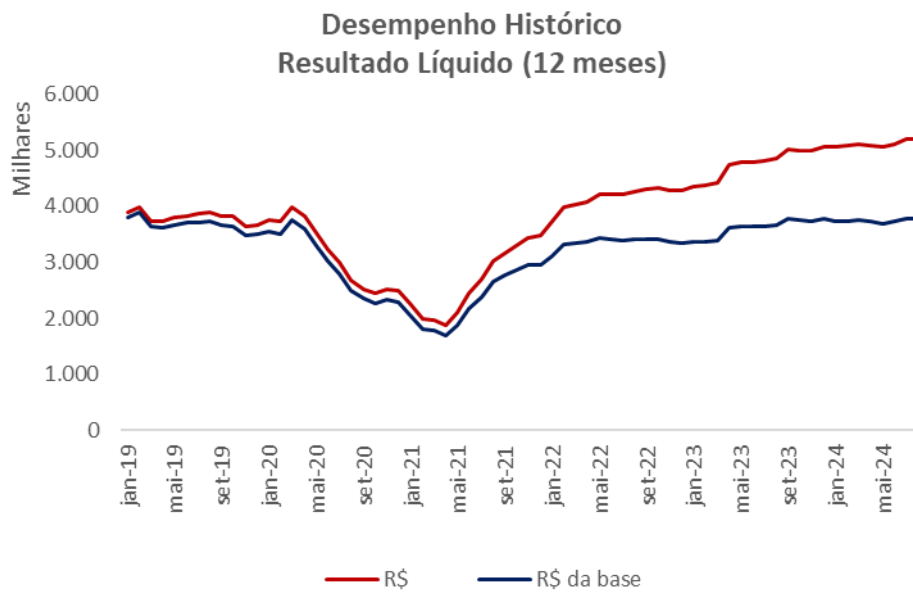
Assim como as análises anteriores, quando analisado o desempenho em R\$ da Base, o empreendimento apresentou queda do resultado líquido operacional no acumulado dos últimos 12 meses.



6.7. RESULTADO LÍQUIDO



Em linha com o Resultado Operacional Líquido.



7. METODOLOGIA EMPREGADA

A metodologia adotada para este trabalho fundamenta-se nos seguintes critérios e preceitos: NBR 14653; Parte 1 – Procedimentos Gerais; Parte 2 - Imóveis Urbanos e Parte 4 - Empreendimentos, da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas); Normas para Avaliações de Imóveis Urbanos publicadas pelo IBAPE/SP (Instituto Brasileiro de Avaliações e Perícias de Engenharia); Requisitos básicos do Red Book, estipulados pelo RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors), da Grã Bretanha.

O avaliando teve seu valor de mercado para venda obtido pelo Método da Renda, com base no fluxo de caixa de um Shopping Center. O método da renda, com base no Fluxo de Caixa Descontado é aquele que identifica o valor de mercado de um empreendimento através da análise de seu fluxo de receitas, custos e despesas ao longo de um determinado período.

Serão realizados exercícios em cenário conservador, de forma a permitir uma análise do retorno esperado, além de apresentar uma expectativa de resultado mais próxima com a realidade mercadológica do momento.

8. CÁLCULO DO VALOR DO IMÓVEL

Para a avaliação do empreendimento em questão, utilizamos o método de avaliação conhecido como "Método de Fluxo de Caixa Descontado (FCD)", o qual é utilizado na avaliação de empreendimentos de base imobiliária, projetando-se todas as receitas e despesas do empreendimento para um horizonte que se entenda o mais adequado.

Através deste método foi determinado o valor do imóvel sob a ótica de investimento, tendo como base a operação atual. A seguir apresentamos as premissas de análises.

8.1. ÁREAS ADOTADAS - ABL

A seguir mencionaremos todas as premissas utilizadas na análise do empreendimento em questão, considerando as fases do empreendimento.

