

Laudo de Avaliação

Shopping DiamondMall

**Avenida Olegário Maciel, 1600 – Santo Agostinho
Belo Horizonte / MG**

**FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO PEDRA NEGRA
RENTA IMOBILIÁRIA – RESPONSABILIDADE LIMITADA
(CNPJ/MF Nº 17.161.979/0001-82)
REPRESENTADO PELA BR CAPITAL**

Ref.: 25_58060_7

Novembro de 2025

**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, 1º de novembro de 2025

BR Capital

A/C

Alessandra Michetti

alessandra.michetti@brcapital.com.br

***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 seus valores de mercado para venda na data-base 1º de novembro de 2025.

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	4
1. INTRODUÇÃO.....	5
1.1. Objeto e Escopo da Avaliação	5
1.2. Considerações Iniciais	5
1.3. Condições Limitantes	5
1.4. Eventos Subsequentes	6
2. DOCUMENTAÇÃO	7
3. CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO	8
3.1. Localização	8
3.2. Entorno.....	9
4. CARACTERIZAÇÃO DO IMÓVEL.....	11
4.1. Quadro de Áreas	11
4.2. Descrição do Imóvel	17
4.3. Histórico de Propriedade	26
5. MERCADO IMOBILIÁRIO NA REGIÃO	27
5.1. Shoppings Centers.....	28
6. ANÁLISE DA OPERAÇÃO.....	39
6.1. Aluguel Mínimo	39
6.2. Aluguéis Percentuais / Complementares	42
6.3. Receita de Estacionamento.....	44
6.4. Vacância	45
6.5. Despesas.....	46
6.6. Resultado Líquido Operacional	47
6.7. Resultado Líquido.....	47
7. METODOLOGIA EMPREGADA	48
8. CÁLCULO DO VALOR DO IMÓVEL.....	49
8.1. Áreas Adotadas - ABL	49
8.2. Aluguel Mínimo e Percentual / Complementar	54
8.3. Crescimentos Previstos	55
8.4. Cessão de Direito de Uso (CDU) e Taxa de Transferência.....	56
8.5. Mall & Merchandising	56
8.6. Receita de Estacionamento Líquida	56
8.7. Vacância	56
8.8. Inadimplência Irrecuperável	56
8.9. Despesas Gerais	57
8.10. Investimentos / FRA	57
8.11. Turnover	57
8.12. CAPEX	57
8.13. Arrendamento	58
8.14. Cálculo do Valor do Imóvel	58
8.15. Fluxo de Caixa da Projeção das Receitas, Despesas e Investimentos –DiamondMall	59
8.16. Fluxo de Caixa da Projeção das Receitas, Despesas e Investimentos –FII Pedra Negra	60
9. CONCLUSÃO DA AVALIAÇÃO	61
APÊNDICE A – AVALIAÇÃO – SHOPPING CENTER	62
ANEXO – DOCUMENTAÇÃO DO IMÓVEL	65

SUMÁRIO

INTERESSADO	BR Capital	
PROPRIETÁRIO	24,95% FII Pedra Negra 75,05% Grupo Multiplan	
OCUPAÇÃO	Imóvel Ocupado	
OBJETIVO	Valor de Mercado de Venda	
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	74.614,23 m ²
	Área Bruta Locável	24.190,57 m ²
	Vagas Garagem	1.047
DATA VISTORIA	01/10/2025	DATA BASE 1º de novembro de 2025

O relatório baseou-se no demonstrativo de resultados até 31 de agosto de 2025.

CONCLUSÃO DE VALOR

VALOR VENDA TOTAL	100%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 1.170.650.000	Um Bilhão, Cento E Setenta Milhões, Seiscentos E Cinquenta Mil Reais
PARTICIPAÇÃO FII PEDRA NEGRA	24,95%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 226.832.000	Duzentos E Vinte E Seis Milhões, Oitocentos E Trinta E Dois 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 de novembro de 2025, visando a suportar decisões gerenciais.

1.2. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Visando a atender ao objetivo solicitado, realizamos vistoria interna 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 foi possível 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 os mesmos;
- ✓ 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.
- ✓ O valor de avaliação considera que não haverá alteração das condições econômicas e de mercado entre a data de execução e entrega do laudo e a data-base da avaliação, assim como a propriedade se manterá nas condições em que se encontra hoje.

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

- Arrendamento:
- Maior entre:
 - 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;
 - 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 15 de setembro de 2025

Resumo de Receitas e Despesas com data-base agosto/2025

Demonstrativo de Vacância data-base agosto/2025

Demonstrativo de Inadimplência data-base agosto/2025

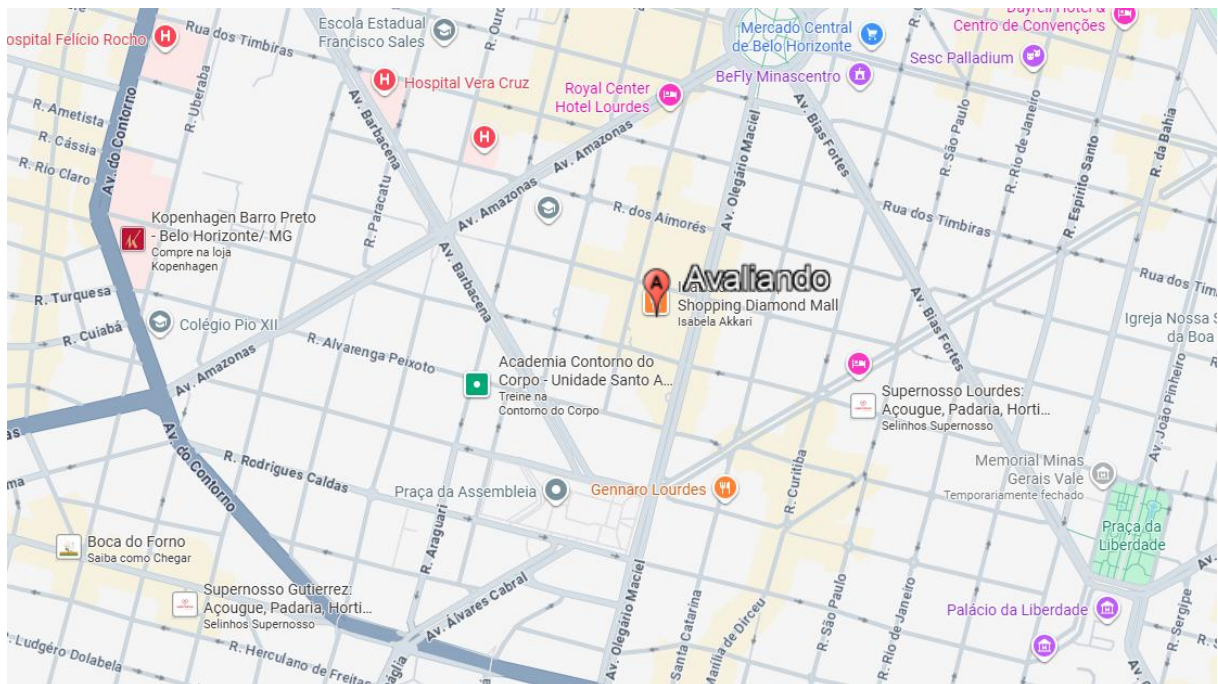
Resumo de Locações data-base agosto/2025

Demonstrativo de Investimentos data-base agosto/2025

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:

- ✓ 600 metros da Praça Carlos Chagas;
- ✓ 800 metros do Mercado Central de Belo Horizonte;
- ✓ 1,4 km da Praça da Liberdade;
- ✓ 1,6 km da Avenida do Contorno; e
- ✓ 2,2 km do Pátio Savassi.

3.2. ENTORNO

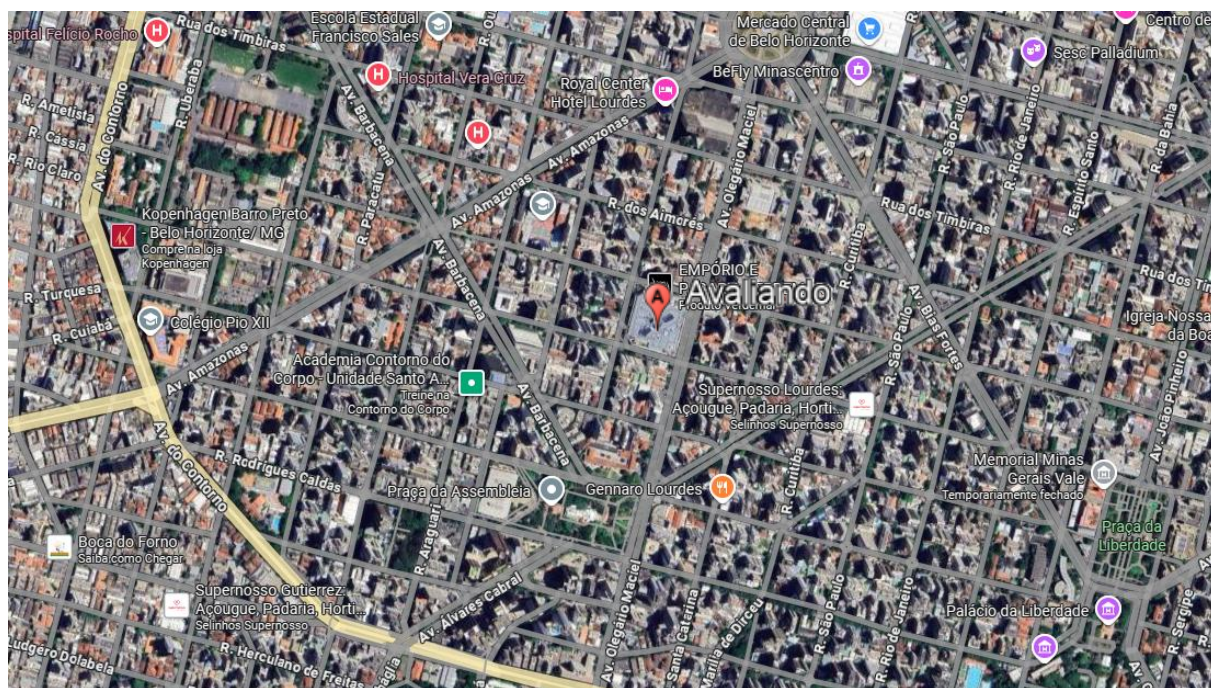


Imagem Satélite

3.2.1. Descrição da região, entorno e acessos

Uso Predominante Local:	Misto
Densidade de Ocupação:	Vertical - Alta
Padrão Econômico:	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:	Shopping Center
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



Avenida Olegário Maciel



Avenida 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 (m²)	Área Construída (m²)	Área Bruta Locável (m²)	Nº de Vagas
Planta	n/i	n/i	24.190,57	n/i
Rent Roll	n/i	n/i	24.190,57	n/i
ABRASCE	13.352,00	74.614,23	24.190,57	1.047
ADOTADA EM CÁLCULO	13.352,00	74.614,23	24.190,57	1.047

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 (m²)
Âncoras		4.717,72
OM-25/GD-25/GD-26	Cinemark	2.169,92
M-01/38	Empório Verdemar	1.365,00
GD-01A/GD-07	Renner	1.182,80
Mega Lojas		1.626,79
GD-22	Fast Shop	671,15
GD-47	Pobre Juan	494,41
BG-16 a 19A/21/22/23	Outback Steakhouse	461,23
Satélites		15.890,76
BG-13/14/15	Drogaria Araujo	444,66
RS-01	Dolce & Gabbana	376,85
RS-36/37	Su	376,84
GD-08	Camicado	348,62
RS-02	Empório Armani	311,49
RS-35	Zucco Cucina	307,93
GD-13	Leitura	281,10
GD-05/06	La Ville	280,63
RS-09	Nati Voza	275,08
BG-01/02	Iplace	271,92
BG-25/26/27	Cabanã Porteña	244,87
RS-19/20/21A	Alo Yoga	234,06
OM-21A/22/22B	Adidas	221,52
RS-15A	Charth	207,21
OM-21	Brooksfield	205,60
RS-23/24	Ch Carolina Herrera	204,82
RS-38	Lagar Tragaluz	193,70