LUC	Loja	ABL (m ²)
Âncoras		4.578,16
OM-25/GD-25/GD-26	Cinemark	2.169,92
M-01/38	Empório Verdemar	1.225,44
GD-01A/GD-07	Renner	1.182,80
Mega Lojas		671,15
GD-22	Fast Shop	671,15
Satélites		13.584,90
GD-47	Pobre Juan	494,41
BG-16/17/18/19/19-A/20/21/22/23	Outback Steakhouse	461,23
BG-13/14/15	Drogaria Araújo	444,66
GD-08	Camicado	348,62
GD-13	Leitura	281,10
GD-05/06	La Ville	280,63
GD-01	Marie Cuisine	278,45
BG-01/02	Iplace	271,92
BG-25/26/27	Cabaña Porteña	244,87
OM-21A/22/22B	Adidas	221,52
OM-21	Brookfield	205,60
OM-22A	New Balance	181,03
GD-11	Shoulder	167,56
OM-30	Pecorino	166,35
GD-10	Estripulia	164,62
GD-04	Track & Field	164,00
GD-48	Caravela	157,25
OM-31/32/33	Hugo Boss	152,50
GD-09	Via Veneto	151,41
BG-54/55/56	Cacau Show	140,95
GD-14/15	Diesel	140,00

LUC	Loja	ABL (m ²)
BG-24/24A	Kimmissó	134,33
BG-11/12	M. Martan	134,32
GD-16/17	Ave Rara	134,00
GD-20/21	Planeta Imaginário	134,00
GD-18/19	Souq	132,54
OM-19/20	Casa Almeida	132,51
OM-10	Richards	129,51
GD-23/24	Pb Kids	127,18
BG-42/43	Mc Donald'S	125,31
OM-14/15	Osklen	121,74
BG-33/34	Lm Studio	116,82
BG-38	Dona Conceição	110,44
OM-12/13	Reserva	110,40
BG-03/04	Vivo	108,66
OM-11	Beleza Na Web	108,32
OM-85/86	Aramis	107,31
BG-09/10	Claro	106,73
OM-82/83	H. Stern	106,65
OM-29	Eddie Fine Burger	106,31
OM-40/41	Arezzo	104,98
BG-61/62/63	Bel Cosméticos	104,97
OM-63/64	Vivara	104,00
OM-06/07	Lizie	99,41
BG-30/31/32	K9	97,33
OM-74/75	Brookfield Donna	94,31
GD-29/36	Mob	92,00
OM-02/03	Luxe	91,75
OM-66/67	Água De Coco	90,73
BG-44/44A/45	Tim	90,54
OM-49/50	Colcci	86,94
GD-03	Lofty Style	85,76
OM-30/A	Oficina Reserva	85,36
OM-76	Maria Filó	83,50
GD-32/33	Schutz	81,00
OM-69/70	Luiza Barcelos	80,55
OM-42/43	Lacoste	80,32
OM-16	Vix	79,57
OM-51/52/53	Forum	77,89
GD-27	Kipling	76,00
OM-57/57A	Columbia	74,76
GD-44/45	Monte Carlo	72,64
BG-46/47	Roscoe	69,35
BG-48/49	Vivara Life	68,84
OM-39	Klus	68,50
OM-38	O Boticário	66,53
OM-18	Paola Da Vinci	66,27

LUC	Loja	ABL (m ²)
OM-17	Jef	66,27
BG-28/29	Bagaggio	65,01
GD-37/38	Óticas Carol	62,00
BG-67/68	Spiga	61,90
GD-31	Army Br	61,60
OM-73	Brooksfield Jr.	61,13
OM-61/62A	Dengo	59,56
OM-77	Intimissimi	59,11
OM-72	Manoel Bernardes	58,25
BG-52/53	Optical Express	57,55
OM-23	Usaflex	56,90
GD-43	Swarovski	56,52
OM-28	Bacio Di Latte	55,60
BG-05	Decolar	55,50
BG-08	Havaianas	54,86
OM-87	L'Occitane En Provence	52,69
BG-07	Rivers	52,65
BG-06	Cute Case Store	51,50
OM-81	The North Face	51,27
OM-80	Cia Marítima	51,27
OM-79	Pandora	51,27
OM-36	Samsonite	51,25
OM-35	Calzedonia	51,25
OM-09	Democrata	51,14
OM-04	Luz Da Lua	51,12
OM-08	Granado Farmácias	51,07
BG-41	Assacabresa	50,87
BG-41/A	KFC	50,87
OM-01	Dudalina	50,43
OM-34	Lindt	48,98
GD-12	Lupo	48,84
OM-84	Victor Hugo	47,81
BG-44/B	Samsung	47,80
BG-39	Empório Vila Árabe	47,76
OM-88	Galeria Tricot	47,73
OM-45	Sunika	47,28
OM-71	Grand Cru	46,77
OM-58	Danki	46,10
OM-59	Adcos	46,10
OM-60	Grandvision By Fotótica	46,10
BG-75	Divino Fogão	45,86
BG-60	Centro Visão	45,27
OM-46	Ludique Et Badin	45,20
OM-47	Brasil Em Gotas	45,10
OM-48	Hope	45,10
GD-28	Wamp	44,30