LUC	Loja	ABL (m²)
RS-13/14	Cris Barros	191,40
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
RS-12	Agilitá	152,41
GD-09	Via Veneto	151,41
RS-10/11	Pat Bo	147,40
BG-54/55/56	Cacau Show	140,95
GD-14/15	Diesel	140,00
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
OM-19/20	Casa Almeida	132,51
OM-10	Richards	129,51
GD-23/24	Pb Kids	127,18
RS-17/18	Iorane	125,50
BG-42/43	Mc Donald'S	125,31
OM-14/15	Osklen	121,74
BG-33/34	Lm Studio	116,82
RS-21/22	Tory Burch	112,12
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	104,94
OM-63/64	Vivara	104,00
OM-06/07	Lizie	102,24
BG-30/31/32	K9	97,33
RS-15	One Up	96,89
OM-74/75	Brooksfield Donna	94,31
GD-29/36	Mob	92,00
OM-02/03	Luxe	91,75

LUC	Loja	ABL (m²)
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
RS-27/28	Chanel F&B	77,14
GD-27	Kipling	76,00
OM-57/57A	Columbia	74,76
RS-25/26	Tânia Bulhões Perfumes	74,19
GD-44/45	Monte Carlo	72,64
OM-54/55	Live!	70,23
BG-46/47	Roscoe	69,35
BG-48/49	Vivara Life	68,84
RS-31	Anselmi	68,53
OM-39	Klus	68,50
OM-38	Kopenhagen	66,53
RS-33	Fillity	66,49
OM-18	Paola Da Vinci	66,27
OM-17	2Dnm	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
RS-30	Plural	60,00
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	O Boticário	52,65

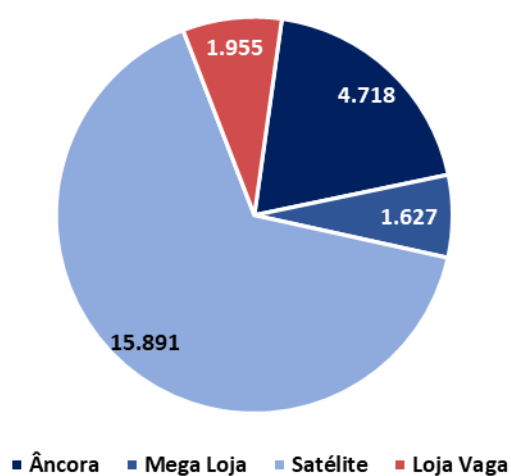
LUC	Loja	ABL (m²)
BG-06	Cute Case Store	51,50
OM-81	The North Face	51,27
OM-80	Cia Marítima	51,27
OM-79	Pandora	51,27
OM-36	Samsonite	51,25
OM-35	Calzedonia	51,25
OM-09	Democrata	51,14
OM-04	Luz Da Lua	51,12
OM-05	Porti	51,12
OM-08	Perfumaria Granado	51,07
BG-41A	Kfc	50,87
BG-41	Assacabresa	50,87
OM-01	Dudalina	50,43
OM-34	Lindt	48,98
GD-12	Lupo	48,84
RS-32	Paula Torres	48,76
OM-84	Victor Hugo	47,81
BG-44/B	Samsung	47,80
OM-88	Galeria Tricot	47,73
OM-45	Sunika	47,28
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
OM-65	Sunglass Hut	42,83
BG-57	Vx Case	42,17
BG-35A/36	Uv.Line	41,20
GD-42	Les Nereides	41,00
OM-44	Plié	40,57
GD-30	Kopenhagen	39,85
BG-50	Deco Skin	36,75
BG-64	Belvitur	36,52
OM-56	Anacapri	36,49
BG-65	Travalex	36,18
OM-78	Milon	35,54
S-06/07	Gobox	35,52
GD-23A	Mr. Cheney	35,12

LUC	Loja	ABL (m²)
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
RS-29	Occhialeria	33,32
OM-24/A	Sergio'S	32,51
OM-25/A	Paramour	32,51
BG-76	Montana Grill	32,27
OM-29/A	Ah! Bon	31,96
BG-70	Gelato Borelli	31,90
OM-37	Caleidoscópio	31,65
GD-40	Espaço Laser	31,00
S-01/02	Lotérica	30,64
GD-02	Mi Garba!	30,48
BG-77	Mr. Cacio	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	Biscoitê	26,48
BG-35	Milky Moo	26,26
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
OM-26	Mc Donald'S	14,88
Loja Vaga		1.955,30
		24.190,57

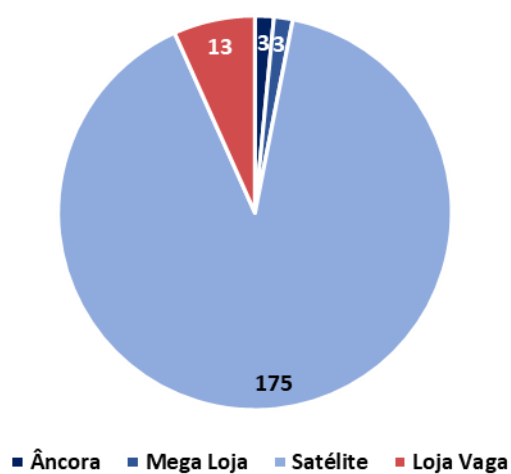
Distribuição das lojas por classificação:

Classificação	ABL (m²)	Nº de Lojas
Âncora	4.717,72	3
Mega Loja	1.626,79	3
Satélite	15.890,76	175
Loja Vaga	1.955,30	13
Total	24.190,57	194

ABL Total por Classificação



Quantidade de Lojas por Classificação



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 194 lojas, cinema, e praça de alimentação. Entre as principais lojas, destacam-se as âncoras Cinemark, Empório Verdemar e Renner, além de megalojas consolidadas, como Fast Shop, Pobre Juan e Outback Steakhouse.

4.2.1. Terreno



Delimitação do Terreno

CARACTERÍSTICAS DO TERRENO

Testada Principal	125,00 metros – Avenida Olegário Maciel (estimado via Google Earth)
Formato	Regular
Quantidade de Frentes	4
Superfície / Consistência	Seca
Topografia	Plana
Situação	No nível da rua
Delimitação / Fechamento	Divisas não delimitadas

4.2.2. Construção



Fachada do Imóvel

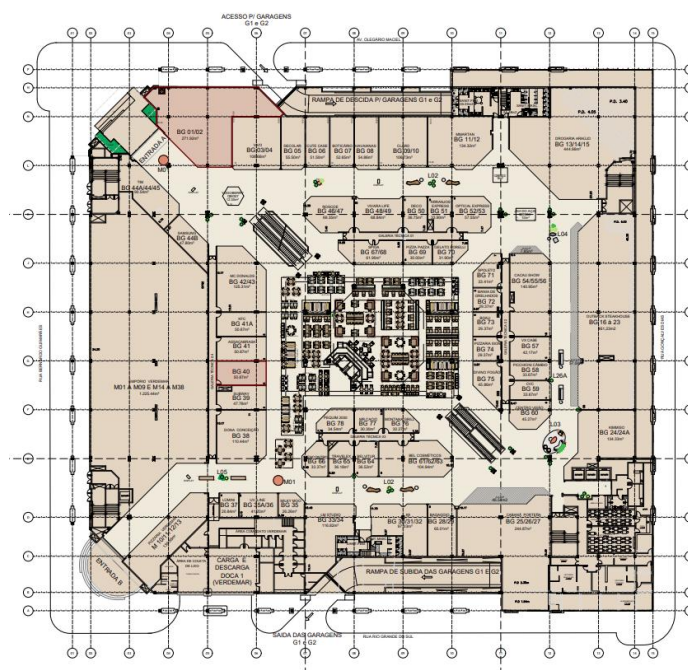
CARACTERÍSTICAS DA CONSTRUÇÃO

Posicionamento no Terreno	Divisas não delimitadas
Nº de Pavimentos	7 Pavimentos: 3 pavimentos de garagem + 4 pisos de Mall
Pé Direito	3,00 metros no Mall
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 e Vidros	Alumínio Vidro Transparente / Fumê
Vícios de Construção	Bom
Condição Geral das Instalações	Não detectados visualmente
Idade Estimada	29 anos
Vida Útil Remanescente	31 anos

Composição do Imóvel

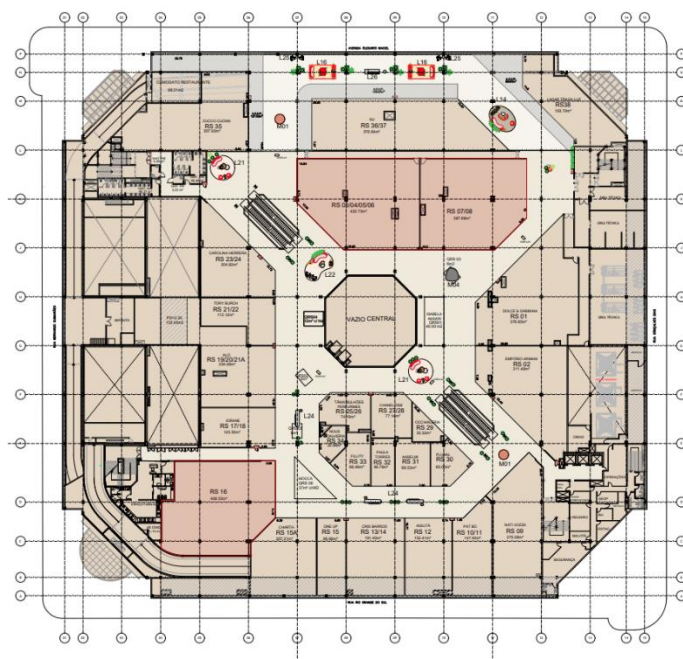
O imóvel é formado por uma edificação consolidada e subsolo com estacionamento. Sua composição interna é descrita a seguir:

Pavimento	Uso
L4 – Rio Grande do Sul	Lojas e Restaurantes
L3 – Gonçalves Dias	Cinema e Lojas
L2 – Olegário Maciel	Lojas, Acesso C e Espaço Gourmet
L1 – Bernardo Guimarães	Praça de Alimentação, Acessos e Lojas
G1	Garagem e Alameda de Serviços
G2	Garagem
G3	Garagem



Planta Comercial – Piso Bernardo Guimarães

20



Planta Comercial – Piso Rio Grande do Sul

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	- São 5 elevadores sendo 3 sociais panorâmicos e 2 de carga; 4 Lances de escada;
Sistema de Segurança e Controle de Acesso	- Circuito de TV e catracas de controle de acesso. - CFTV
Hidráulica	Bombas de água potável e de incêndio
Sistema de Prevenção de Incêndio	- Hidrantes e extintores; - Sprinklers. - Alarme de incêndio e detectores de fumaça. - Luzes de emergência
Elétrica	Entrada de energia em alta tensão, com transformadores e quadros de energia individuais.
Ar-Condicionado	Central de água gelada
Outros	- Central de gás; - Claraboias.

4.2.3. Reportagem Fotográfica



Empório Verdemar



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Fast Shop



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Mall



Praça de alimentação



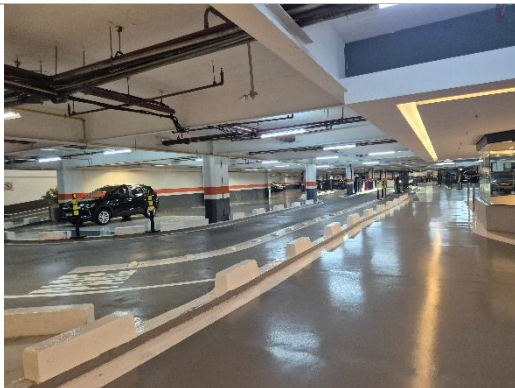
Praça de alimentação



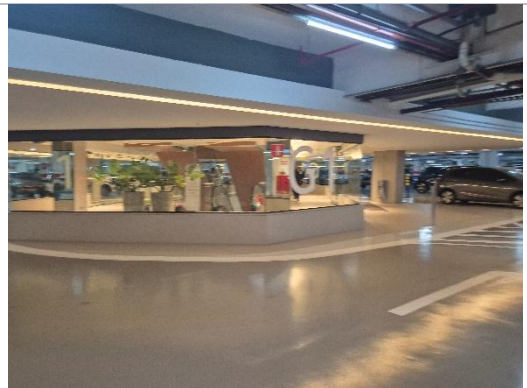
Vagas de garagem descobertas



Vagas de garagem descobertas



Vagas de garagem cobertas



Vagas de garagem cobertas



Área técnica



Área técnica



Área técnica



Área técnica

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 então, passou a pertencer 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.multiplan.com.br/pt-br/a-empresa/noticias/multiplan-anuncia-conclusao-de-aquisicao-de-participacao-no-diamondmall>

³ <https://www.multiplan.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	330,95 km ²	330,95 km ²	1.537,86 km ²
População	2.375.444 hab.	2.375.444 hab.	34.272 hab.
PIB (R\$ mil)	R\$ 51.661.760,19	R\$ 51.661.760,19	R\$ 693.716,24
PIB per capita	R\$ 21.748,25	R\$ 21.748,25	R\$ 20.241,49
IDH	0,810	0,810	0,659

(Fonte: IBGE)

Características Gerais do Mercado		Liquidez do Imóvel	
Oferta	Média	Para Locação	n/a
Demanda	Média	Para Venda	Média
Risco de Invasão	Baixa	Vocação	Shopping Center

Análise de SWOT

Pontos Fortes:

- ✓ Ótimo padrão construtivo;
- ✓ Ótimo mix de lojas.

Pontos Fracos:

- ✓ Não identificadas.

Oportunidades:

- ✓ Não identificadas.

Ameaças:

- ✓ Não identificadas.

5.1. SHOPPINGS CENTERS

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

Os *shopping centers* são classificados em Tradicionais e 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* a céu aberto, como comércio de rua, com calçadas, praças e ventilação natural.

Dentro dessas tipologias, são classificados 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

5.1.1. 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 e 2024 foram anos de consolidação, com o faturamento total de vendas no país no último ano atingindo 198,4 bilhões de reais, recorde da série histórica.

Apesar da alta no faturamento e no consumo das famílias em 2024, o ano de 2025 será marcado pelas altas da Selic e da inflação, um cenário desafiador para manutenção dos bons números apresentados em 24. É um cenário, portanto, de cautela até que haja uma definição sobre as incertezas que pairam sobre o mercado, tanto em questões inflacionárias internas, quanto em decorrências das políticas tarifárias norte-americanas e conflitos na Europa e Oriente-médio.

5.1.2. números do setor

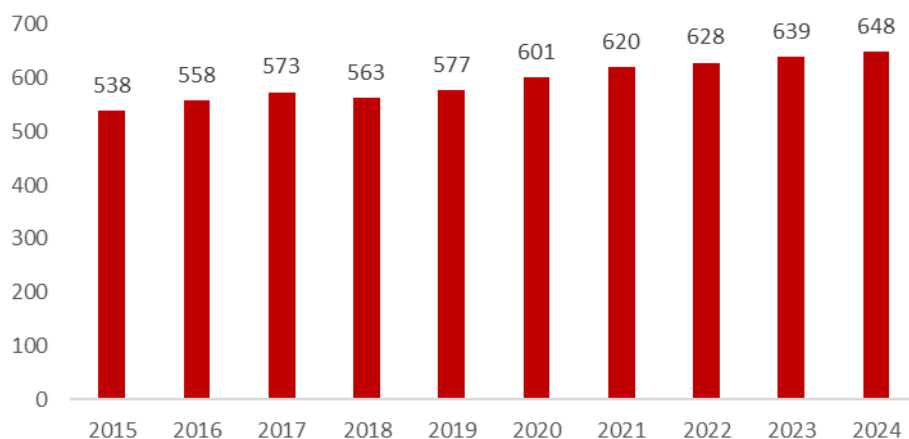
Atualmente, o país conta com aproximadamente 648 shopping centers em operação – 19,840 milhões de metros quadrados de área bruta locável.

Quadro Geral de Shoppings 2025	
Total de Shoppings:	648
A inaugurar em 2025:	17
Total de Shoppings no fim de 2025:	665
Faturamento (bilhões):	198,4
Visitantes/mês (milhões):	475,7
Empregos gerados:	1.073.234
ABL Total no Brasil (m²):	18.151.214
Total de Lojas:	123.266
Sendo,	
Âncoras:	4,5%
Semi-âncoras:	2,9%
Megalojas:	4,0%
Satélites:	56,7%
Conveniência/Serviços:	10,4%
Alimentação:	19,1%
Lazer	2,4%
Salas de Cinema:	3.102
Vagas para Carros:	1.065.138

Fonte: Censo da ABRASCE 2024/2025, editado por Binswanger Brazil.

Este número representa um aumento de aproximadamente 1,39% em relação a 2023, mantendo um crescimento constante desde 2019 de, em média, 2,31% ao ano.

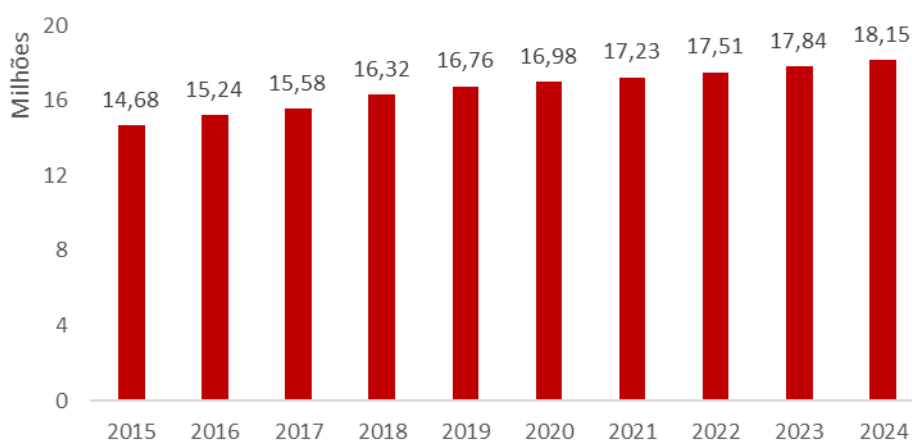
Número de Shoppings



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

Dos nove novos shoppings de 2024, cinco estão em cidades que não possuíam shopping centers anteriormente, o que segue a tendência de interiorização do setor, são eles: Brooklyn Alamedas, em Boituva – SP; Plaza Rio das Ostras, em Rio das Ostras – RJ; Shopping Pinheiros, em Araucária – PR; Lago Center, em Araguaína – TO; e Santa Maria Outlet, em Cravinhos – SP. Em média, esses empreendimentos têm 17.750 m² de ABL.

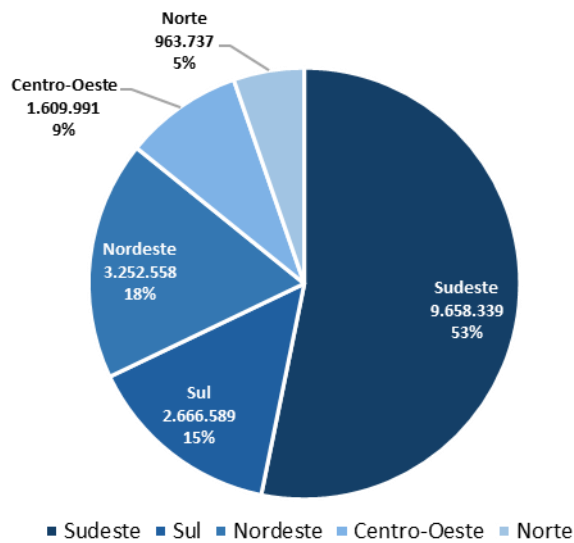
Área Bruta Locável (m²)



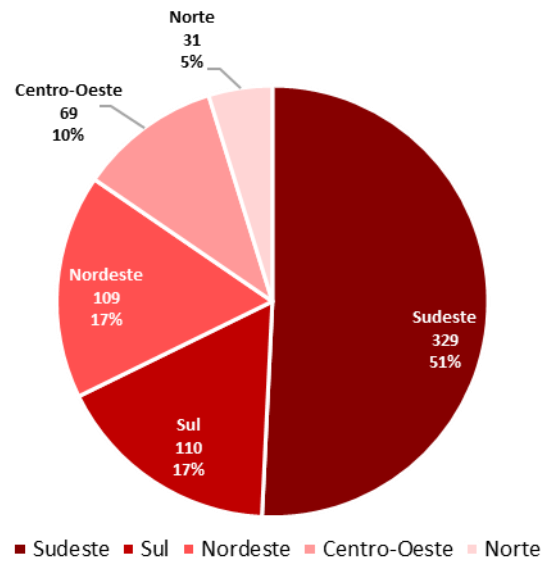
Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

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

ABL por Região (M²)



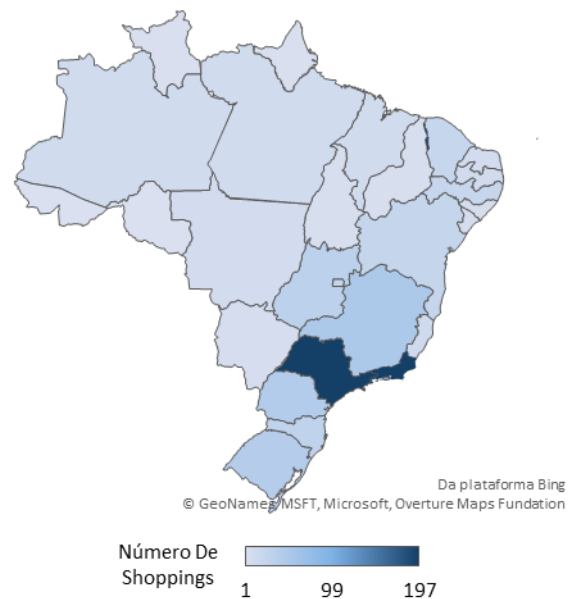
Número de Shoppings por Região



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

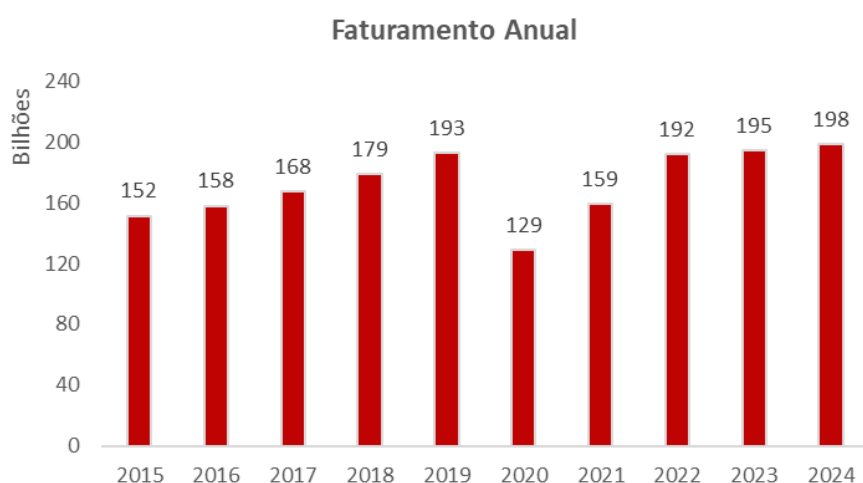
Nota-se que o Sudeste possui aproximadamente 53,21% da área bruta locável total do país, com o Nordeste logo em seguida com 17,92% da área bruta locável total. Porém, com relação à quantidade de empreendimentos em operação, o Sudeste mais uma vez ocupa a primeira colocação, com 329 shoppings ativos; mas a segunda posição é ocupada pela região Sul, com um total de 110 empreendimentos. O Nordeste, nesse aspecto, está em terceiro, com 107 ativos.

Empreendimentos por Estado



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

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. Desde então, o setor estabilizou, com crescimentos no faturamento de 1,49% e 1,86% em 2023 e 2024, respectivamente.



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

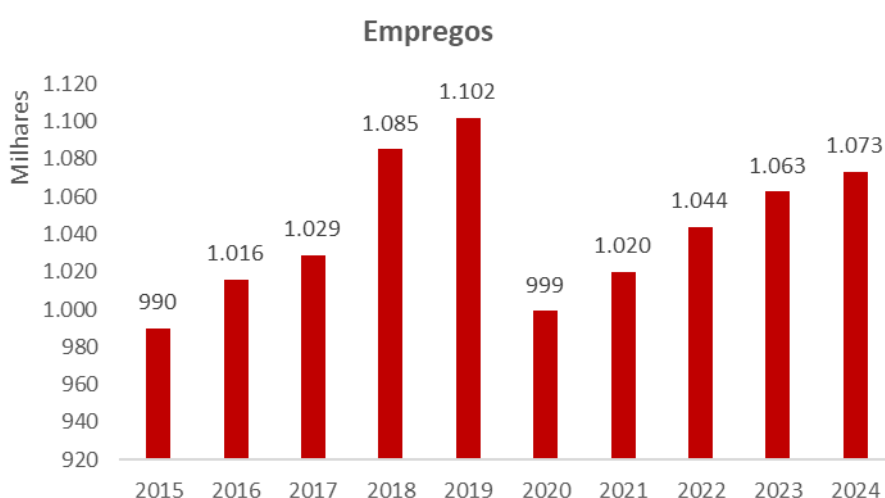
O fluxo de pessoas ainda não retornou ao patamar pré-pandemia, o que pode ser explicado pelo crescimento do mercado de compras on-line. O setor, para além do marketplace, representa também um programa de lazer da família brasileira e, portanto, apresenta resiliência frente às novas tendências de consumo, ainda assim, a praticidade e a crescente agilidade na entrega das compras pela internet oferecem cada vez mais concorrência para o setor.