LUC	Loja	ABL (m²)
OM-65	Sunglass Hut	42,83
OM-62	Body For Sure	42,42
BG-57	Vx Case	42,28
BG-35A/36	Uv.Line	41,20
GD-42	Les Nereides	41,00
GD-30	Kopenhagen	39,85
GD-39	Água Fresca	37,36
BG-50	Deco Skin	36,75
BG-64	Belvitur	36,52
OM-56	Anacapri	36,49
BG-65	Travelex	36,18
OM-78	Milon	35,54
S-06/07	Gobox	35,52
OM-55	Valisére	35,21
GD-23A	Mr. Cheney	35,12
OM-54	Live!	35,02
GD-35	Shorts & Co	35,00
BG-78	Pequim 2000	34,54
GD-34	Puket	34,00
BG-51	Arranjos Express	33,90
BG-58	Picchioni Câmbio	33,67
BG-59	Cvc	33,67
BG-71	Spoletto	33,41
BG-66	Encontro	33,37
OM-24/A	Sergio'S	32,51
BG-76	Montana Grill	32,27
OM-29/A	Ah! Bon	31,96
BG-70	Panelinhas Do Brasil	31,90
OM-37	Caleidoscópico	31,65
GD-40	Espaço Laser	31,00
S-01/02	Lotérica	30,64
GD-02	Mi Garba!	30,48
BG-77	Cacio & Pepe	30,30
S-03/04	Lettera	30,06
BG-69	Pizza Pazza	30,00
BG-73	Boali	29,37
BG-74	Pizzaria Sion	29,37
BG-72	Mania De Grelhados	29,37
GD-46	Isla	27,00
GD-41	Festivité	26,48
BG-35	Milky Moo	26,26
OM-24	Fom	22,22
BG-37	Lúmini	20,84
S-08	Foto Já	18,36
S-05	Magic Cap	17,63
OM-27	L'Occitane Au Brésil	17,43

LUC	Loja	ABL (m ²)
OM-26	Mc Donald's	14,88
Loja Vaga		220,40
Expansão - Piso L4		4.994,07
RS-01	Dolce&Gabbana	376,85
RS-36/37	Su	376,84
RS-02	Giorgio Armani	311,49
RS-35	Zucco Cucina	307,93
RS-09	Nati Vozza	275,08
RS-19/20/21A	Alo Yoga	234,06
RS-15A	Chart	207,21
RS-23/24	Carolina Herrera	204,82
RS-38	Lagar Tragaluz	193,70
RS-13/14	Cris Barros	191,40
RS-12	Agilitá	152,41
RS-10/11	Pat Bo	147,40
RS-17/18	Iorane	125,50
RS-21/22	Tory Burch	112,12
RS-15	One Up	96,89
RS-27/28	Chanel F&B	77,14
RS-25/26	Tânia Bulhões Perfumes	74,19
RS-31	Anselmi	68,53
RS-33	Fillity	66,49
RS-30	Plural	60,00
RS-32	Paula Torres	48,76
RS-29	Occhialeria	33,32
RS-34	Claudia Arbex	32,98
Loja Vaga - Expansão		1.218,96
		24.048,68

Para efeito de análise consideramos as operações de quiosques na linha Mall e Merchandising, que não somam na ABL.

Classificação	ABL (m ²)	Nº de Lojas
Âncora	4.578,16	3
Mega Loja	671,15	1
Satélite	17.360,01	160
Loja Vaga	1.439,36	8
Expansão	3.775,11	23
Total	24.048,68	195

8.2. ALUGUEL MÍNIMO E PERCENTUAL / COMPLEMENTAR

Para projeção de nossos fluxos de caixa analisamos âncoras e megalojas de maneira isolada, enquanto agrupamos as lojas satélite conforme seu segmento de atuação. Consideramos os aluguéis mínimos e complementares conforme rent-roll e histórico de faturamento. Para as novas lojas da expansão, foram considerados valores de contrato e, para contratos percentuais, consideramos o histórico de faturamento de lojas semelhantes, com um deságio por ser um piso novo.