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

Dessa maneira, muitos empreendimentos apostam cada vez mais em opções de gastronomia e lazer. De acordo com a ABRASCE, 31% dos shopping centers contam com boulevard gastronômico, e 82% com restaurantes fora da praça de alimentação; cinemas estão presentes em mais de 92% dos empreendimentos e, nesse último ano, foi registrado uma diversidade maior nas atrações disponíveis. O segmento 'diversões' está em mais de 81% dos shopping centers, e entre outras opções foram mapeados também operações de boliche, teatro, arena gamer, Kart e Casa de Shows.

Os empregos, seguindo a tendência do fluxo de pessoas, ainda estão abaixo dos números pré pandemia.



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

5.1.3. Novo estoque

Em 2024, 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:

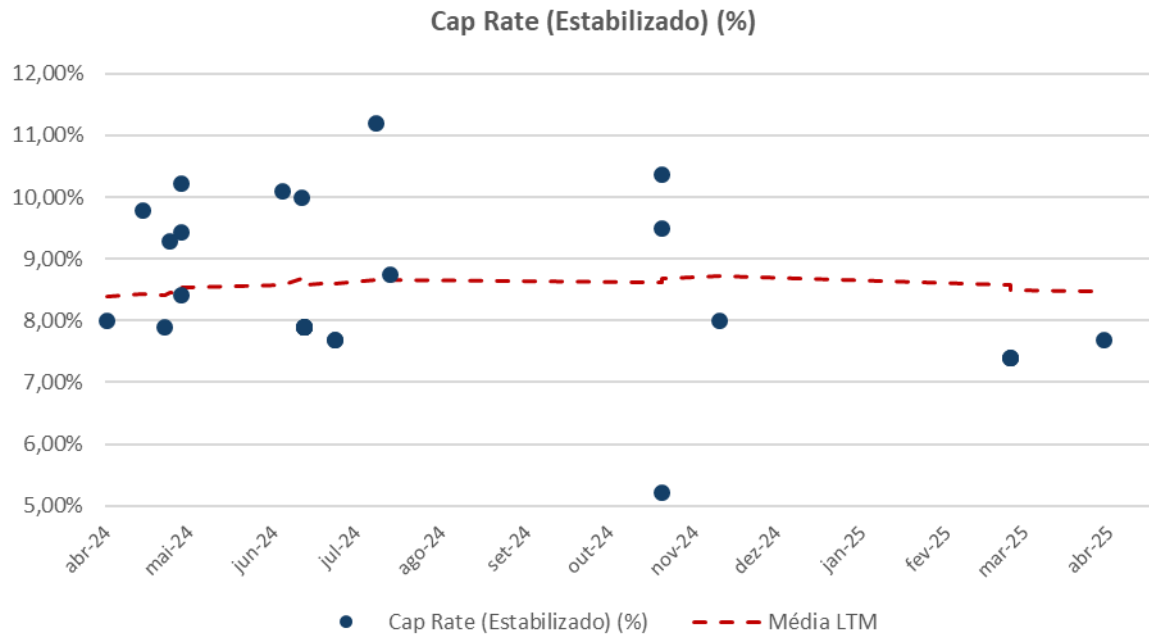
Inaugurados - 2025				
Shopping	Estado	Cidade	ABL (m ²)	Inauguração
Brooklyn Alamedas	São Paulo	Boituva	14.127	21/03/2024
Outlet Premium Imigrantes	São Paulo	São Bernardo do Campo	17.717	12/04/2024
Shopping Plaza Rio das Ostras	Rio de Janeiro	Rio das Ostras	17.607	16/04/2024
Shopping Central Park	São Paulo	Cotia	22.466	25/07/2024
Shopping Pinheiros	Paraná	Araucária	10.400	09/09/2024
Copa Open Mall	Paraná	Curitiba	11.000	30/09/2024
Lago Center Shopping	Tocantins	Araguaína	26.600	08/10/2024
Santa Maria Outlet	São Paulo	Cravinhos	20.000	20/11/2024

A Inaugurar - 2025				
Shopping	Estado	Cidade	ABL (m²)	Inauguração
Singapura Shopping	Caldas Novas	GO	7.500	Janeiro de 2025
Shopping Aldeia da Serra	Serra	ES	20.000	Março de 2025
Jardins de Vilhena Shopping	Vilhena	RO	20.500	Março de 2025
Flow Open Mall	Curitiba	PR	8.000	Maio de 2025
Espaço 356	Belo Horizonte	MG	14.000	Maio de 2025
Bourbon Shopping Carlos Gomes	Porto Alegre	RS	8.600	Primeiro Semestre de 2025
Americana Shopping	Americana	SP	28.000	Agosto de 2025
Partage Brasília	Brasília	DF	39.113	Outubro de 2025
Boulevard Marília Shopping	Marília	SP	7.238	Outubro de 2025
Centrosul Shopping	Lagarto	SE	20.380	Outubro de 2025
Shopping Praia Sul	Aracaju	SE	32.000	Outubro de 2025
Plaza Shopping Campos Gerais	Ponta Grossa	PR	27.000	Outubro de 2025
Olímpia Garden Outlet	Olímpia	SP	17.890	Novembro de 2025
Manhattan Shopping	Brasília	DF	8.000	Novembro de 2025
Shopping Cidade da Serra	Lavras	MG	17.500	Segundo Semestre de 2025
NV Boulevard	Uberlândia	MG	12.000	Segundo Semestre de 2025
Gran Piçarras Shopping	Balneário Piçarras	SC	18.500	Final de 2025

Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

5.1.4. 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 estabilizado⁴ médio para este tipo de empreendimento é 8,49%:



Fonte: Binswanger - Editado por Binswanger Brazil – mai/2025

⁴ Considera-se a receita de aluguel gerada em uma base estabilizada, dividida pelo preço de compra menos qualquer aluguel abaixo do mercado, ou qualquer preço de custo para estabilizar (melhorias do inquilino, carência, comissões de aluguel ou melhorias de capital).

Imóvel	Estado	Cidade	Data da Transação	Cap Rate (Estabilizado) (%)
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%
Carioca Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	04/11/2024	5,22%
Shopping Plaza Sul	São Paulo	São Paulo	04/11/2024	9,51%
Shopping Tijuca	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	04/11/2024	10,38%
Shopping Uberaba	Minas Gerais	Uberaba	25/11/2024	8,00%
Pátio Paulista	São Paulo	São Paulo	11/03/2025	7,40%*
Expansão Pátio Paulista	São Paulo	São Paulo	11/03/2025	7,40%*
Pátio Higienópolis	São Paulo	São Paulo	11/03/2025	7,40%*
Pátio Higienópolis	São Paulo	São Paulo	14/04/2025	7,70%*

***estimado, transação recente, cap rate ainda não divulgado**

Fonte: Binswanger - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

5.1.5. FIIs 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:

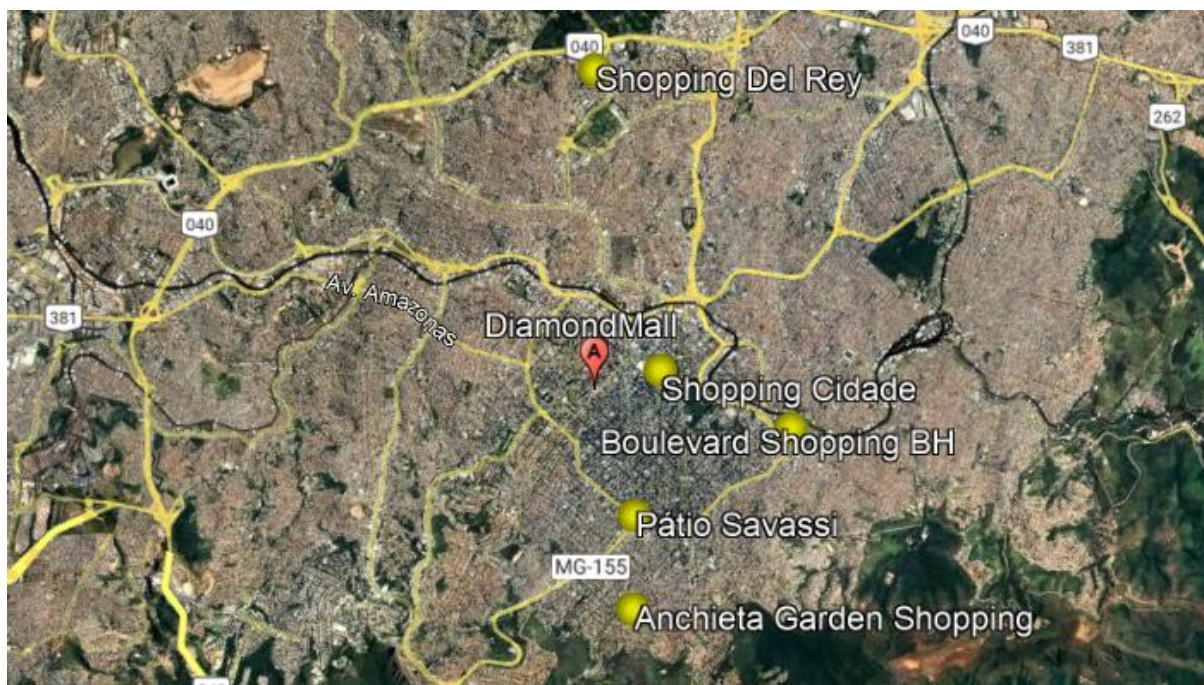
FIIs DE SHOPPING CENTERS

Fundo	Patrimônio Líquido (R\$) (milhões)	Código	Valor Patrimonial por Cota (R\$)
FII Grand Plaza Shopping	507,0	ABCP11	107,66
Hedge Atrium Shopping Santo André FII	133,2	ATSA11	76,06
FII Btg Pactual Shoppings	976,1	BPML11	131,17
General Shopping Ativo E Renda FII	216,9	FIGS11	76,11
FII Floripa Shopping	147,5	FLRP11	2.034,48
FII Via Parque Shopping - FII	487,0	FVPQ11	173,92
General Shopping E Outlets Do Brasil FII - FII	1.200	GSFI11	12,49
Hedge Brasil Shopping FII	2.800	HGBS11	219,96
Hsi Malls FII	2.300	HSML11	110,53
Legatus Shoppings FII	418,2	LASC11	142,23
Malls Brasil Plural FII	1.700	MALL11	131,02
FII Parque Dom Pedro Shopping Center	336,2	PQDP11	3.343,24
SCP FII	44,6	SCPF11	10,62
FII Shopping Pátio Higienópolis	618,4	SHPH11	1.015,52
Vinci Shopping Centers FII - FII	3.600	VISC11	124,80
FII Votorantim Shopping	218,0	VSHO11	103,87
Shopping West Plaza FII	76,1	WPLZ11	68,46
Xp Malls FII	6.700	XPML11	121,11
Hedge Shopping Parque Dom Pedro	307,1	HPDP11	93,40
Max Retail	117,4	MAXR11	104,29
Gazit Malls	2.000	GZIT11	91,57

Fonte: Binswanger - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

5.1.6. Concorrentes

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



Concorrentes

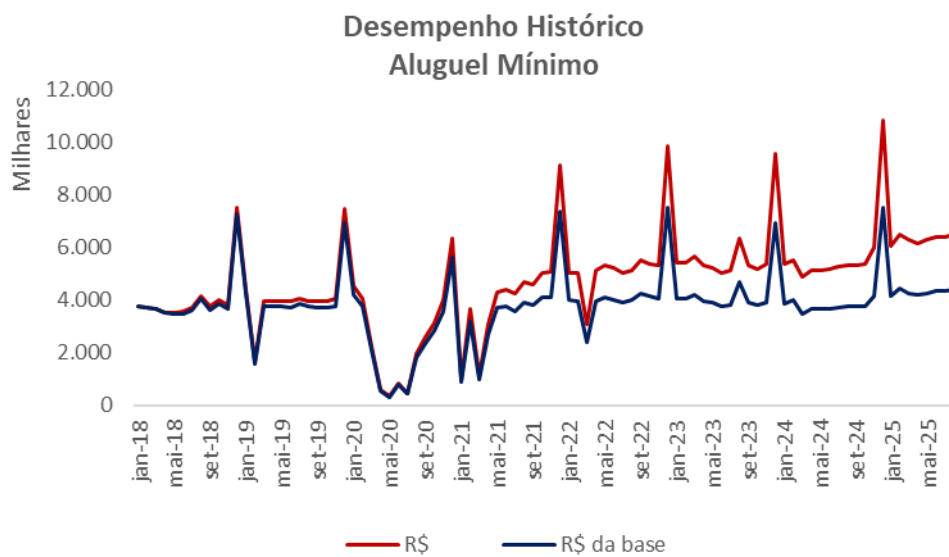
Shopping	ABL (m²)	Público-alvo	Nº de Lojas	Âncoras	Megalojas	Satélites
DiamondMall	24.190,57	A e B	194	3	3	188
Shopping Cidade	21.849,95	A, B e C	150	3	4	143
Pátio Savassi	21.075,10	N/I	136	4	5	127
Boulevard Shopping BH	43.016,00	A, B e C	185	5	8	172
Anchieta Garden	20.777,58	A e B	63	3	1	59
Shopping Del Rey	38.163,00	A, B e C	245	13	6	226
TOTAL	173.629,11					

6. ANÁLISE DA OPERAÇÃO

Com base nas planilhas financeiras e econômicas, bem como das informações detalhadas de cada loja mês a mês de janeiro de 2018 a agosto de 2025, realizamos todas as análises de desempenho do empreendimento que nos balizaram nas projeções futuras de nossos fluxos de caixa.

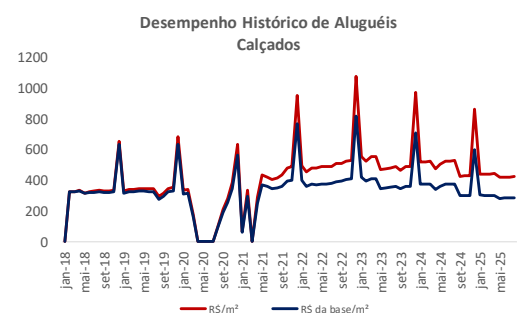
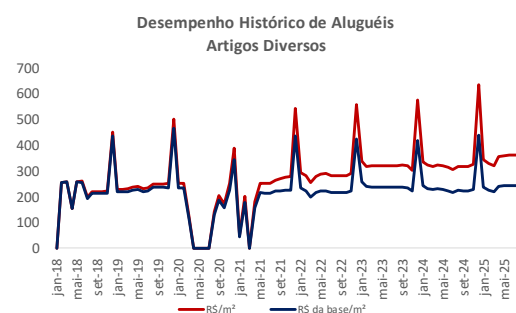
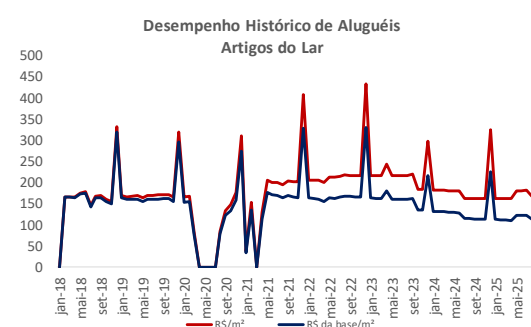
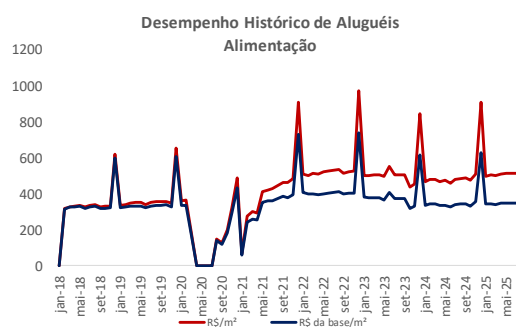
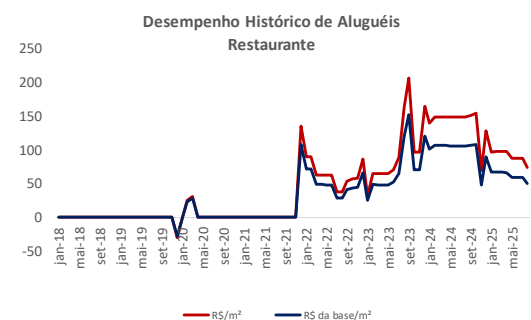
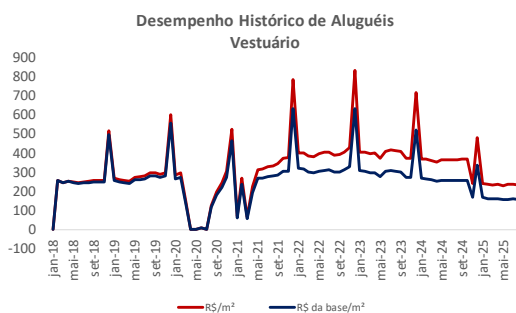
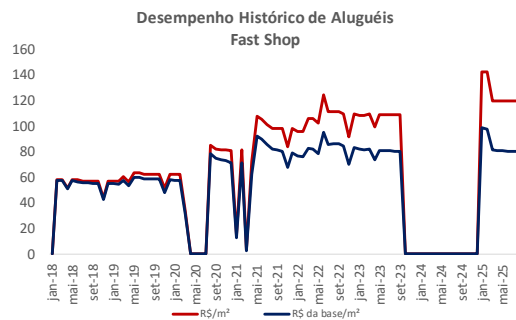
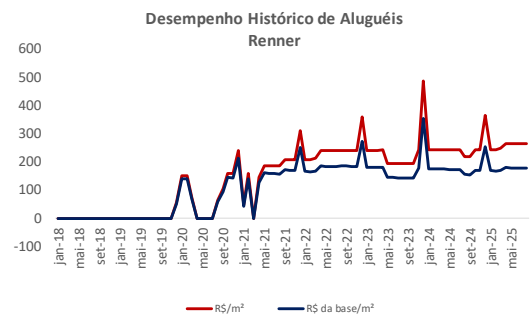
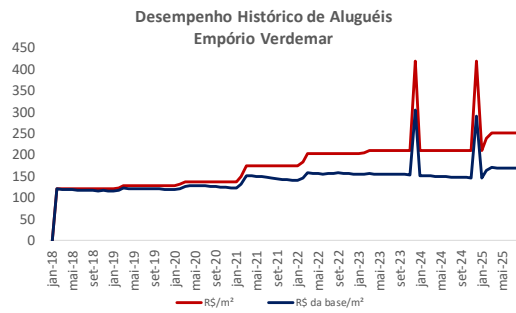
Os gráficos a seguir tem como objetivo entender o desenvolvimento dos valores em termos nominais, apresentados em vermelho, e em valores da base, descontados pelo IPCA, apresentados em azul.

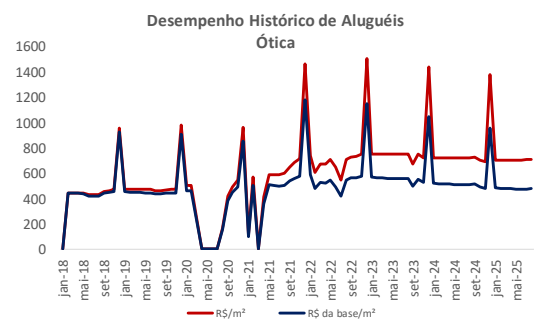
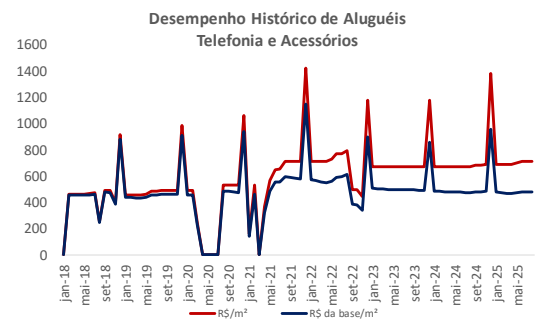
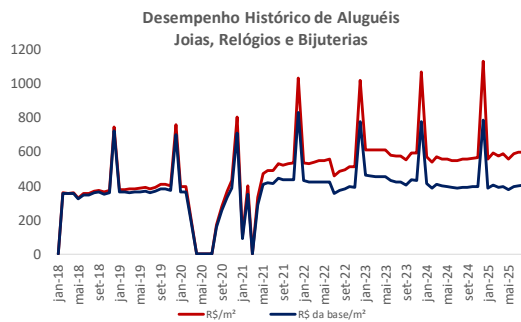
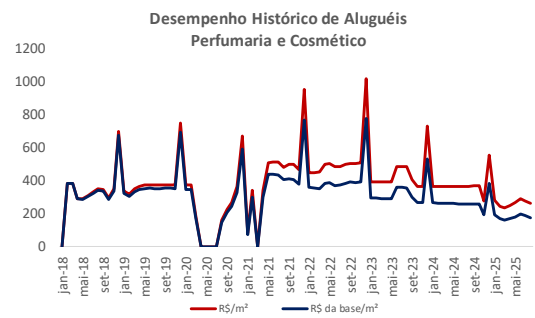
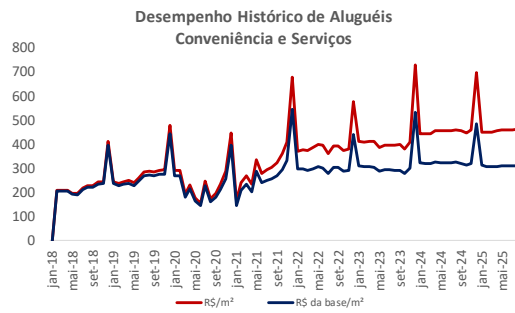
6.1. ALUGUEL MÍNIMO



O gráfico acima tem como objetivo entender se há crescimento real de valores dos aluguéis mínimos. Nota-se que o empreendimento resistiu bem ao período de lockdown durante 2020 e 2021, apresentando rápida recuperação dos valores de aluguel mínimo.

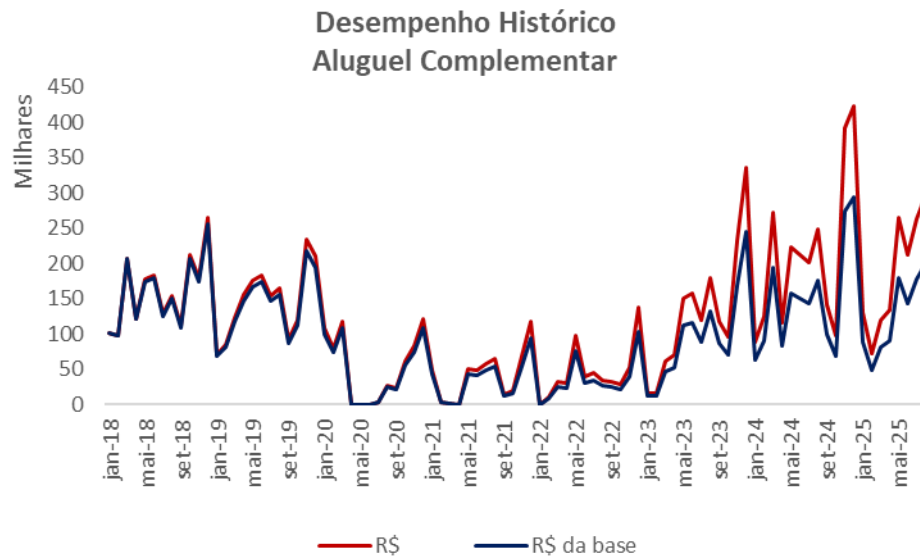
A seguir, apresentamos o comportamento dos valores por segmento, com as lojas âncora e megalojas apresentadas individualmente e as lojas satélites agrupadas conforme o segmento. Destaca-se, nesse contexto, a operação Pobre Juan, que registra um crescimento expressivo em outubro de 2024, passando a contribuir com pagamentos mensais de aluguel fixo.