Atividade	ABL (m ²)	Aluguel Mínimo (R\$/m ²)	Aluguel Complementar (R\$/m ²)	AMM + Complementar (R\$/m ²)	Aluguéis por ano
Cinemark	2.169,92	0,0	37,7	37,7	12
Empório Verdemar	1.225,44	209,6	0,0	209,6	13
Renner	1.182,80	242,9	0,0	242,9	13
Fast Shop	671,15	142,3	0,0	142,3	12
Vestuário	5.461,39	376,7	9,7	386,4	13
Alimentação	3.135,75	224,7	19,5	244,2	13
Artigos Do Lar	1.146,38	148,5	25,9	174,4	12,5
Artigos Diversos	968,76	304,7	0,0	304,7	12,5
Jóias, Relógios e Bijuterias	629,74	565,3	0,0	565,3	13
Perfumaria E Cosmético	430,54	366,0	36,1	402,1	13
Conveniência e Serviços	996,87	446,7	0,0	446,7	12,5
Telefonia E Acessórios	305,93	681,6	0,0	681,6	12,5
Ótica	210,92	712,5	0,0	712,5	13
Lazer	298,62	0,0	0,0	0,0	12
Expansão - Piso L4	4.994,07	227,3	-	227,27	12
Loja Vaga (sem expansão)	220,40	342,1	12,0	354,09	12,87
ABL Total	24.048,68				

8.3. CESSÃO DE DIREITO DE USO (CDU) E TAXA DE TRANSFERÊNCIA

As receitas de Cessão de Direito de Uso (CDU) e Taxa de Transferência foram agrupadas na linha de receitas de comercialização e foram estimadas em R\$300,00 por m² absorvido, conforme dados históricos do empreendimento.

8.4. MALL E MERCHANDISING

As receitas provenientes dos painéis, totens de propaganda/publicidade e quiosques foram estimadas em 6,50% da receita de locação, conforme dados históricos do empreendimento.

8.5. MULTAS CONTRATUAIS / RECUPERAÇÕES

As receitas decorrentes de multas contratuais e recuperações foram consideradas 0,30% das receitas de aluguéis de lojas, conforme histórico do empreendimento.

8.6. CRESCIMENTOS PREVISTOS

Para projetar os crescimentos reais de valores de aluguel, consideramos a valorização esperada para novos contratos decorrentes do turnover esperado, novas absorções e de revisionais de aluguel conforme valor de mercado. Para a expansão, projetamos os crescimentos considerando o tempo de maturação do novo piso.

Aluguel Mínimo	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Cinemark										
Empório Verdemar										
Renner										
Fast Shop										
Vestuário		10%	5%							
Alimentação	10%	10%	10%	5%						
Artigos Do Lar		10%	10%							
Artigos Diversos										
Jóias, Relógios e Bijuterias	10%	10%	5%							
Perfumaria E Cosmético										
Conveniência e Serviços										
Telefonia E Acessórios										
Ótica										
Lazer										
Expansão - Piso L4		30%	15%	15%						
Loja Vaga (sem expansão)										

Aluguel Complementar	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Cinemark	5%									
Empório Verdemar										
Renner										
Fast Shop										
Vestuário										
Alimentação										
Artigos Do Lar										
Artigos Diversos										
Jóias, Relógios e Bijuterias										
Perfumaria E Cosmético										
Conveniência e Serviços										
Telefonia E Acessórios										
Ótica										
Lazer										
Expansão - Piso L4										
Loja Vaga (sem expansão)										

8.7. RECEITA DE ESTACIONAMENTO LÍQUIDA

Item	Premissa	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Estacionamento	% Receitas de Aluguéis	12%	12%	11%	11%	11%	11%	11%	11%	11%	11%

8.8. VACÂNCIA

A vacância no empreendimento é projetada conforme tabela a seguir.

		VACÂNCIA									
Item	Atual	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
ABL Vaga Expansão	4.994	1.117	760	389	229	229	229	229	229	229	229
Vacância Expansão	100%	24,4%	16,6%	8,5%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
ABL Vaga Satélite	220,40	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
Vacância Satélite	1,60%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
ABL Vaga Total	5.214	1.255	898	527	367	367	367	367	367	367	367
Vacância Total	21,68%	5,2%	3,7%	2,2%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%

Para a expansão, consideramos a absorção real no 1º ano de fluxo, conforme contratos enviados.

8.9. INADIMPLÊNCIA

A inadimplência no empreendimento é projetada sobre a receita bruta, conforme tabela a seguir.

Item	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Inadimplência	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%

8.10. DESPESAS GERAIS

Despesa	Premissa	Adotado
Taxa de Administração	% Sobre a Receita Bruta	6,60%
Encargos Lojas Vagas	Fixo sobre ABL Vaga	200,00
Comercial	R\$/m ² absorvido	750,00
Administrativas e Outros	% Sobre a Receita Bruta	1,00%
Comissões	% Sobre a Receita Bruta	2,25%

8.11. TURNOVER

Projetamos o turnover fixo de 3,00% da ABL de satélites do shopping (sem a expansão), conforme tabela abaixo.

Item	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Turnover (m ²)	414,16	414,16	414,16	414,16	414,16	414,16	414,16	414,16	414,16	414,16

8.12. INVESTIMENTOS / FRA

Consideramos em nossas análises um FRA (Fator de Reposição de Ativos) de 3,0% ao ano. Em termos gerais, a aplicação do fundo para reposição de ativos, implica teoricamente, em garantir uma operação constante do empreendimento sem que este tenha perda de prestígio / atualização, ou seja, um custo teórico da permanência de atualidade do empreendimento face à conjuntura futura.

8.13. ARRENDAMENTO

O imóvel está arrendado para o consórcio MTS/IBR até 06 de novembro de 2030, por um valor correspondente a:

1. O Maior entre:
 - Aluguel Mínimo: R\$ 115.203,52 (valor de 20 de janeiro 2020 – correspondente à parcela de 49,9% pertencente ao Clube Atlético Mineiro. Ajustado para 24,95%, o valor correspondente é de R\$ 57.601,76);
 - Aluguel Percentual: 15% dos aluguéis de lojas “stands” ou áreas do centro de compras;
2. 10% da receita bruta decorrente da exploração do Shopping a título de “cessão de direitos de uso”;
3. 15% dos aluguéis recebidos em decorrência da sublocação do estacionamento.

8.14. CÁLCULO DO VALOR DO IMÓVEL

Em shopping centers maturados e consolidados são normais que suas avaliações se deem por 3 formas de cálculo: Fluxo de Caixa da Projeção das Receitas, Despesas e Investimento, Fluxo de Caixa da Projeção da Receita Líquida Distribuída, Base “Yield”. Para o caso em questão, aplicamos o 1º. Método – Projeção das Receitas, Despesas e Investimentos futuros.

Nossas análises consideraram períodos de 10 anos, com o cálculo da perpetuidade no final do 10º ano. Não consideramos índices inflacionários e, portanto, todas nossas análises podem ser consideradas em “Reais da Base”.

8.15. FLUXO DE CAIXA DA PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E INVESTIMENTOS – OPERAÇÃO SHOPPING DIAMONDMALL

Após todas nossas análises e considerações de premissas, calculamos o Valor Presente Líquido (VPL) com base nas taxas de desconto entre 6,50% e 9,50% ao ano, consideramos para o valor do empreendimento taxa de desconto de **8,00%**. A perpetuidade foi calculada a uma taxa de capitalização de **7,75%** no 10º ano.

Taxa de Desconto	Total (R\$ x 1.000)	VPL p/m² ABL
6,50%	1.316.302	54.735
7,00%	1.268.943	52.766
7,50%	1.223.742	50.886
8,00%	R\$ 1.180.588,56	49.092
8,50%	1.139.376	47.378
9,00%	1.100.006	45.741
9,50%	1.062.383	44.176

De acordo com os cenários e as planilhas apresentadas nos Apêndices, concluímos que o valor do Shopping é de R\$ 1.180.588.564,78.

Em números redondos é de:

VALOR VENDA TOTAL	100%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 1.180.590.000	Um Bilhão, Cento E Oitenta Milhões, Quinhentos E Noventa Mil Reais
--------------------------	------	--------------------------	--------------------------	---

8.16. FLUXO DE CAIXA DA PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E INVESTIMENTOS – PARTICIPAÇÃO FII PEDRA NEGRA (24,95%)

Para elaborar o fluxo de caixa da participação do FII Pedra Negra, consideramos a parcela de participação de 24,95% no valor de arrendamento pago pelo consórcio MTS/IBR até 06 de novembro de 2030 e, após o término do contrato, 24,95% da operação integral do empreendimento.