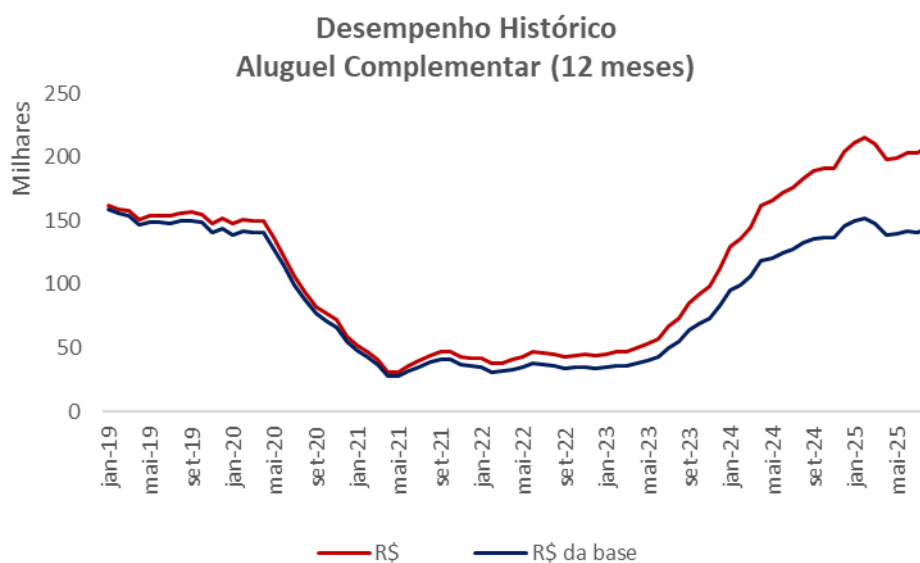


6.2. ALUGUÉIS PERCENTUAIS / COMPLEMENTARES

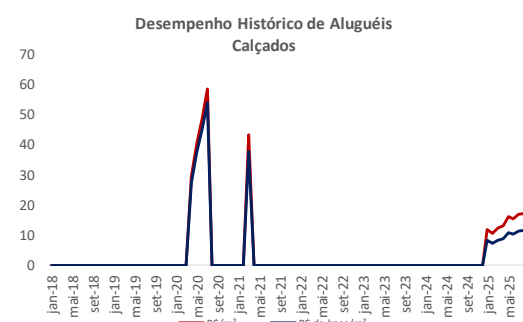
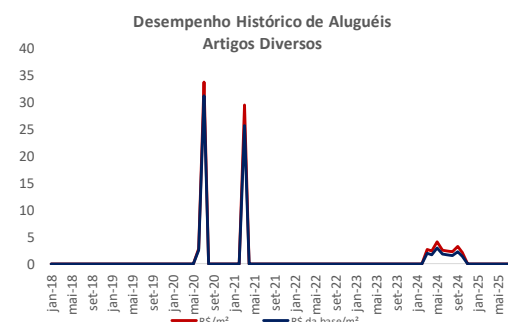
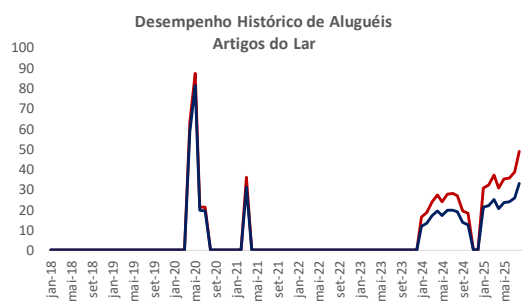
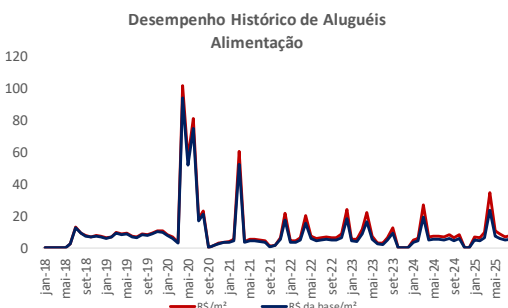
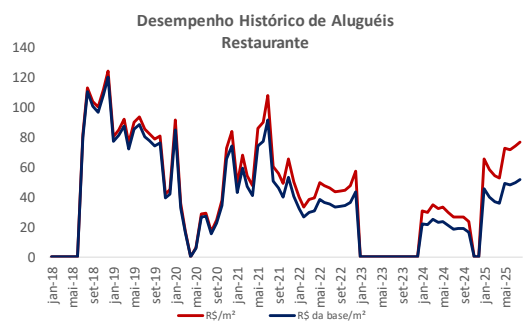
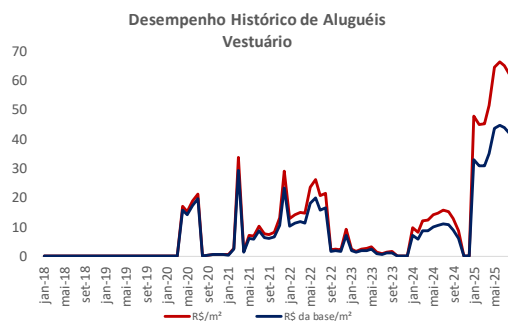
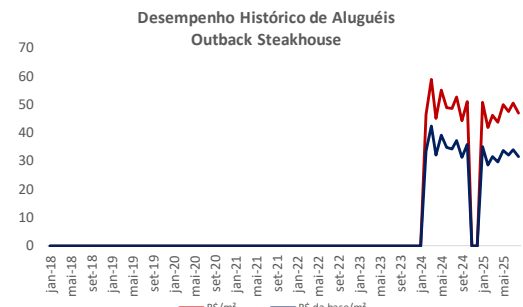
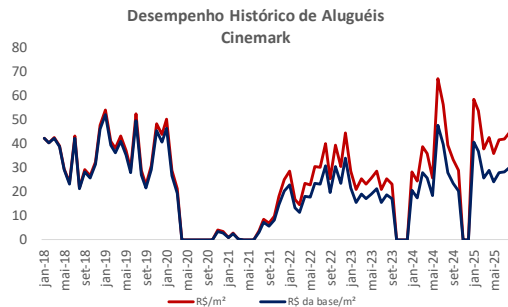
Os pagamentos de aluguéis complementares foram reduzidos durante o período da pandemia, acompanhando a retração nas vendas dos lojistas. No entanto, apresentaram uma recuperação rápida após esse período e, atualmente, mantêm-se em patamar estável, com elevação sazonal observada no mês de dezembro. Cabe ainda destacar que grande parte das lojas situadas na expansão do piso L4 apresenta participação relevante de aluguéis percentuais em sua composição contratual.

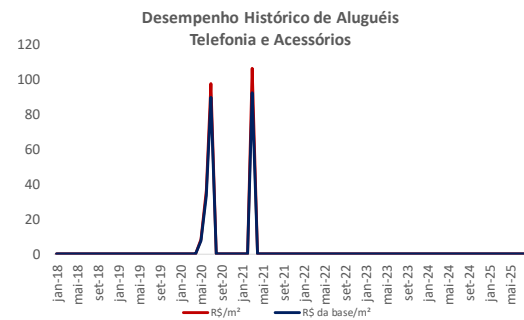
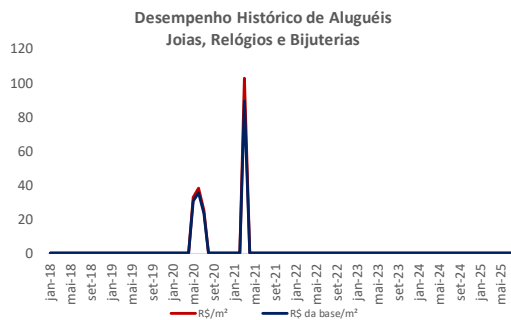
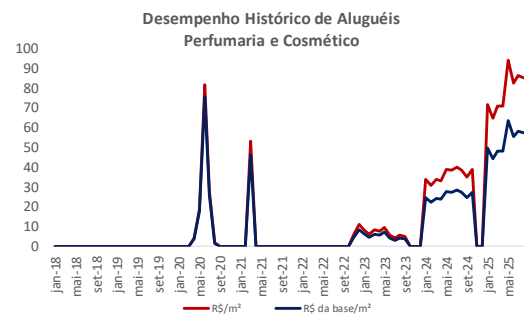


O gráfico abaixo apresenta a média móvel de 12 meses dos valores, para minimizar as variações de sazonalidade mensal:

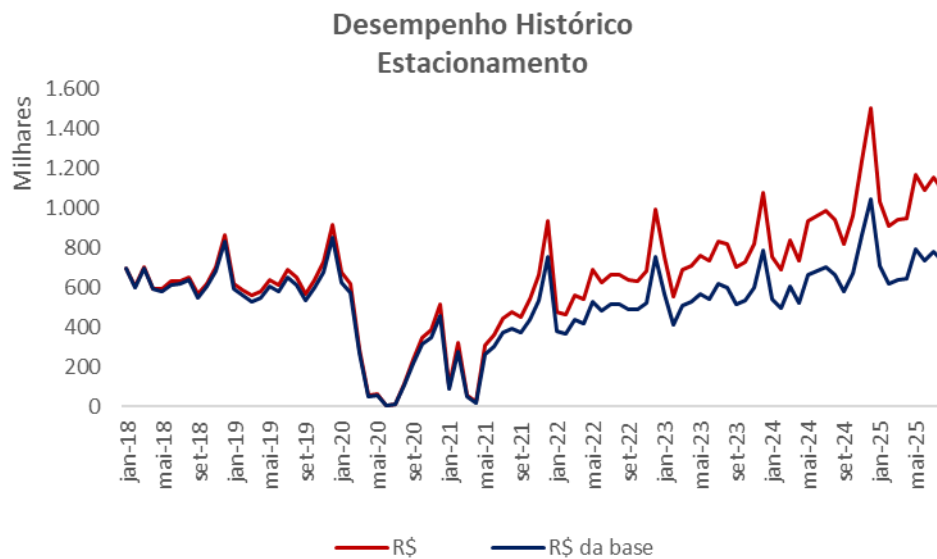


A seguir, apresentamos o comportamento dos valores por segmento, com as lojas âncora e megalojas apresentadas individualmente e as lojas satélites agrupadas conforme o segmento. As lojas e segmentos não indicados não apresentam aluguel complementar recorrente.



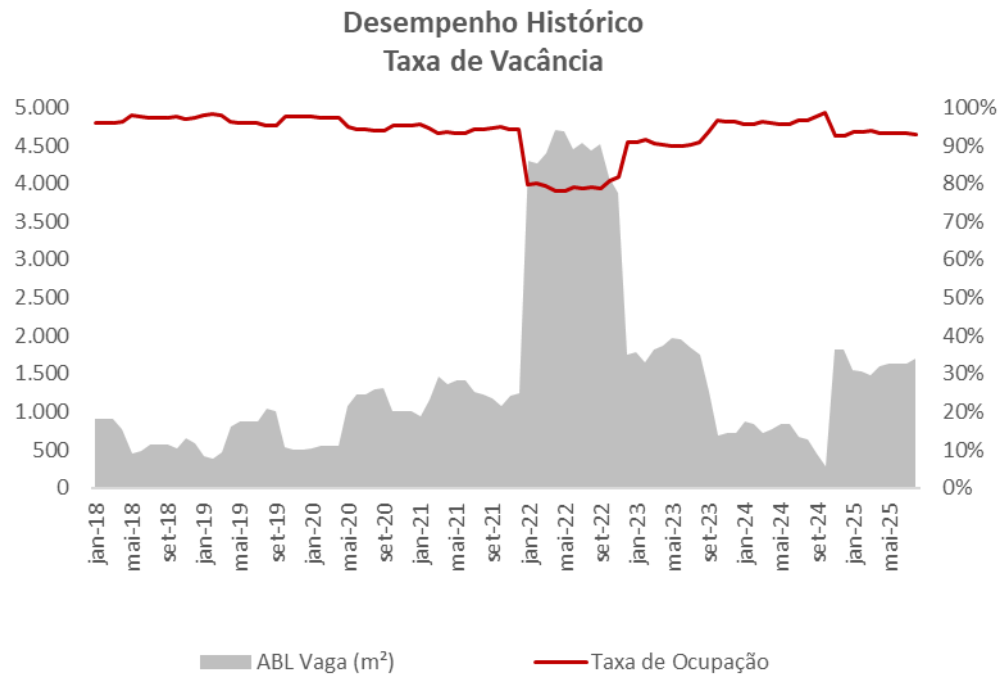


6.3. RECEITA DE ESTACIONAMENTO



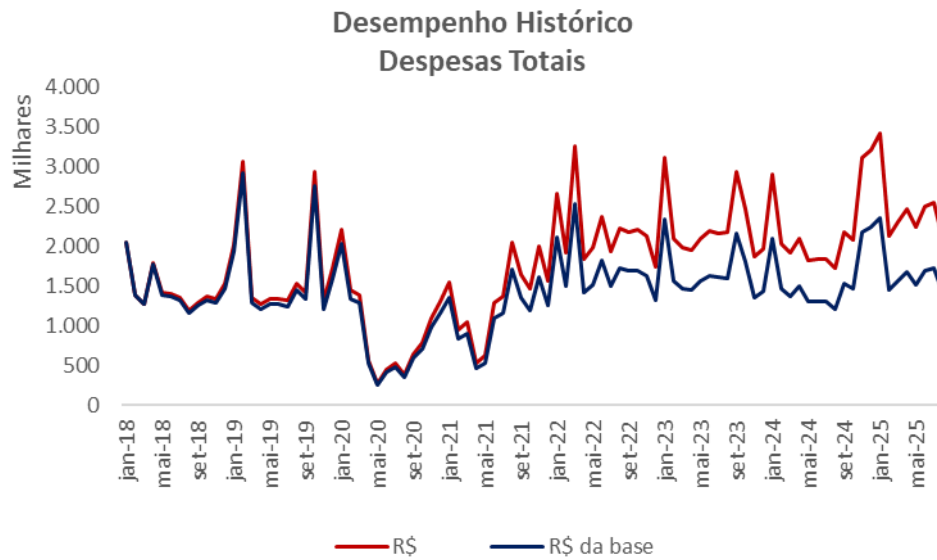
As receitas de estacionamento também estão em constante crescimento, acompanhando o aumento de fluxo no empreendimento.

6.4. VACÂNCIA



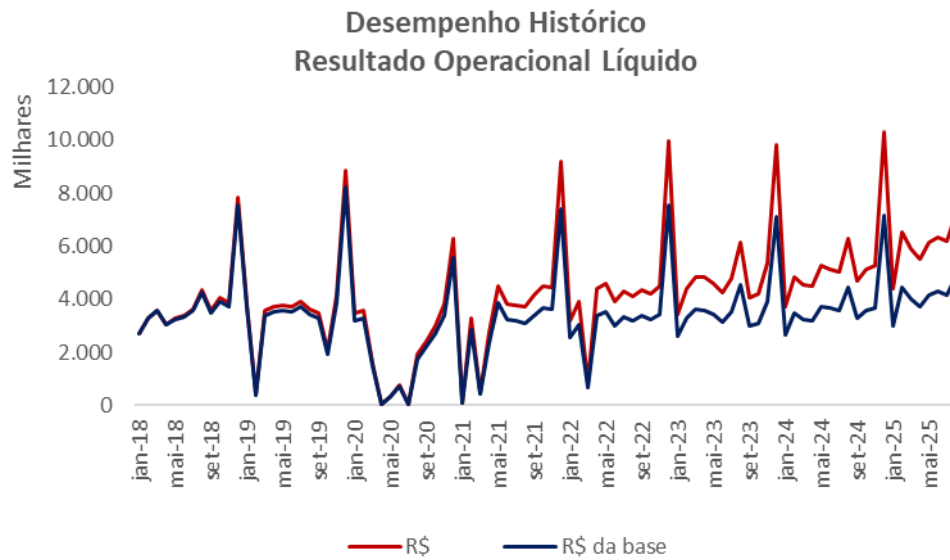
O empreendimento apresenta historicamente uma baixa taxa de vacância, oscilando consistentemente entre 3% e 5%. Em dezembro de 2021, com a saída da Companhia Atlética, houve uma redução significativa na área ocupada, a qual foi rapidamente compensada pela entrada de novos lojistas. Atualmente, a vacância encontra-se em 9,5%, reflexo da recente expansão do empreendimento, cujas novas lojas ainda estão em processo de absorção.

6.5. DESPESAS

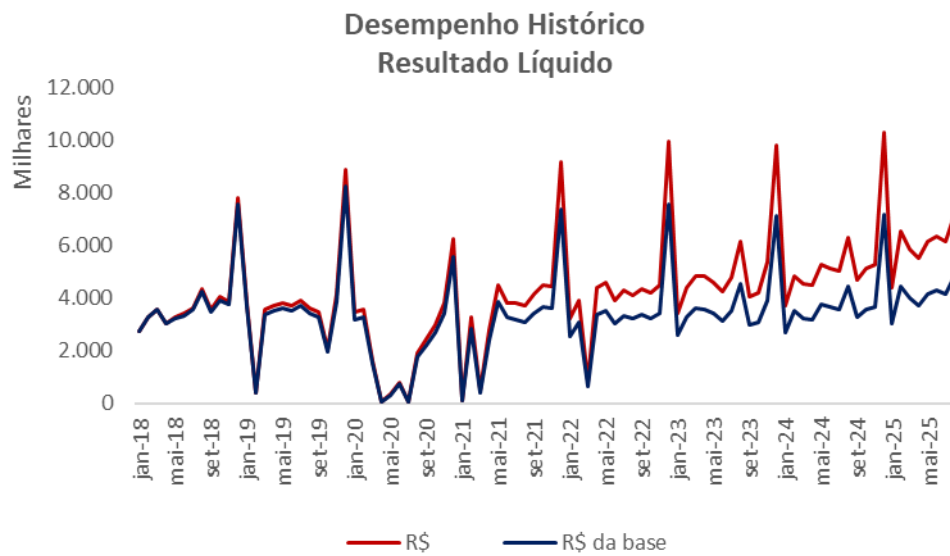


As despesas operacionais cresceram em linha com a evolução das receitas de aluguel, superando os níveis observados em 2019. Dentre os principais componentes de despesa, destacam-se os encargos relativos às lojas vagas — com maior concentração na área de expansão — e os custos associados às ações de promoção e publicidade voltadas à divulgação do novo piso.

6.6. RESULTADO LÍQUIDO OPERACIONAL



6.7. RESULTADO 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, apresentamos as premissas utilizadas na análise do empreendimento.

LUC	Loja	ABL (m²)
Âncoras		4.717,72
OM-25/GD-25/GD-26	Cinemark	2.169,92
M-01/38	Empório Verdemar	1.365,00
GD-01A/GD-07	Renner	1.182,80
Mega Lojas		1.626,79
GD-22	Fast Shop	671,15
GD-47	Pobre Juan	494,41
BG-16 a 19A/21/22/23	Outback Steakhouse	461,23
Satélites		15.890,76
BG-13/14/15	Drogaria Araujo	444,66
RS-01	Dolce & Gabbana	376,85
RS-36/37	Su	376,84
GD-08	Camicado	348,62
RS-02	Empório Armani	311,49
RS-35	Zucco Cucina	307,93
GD-13	Leitura	281,10
GD-05/06	La Ville	280,63
RS-09	Nati Voza	275,08
BG-01/02	Iplace	271,92
BG-25/26/27	Cabanã Porteña	244,87
RS-19/20/21A	Alo Yoga	234,06
OM-21A/22/22B	Adidas	221,52
RS-15A	Charth	207,21
OM-21	Brooksfield	205,60
RS-23/24	Ch Carolina Herrera	204,82
RS-38	Lagar Tragaluz	193,70
RS-13/14	Cris Barros	191,40

LUC	Loja	ABL (m²)
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
RS-12	Agilitá	152,41
GD-09	Via Veneto	151,41
RS-10/11	Pat Bo	147,40
BG-54/55/56	Cacau Show	140,95
GD-14/15	Diesel	140,00
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
OM-19/20	Casa Almeida	132,51
OM-10	Richards	129,51
GD-23/24	Pb Kids	127,18
RS-17/18	Iorane	125,50
BG-42/43	Mc Donald'S	125,31
OM-14/15	Osklen	121,74
BG-33/34	Lm Studio	116,82
RS-21/22	Tory Burch	112,12
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	104,94
OM-63/64	Vivara	104,00
OM-06/07	Lizie	102,24
BG-30/31/32	K9	97,33
RS-15	One Up	96,89
OM-74/75	Brooksfield Donna	94,31
GD-29/36	Mob	92,00
OM-02/03	Luxe	91,75
OM-66/67	Água De Coco	90,73

LUC	Loja	ABL (m²)
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
RS-27/28	Chanel F&B	77,14
GD-27	Kipling	76,00
OM-57/57A	Columbia	74,76
RS-25/26	Tânia Bulhões Perfumes	74,19
GD-44/45	Monte Carlo	72,64
OM-54/55	Live!	70,23
BG-46/47	Roscoe	69,35
BG-48/49	Vivara Life	68,84
RS-31	Anselmi	68,53
OM-39	Klus	68,50
OM-38	Kopenhagen	66,53
RS-33	Fillity	66,49
OM-18	Paola Da Vinci	66,27
OM-17	2Dnm	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
RS-30	Plural	60,00
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	O Boticário	52,65
BG-06	Cute Case Store	51,50

LUC	Loja	ABL (m²)
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-05	Porti	51,12
OM-08	Perfumaria Granado	51,07
BG-41A	Kfc	50,87
BG-41	Assacabresa	50,87
OM-01	Dudalina	50,43
OM-34	Lindt	48,98
GD-12	Lupo	48,84
RS-32	Paula Torres	48,76
OM-84	Victor Hugo	47,81
BG-44/B	Samsung	47,80
OM-88	Galeria Tricot	47,73
OM-45	Sunika	47,28
OM-58	Danki	46,10
OM-59	Adcos	46,10
OM-60	Grandvision By Fotótica	46,10
BG-75	Divino Fogo	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
OM-65	Sunglass Hut	42,83
BG-57	Vx Case	42,17
BG-35A/36	Uv.Line	41,20
GD-42	Les Nereides	41,00
OM-44	Plié	40,57
GD-30	Kopenhagen	39,85
BG-50	Deco Skin	36,75
BG-64	Belvitur	36,52
OM-56	Anacapri	36,49
BG-65	Travalex	36,18
OM-78	Milon	35,54
S-06/07	Gobox	35,52
GD-23A	Mr. Cheney	35,12
GD-35	Shorts & Co	35,00

LUC	Loja	ABL (m²)
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
RS-29	Occhialeria	33,32
OM-24/A	Sergio'S	32,51
OM-25/A	Paramour	32,51
BG-76	Montana Grill	32,27
OM-29/A	Ah! Bon	31,96
BG-70	Gelato Borelli	31,90
OM-37	Caleidoscópio	31,65
GD-40	Espaço Laser	31,00
S-01/02	Lotérica	30,64
GD-02	Mi Garba!	30,48
BG-77	Mr. Cacio	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	Biscoitê	26,48
BG-35	Milky Moo	26,26
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
OM-26	Mc Donald'S	14,88
Loja Vaga		1.955,30
		24.190,57

Distribuição das lojas por classificação:

Classificação	ABL (m²)	Nº de Lojas
Âncora	4.717,72	3
Mega Loja	1.626,79	3
Satélite	15.890,76	175
Loja Vaga	1.955,30	13
Total	24.190,57	194

8.2. ALUGUEL MÍNIMO E PERCENTUAL / COMPLEMENTAR

Para projeção de nossos fluxos de caixa utilizamos como base as receitas de aluguéis mínimos e complementares faturados dos últimos meses, assim como o número de aluguéis pagos por ano de cada loja ou segmento.