Calculamos o Valor Presente Líquido (VPL) com base nas taxas de desconto entre 6,50% e 9,50% ao ano, consideramos para o valor do empreendimento taxa de desconto de **8,00%**. A perpetuidade foi calculada a uma taxa de capitalização de **7,75%** no 10º ano.

Taxa de Desconto	Total (R\$ x 1.000)	VPL	p/m² ABL
6,50%	253.337		42.222
7,00%	242.753		40.458
7,50%	232.677		38.779
8,00%	R\$ 223.082,52		37.180
8,50%	213.943		35.656
9,00%	205.236		34.205
9,50%	196.938		32.822

De acordo com os cenários e as planilhas apresentadas nos Anexos, concluímos que o valor do Shopping é de R\$ 223.082.518,10.

Em números redondos é de:

PARTICIPAÇÃO FII PEDRA NEGRA	24,95%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 223.083.000	Duzentos E Vinte E Três Milhões, Oitenta E Três Mil Reais
-------------------------------------	--------	--------------------------	------------------------	--

9. CONCLUSÃO DA AVALIAÇÃO

De acordo com nossas análises e premissas aqui apresentadas, concluímos os seguintes valores do imóvel em referência:

VALOR VENDA TOTAL	100%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 1.180.590.000	Um Bilhão, Cento E Oitenta Milhões, Quinhentos E Noventa Mil Reais
PARTICIPAÇÃO FII PEDRA NEGRA	24,95%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 223.083.000	Duzentos E Vinte E Três Milhões, Oitenta E Três Mil Reais

Binswanger Brazil
CREA: 494866

Isabela Dora Costa Monastersky - MRICS
Diretora de Consultoria e Avaliações
CREA: 506.007.193-1



APÊNDICE A – AVALIAÇÃO – SHOPPING CENTER

ANÁLISE DA QUALIDADE ECONÔMICA

A Análise da Qualidade Econômica baseou-se na intenção de verificar a qualidade econômica do empreendimento imobiliário, considerando o histórico de desempenho face as atuais circunstâncias da economia local.

FLUXO DE CAIXA DESCONTADO

O resultado de todas as nossas análises se deu através do fluxo de caixa a seguir.

Operação Shopping DiamondMall (100%)

Taxa de Desconto	Total (R\$ x 1.000)	VPL	p/m ² ABL
6,50%	1.316.302		54.735
7,00%	1.268.943		52.766
7,50%	1.223.742		50.886
8,00%	R\$ 1.180.588,56		49.092
8,50%	1.139.376		47.378
9,00%	1.100.006		45.741
9,50%	1.062.383		44.176

Participação FII Pedra Negra (24,95%)

Taxa de Desconto	Total (R\$ x 1.000)	VPL	p/m ² ABL
6,50%	253.337		42.222
7,00%	242.753		40.458
7,50%	232.677		38.779
8,00%	R\$ 223.082,52		37.180
8,50%	213.943		35.656
9,00%	205.236		34.205
9,50%	196.938		32.822