Atividade	Classificação	ABL (m²)	Aluguel Mínimo (R\$/m²)	Aluguel Complementar (R\$/m²)	AMM + Complementar (R\$/m²)	Alugueis por Ano
Cinemark	Âncora	2.169,92	0,00	44,48	44,48	12,00
Empório Verdemar	Âncora	1.365,00	250,49	0,00	250,49	13,00
Renner	Âncora	1.182,80	264,21	0,00	264,21	12,50
Fast Shop	Mega Loja	671,15	119,20	0,00	119,20	13,00
Pobre Juan	Mega Loja	494,41	99,58	0,00	99,58	12,50
Outback Steakhouse	Mega Loja	461,23	0,00	47,15	47,15	12,00
Vestuário	Satélite	6.257,74	235,92	55,94	291,86	13,00
Restaurante	Satélite	1.557,38	87,16	65,59	152,74	13,00
Alimentação	Satélite	1.331,67	503,28	11,48	514,76	13,00
Artigos do Lar	Satélite	991,61	201,26	29,16	230,42	13,00
Artigos Diversos	Satélite	1.270,99	321,18	8,08	329,25	13,00
Calçados	Satélite	1.106,58	420,28	14,10	434,39	13,00
Conveniência e Serviços	Satélite	996,87	455,00	0,00	455,00	12,50
Perfumaria e Cosmético	Satélite	772,78	263,91	78,38	342,29	13,00
Jóias, Relógios e Bijuterias	Satélite	713,52	584,15	0,00	584,15	13,00
Telefonia e Acessórios	Satélite	305,93	710,26	0,00	710,26	13,00
Lazer	Satélite	298,62	29,82	54,74	84,56	12,50
Ótica	Satélite	287,07	705,83	0,00	705,83	13,00
Loja Vaga*	Âncora	1.955,30	335,85	34,25	370,10	13,00
ABL TOTAL		24.190,57				

**Para a consideração das lojas vagas a serem absorvidas, utilizamos como aluguel a média ponderada conforme classificação, excluindo os segmentos "Restaurantes" e "Lazer", devido à maior área demandada e menor aluguel médio em comparação com os demais segmentos de loja satélite.*

8.3. CRESCIMENTOS PREVISTOS

Após análise histórica do desempenho do empreendimento, projetamos revisão no valor do aluguel mínimo no terceiro ano de projeção nos segmentos impactados pela expansão do piso Rio Grande do Sul. Para os aluguéis complementares, foram considerados *steps* compatíveis com o período de maturação das lojas instaladas na recente expansão.

Aluguel Mínimo	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Cinemark										
Empório Verdemar										
Renner										
Fast Shop										
Pobre Juan										
Outback Steakhouse										
Vestuário			15%							
Restaurante			15%							
Alimentação										
Artigos do Lar										
Artigos Diversos										
Calçados			15%							
Conveniência e Serviços										
Perfumaria e Cosmético			15%							
Jóias, Relógios e Bijuterias			15%							
Telefonia e Acessórios										
Lazer										
Ótica										
Loja Vaga			15%							

Aluguel mínimo	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Cinemark										
Empório Verdemar										
Renner										
Fast Shop										
Pobre Juan										
Outback Steakhouse										
Vestuário	10%	10%	5%	5%						
Restaurante	10%	10%	5%	5%						
Alimentação										
Artigos do Lar										
Artigos Diversos										
Calçados	10%	10%	5%	5%						
Conveniência e Serviços										
Perfumaria e Cosmético	10%	10%	5%	5%						
Jóias, Relógios e Bijuterias	10%	10%	5%	5%						
Telefonia e Acessórios										
Lazer										
Ótica										
Loja Vaga	10%	10%	5%	5%						

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

As receitas de Cessão de Direito de Uso (CDU) e Taxa de Transferência foram estimadas em R\$ 1.000,00 por m² absorvido (absorção + turnover), conforme absorções recentes do empreendimento.

8.5. MALL & MERCHANDISING

As receitas provenientes dos painéis, quiosques e totens de propaganda/publicidade foram estimadas em 8% da receita de locação de lojas, conforme dados históricos do empreendimento.

8.6. RECEITA DE ESTACIONAMENTO LÍQUIDA

A receita líquida de estacionamento é projetada conforme tabela a seguir.

Item	Premissa	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Receita Líquida de Estacionamento	% Sobre as Receitas de Aluguel*	15%	15,5%	16%	16%	16%	16%	16%	16%	16%	16%

**Lojas + Mall & Merchandising*

8.7. 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
		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
ABL Vaga Satélite	1.955	1.428	1.071	714	357	357	357	357	357	357	357
Vacância Satélite	11,0%	8,0%	6,0%	4,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
ABL Vaga Total	1.955	1.428	1.071	714	357	357	357	357	357	357	357
Vacância Total	8,1%	5,9%	4,4%	3,0%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%

8.8. INADIMPLÊNCIA IRRECUPERÁVEL

A inadimplência irrecuperável no empreendimento é projetada conforme tabela a seguir.

Item	Premissa	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Inadimplência Irrecuperável	% Receita Bruta	1,25%	1,25%	1,25%	1,25%	1,25%	1,25%	1,25%	1,25%	1,25%	1,25%

8.9. DESPESAS GERAIS

Despesa	Premissa	Adotado
Taxa de Administração	% Sobre a Receita Bruta	6,60%
Encargos Lojas Vagas	Fixo sobre ABL Vaga	120,00
Comissões	% Sobre a Receita Bruta	1,40%
Comercial	R\$/m ² absorvido (absorção + turnover)	650,00
Administrativas e Outros	% Sobre a Receita Bruta	1,65%

8.10. INVESTIMENTOS / FRA

Consideramos em nossas análises um FRA (Fator de Reposição de Ativos) de 2% ao ano, a partir do segundo ano de projeção. 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.

8.11. TURNOVER

Consideramos em nossas análises um turnover estabilizado de 3,00% ao ano, a partir do segundo ano de projeção.

Item	Premissa	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Turnover	% ABL Satélites	6,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%

8.12. CAPEX

Foi considerado o CAPEX orçado no valor de R\$ 800.000,00, a ser executado até dezembro de 2025, conforme previsto no orçamento do empreendimento.

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 – DIAMONDMALL

Após todas nossas análises e considerações de premissas, calculamos o Valor Presente Líquido (VPL) com base nas taxas de desconto entre 7,00% e 10,00% ao ano, consideramos para o valor do empreendimento taxa de desconto de **8,50%**. A perpetuidade foi calculada a uma taxa de capitalização de **8,25%** no 10º ano.

Taxa de Desconto	Total (R\$ x 1.000)	VPL	p/m² ABL
7,00%	1.301.372		53.797
7,50%	1.255.785		51.912
8,00%	1.212.248		50.112
8,50%	1.170.653,79		48.393
9,00%	1.130.905		46.750
9,50%	1.092.908		45.179
10,00%	1.056.574		43.677

De acordo com os cenários e as planilhas apresentadas nos Anexos, concluímos que o valor do Shopping é de R\$ 1.170.653.788,19.

Em números redondos é de:

VALOR VENDA TOTAL	100%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 1.170.650.000	Um Bilhão, Cento E Setenta Milhões, Seiscentos E Cinquenta Mil Reais
--------------------------	------	--------------------------	--------------------------	---

8.16. FLUXO DE CAIXA DA PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E INVESTIMENTOS –FII PEDRA NEGRA

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.

Após todas nossas análises e considerações de premissas, calculamos o Valor Presente Líquido (VPL) com base nas taxas de desconto entre 7,00% e 10,00% ao ano, consideramos para o valor do empreendimento taxa de desconto de **8,50%**.

Taxa de Desconto	Total (R\$ x 1.000)	VPL p/m² ABL
7,00%	256.647	42.523
7,50%	246.227	40.796
8,00%	236.297	39.151
8,50%	R\$ 226.832,04	R\$ 37.582,68
9,00%	217.808	36.087
9,50%	209.201	34.662
10,00%	200.991	33.301

De acordo com os cenários e as planilhas apresentadas nos Anexos, concluímos que o valor da participação no empreendimento é de R\$ 226.832.040,61

Em números redondos é de:

PARTICIPAÇÃO FII PEDRA NEGRA	24,95%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 226.832.000	Duzentos E Vinte E Seis Milhões, Oitocentos E Trinta E Dois 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\$ 1.170.650.000	Um Bilhão, Cento E Setenta Milhões, Seiscentos E Cinquenta Mil Reais
PARTICIPAÇÃO FII PEDRA NEGRA	24,95%	(Renda - Fluxo de Caixa)	R\$ 226.832.000	Duzentos E Vinte E Seis Milhões, Oitocentos E Trinta E Dois 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/m² ABL
7,00%	1.301.372		53.797
7,50%	1.255.785		51.912
8,00%	1.212.248		50.112
8,50%	1.170.653,79		48.393
9,00%	1.130.905		46.750
9,50%	1.092.908		45.179
10,00%	1.056.574		43.677

Participação FII Pedra Negra (24,95%)

Taxa de Desconto	Total (R\$ x 1.000)	VPL	p/m² ABL
7,00%	256.647		42.523
7,50%	246.227		40.796
8,00%	236.297		39.151
8,50%	R\$ 226.832,04		R\$ 37.582,68
9,00%	217.808		36.087
9,50%	209.201		34.662
10,00%	200.991		33.301

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-26	out-27	out-28	out-29	out-30	out-31	out-32	out-33	out-34	out-35
Receita Operacional Bruta	106.819	109.635	120.410	123.445	123.088	123.088	123.088	123.088	123.088	123.088
Receita Total Aluguel	84.719	87.176	95.400	97.823	97.823	97.823	97.823	97.823	97.823	97.823
Aluguel Mínimo	75.236	76.795	84.427	86.219	86.219	86.219	86.219	86.219	86.219	86.219
Aluguel Complementar	9.482	10.381	10.973	11.604	11.604	11.604	11.604	11.604	11.604	11.604
Mall & Merchandising	6.777	6.974	7.632	7.826	7.826	7.826	7.826	7.826	7.826	7.826
CDU - Cessão de Direito de Uso	1.598	892	892	892	535	535	535	535	535	535
Receita De Estacionamento Líquida	13.724	14.593	16.485	16.904	16.904	16.904	16.904	16.904	16.904	16.904
Despesas Totais	-30.681	-30.473	-32.749	-33.022	-32.715	-17.021	-14.279	-14.279	-14.279	-14.279
Taxa de Administração	-7.050	-7.236	-7.947	-8.147	-8.124	-8.124	-8.124	-8.124	-8.124	-8.124
Arrendamento	-15.943	-16.401	-18.017	-18.472	-18.436	-2.743	-	-	-	-
Encargos Lojas Vagas	-2.056	-1.542	-1.028	-514	-514	-514	-514	-514	-514	-514
Comissões	-1.495	-1.535	-1.686	-1.728	-1.723	-1.723	-1.723	-1.723	-1.723	-1.723
Comercial	-1.039	-580	-580	-580	-348	-348	-348	-348	-348	-348
Administrativas e Outros	-1.763	-1.809	-1.987	-2.037	-2.031	-2.031	-2.031	-2.031	-2.031	-2.031
Inadimplência Irrecuperável	-1.335	-1.370	-1.505	-1.543	-1.539	-1.539	-1.539	-1.539	-1.539	-1.539
Resultado Operacional Líquido	76.138	79.163	87.660	90.423	90.373	106.067	108.810	108.810	108.810	108.810
Investimentos Totais	-800	-2.193	-2.408	-2.469	-2.462	-2.462	-2.462	-2.462	-2.462	-2.462
Reposição do Ativo	-	-2.193	-2.408	-2.469	-2.462	-2.462	-2.462	-2.462	-2.462	-2.462
CAPEX	-800	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resultado Líquido	75.338	76.970	85.252	87.955	87.911	103.605	106.348	106.348	106.348	106.348
										1.289.065
Fluxo De Caixa	75.338	76.970	85.252	87.955	87.911	103.605	106.348	106.348	106.348	1.395.413

Taxa de Desconto	8,50%
Capitalização	8,25%
Valor Total	R\$ 1.170.650

Participação FII Pedra Negra (24,95%)

Arrendamento – 24,95%	3.978	4.092	4.495	4.609	4.600	684	-	-	-	-
Participação – 24,95%						22.587	26.534	26.534	26.534	348.156
Fluxo De Caixa	3.978	4.092	4.495	4.609	4.600	23.271	26.534	26.534	26.534	348.156

Taxa de Desconto	8,50%
Valor Total	R\$ 226.832

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 ✓	
4	Taxas de desconto	Fundamentada			Justificada			Arbitrada	1 ✓	
5	Escolha do Modelo	Probabilístico			Determinístico associado aos cenários			Determinístico	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 ✓	
8	Análise de sensibilidade	Simulações com apresentação do			Simulação com identificação de elasticidade por variável			Simulação única com variação em torno de 10%	1 ✓	
9	Análise de risco	Risco fundamentado			Risco justificado			Risco arbitrado	1 ✓	
								Pontuação	14	
GRAU DE FUNDAMENTAÇÃO (Para identificação de valor):										Grau

ANEXO – 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.