Shopping DiamondMall - Fluxo de caixa em milhares de reais

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Com o ano se encerrando em:	out-25	out-26	out-27	out-28	out-29	out-30	out-31	out-32	out-33	out-34
Receita Operacional Bruta	98.241	108.881	116.044	120.932	120.884	120.884	120.884	120.884	120.884	120.884
Receita Total Aluguel	82.016	90.859	97.716	101.894	101.894	101.894	101.894	101.894	101.894	101.894
Aluguel Mínimo	79.060	87.904	94.761	98.938	98.938	98.938	98.938	98.938	98.938	98.938
Aluguel Complementar	2.956	2.956	2.956	2.956	2.956	2.956	2.956	2.956	2.956	2.956
Mall & Merchandising	5.331	5.906	6.352	6.623	6.623	6.623	6.623	6.623	6.623	6.623
CDU - Cessão de Direito de Uso	166	231	235	172	124	124	124	124	124	124
Multas Contratuais	246	273	293	306	306	306	306	306	306	306
Receita De Estacionamento Líquida	10.482	11.612	11.447	11.937	11.937	11.937	11.937	11.937	11.937	11.937
Despesas Totais	-30.107	-31.777	-32.493	-33.278	-33.267	-33.267	-17.876	-15.187	-15.187	-15.187
Taxa de Administração	-6.484	-7.186	-7.659	-7.981	-7.978	-7.978	-7.978	-7.978	-7.978	-7.978
Arrendamento	-14.691	-16.280	-17.351	-18.085	-18.080	-18.080	-2.690	-	-	-
Encargos Lojas Vagas	-3.013	-2.155	-1.265	-881	-881	-881	-881	-881	-881	-881
Comissões	-2.210	-2.450	-2.611	-2.721	-2.720	-2.720	-2.720	-2.720	-2.720	-2.720
Comercial	-1.252	-984	-706	-586	-586	-586	-586	-586	-586	-586
Administrativas e Outros	-982	-1.089	-1.160	-1.209	-1.209	-1.209	-1.209	-1.209	-1.209	-1.209
Inadimplência Irrecuperável	-1.474	-1.633	-1.741	-1.814	-1.813	-1.813	-1.813	-1.813	-1.813	-1.813
Resultado Operacional Líquido	68.134	77.104	83.551	87.654	87.616	87.616	103.007	105.697	105.697	105.697
Investimentos Totais	-2.947	-3.266	-3.481	-3.628	-3.627	-3.627	-3.627	-3.627	-3.627	-3.627
Reposição do Ativo	-2.947	-3.266	-3.481	-3.628	-3.627	-3.627	-3.627	-3.627	-3.627	-3.627
Receita Operacional Líquida	65.187	73.838	80.070	84.026	83.990	83.990	99.381	102.070	102.070	102.070
Resultado Líquido	65.187	73.838	80.070	84.026	83.990	83.990	99.381	102.070	102.070	102.070
Perpetuidade										1.317.034
Fluxo De Caixa	65.187	73.838	80.070	84.026	83.990	83.990	99.381	102.070	102.070	1.419.105

Taxa de Desconto	8,00%
Capitalização	7,75%
Valor Total	R\$ 1.180.590

Participação FII Pedra Negra (24,95%)

Arrendamento – 24,95%	3.665	4.062	4.329	4.512	4.511	4.511	671	-	-	-
Participação – 24,95%										354.067
Fluxo De Caixa	3.665	4.062	4.329	4.512	4.511	4.511	22.349	25.467	25.467	354.067

Taxa de Desconto	8,00%
Valor Total	R\$ 223.083

Especificação da Avaliação

De acordo com as Normas Brasileiras NBR-14653-1, NBR 14653-2 e NBR 14653-4 - Avaliação de Bens da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT - o presente trabalho avaliatório apresentou Grau de Fundamentação conforme descrito a seguir:

ABNT NBR 14653 -4 (Empreendimentos)							
GRAU DE FUNDAMENTAÇÃO - Fluxo de Caixa Descontado (FCD)							
Tabela 4 - Identificação de valor e indicadores de viabilidade							
Item	Atividade	Para identificação de valor					
		Grau III		Grau II		Grau I	
1	Análise operacional do empreendimento	Ampla, com os elementos operacionais devidamente explicitados	3	✓	Simplificada, com base nos indicadores operacionais	Sintética, com a apresentação dos indicadores básicos operacionais	
2	Análise das séries históricas do empreendimento	Com base em análise do processo estocástico para as variáveis-chave, em um período mínimo de 36 meses			Com base em análise determinística para um prazo mínimo de 24 meses	2	
				✓		Com base em análise quantitativa para um prazo mínimo de 12 meses	
3	Análise setorial e diagnóstico de mercado	De estrutura, conjuntura, tendências e conduta			Da conjuntura	Sintética da conjuntura	1
				✓			1
4	Taxas de desconto	Fundamentada			Justificada	Arbitrada	1
				✓			1
5	Escolha do Modelo	Probabilístico			Determinístico associado aos cenários	Determinístico	1
				✓			1
6	Estrutura básica do fluxo de caixa	Completa	3	✓	Simplificada	Rendas Líquidas	
7	Cenários fundamentados	Mínimo de 5			Mínimo de 3	Mínimo de 1	1
				✓			1
8	Análise de sensibilidade	Simulações com apresentação do comportamento gráfico			Simulação com identificação de elasticidade por variável	Simulação única com variação em torno de 10%	1
				✓			1
9	Análise de risco	Risco fundamentado			Risco justificado	Risco arbitrado	1
				✓			1
						Pontuação	14
						GRAU DE FUNDAMENTAÇÃO (Para identificação de valor):	Grau I

ANEXO A – DOCUMENTAÇÃO DO IMÓVEL

Em razão do tamanho dos arquivos, deixamos de incluir os anexos neste laudo. Os documentos utilizados nesta avaliação encontram-se em nossa base de dados para o caso de necessidade de consulta.