

Laudo de Avaliação

**Shopping Center Lapa
Rua Catão, 72 – Lapa
São Paulo / SP**

**BRC RENDA URBANA FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO
RESPONSABILIDADE LIMITADA
(CNPJ/MF Nº 61.769.663/0001-60)
REPRESENTADO PELA BR CAPITAL**

Ref.: 26_65803

Junho de 2026

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

**contato@binswanger.com.br
+55 11 2985.1101
www.binswangerbrazil.com.br**



São Paulo, 5 de junho de 2026

BRC RENDA URBANA FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO RESPONSABILIDADE LIMITADA

A/C

Cristiane Bueno

***REF: Shopping Center localizado na Rua
Catão, 72 - Lapa – São Paulo/SP***

Atendendo à solicitação da BR CAPITAL, a BINSWANGER BRAZIL efetuou a avaliação do imóvel em referência, determinando seu **Valor Justo para Venda (Fair Value)** na data-base 05 de junho de 2026.

No relatório anexo descrevemos a propriedade em estudo, bem como as metodologias utilizadas para o cálculo dos valores. Este relatório está em consonância com as exigências da Resolução 175, de 23 de Dezembro de 2022 e Instrução 516, de 29 de Dezembro de 2011, da CVM.

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
3.3. USO E OCUPAÇÃO DO SOLO	11
4. CARACTERIZAÇÃO DO IMÓVEL	12
4.1. QUADRO DE ÁREAS.....	12
4.2. DESCRIÇÃO DO IMÓVEL.....	14
5. MERCADO IMOBILIÁRIO NA REGIÃO	18
5.1. Shopping Centers.....	19
6. METODOLOGIA EMPREGADA.....	29
7. CÁLCULO DO VALOR DO IMÓVEL.....	30
7.1. Áreas Adotadas - ABL.....	30
7.2. Aluguel Mínimo e Percentual / Complementar	32
7.3. Crescimentos Previstos	33
7.4. Quiosques / Mall & Merchandising	34
7.5. Receita de Estacionamento Líquida.....	34
7.6. Vacância	34
7.7. Inadimplência Irrecuperável	35
7.8. Despesas Gerais	35
7.9. Investimentos / FRA.....	35
7.10. Cálculo do Valor do Imóvel	36
7.11. Fluxo de Caixa da Projeção das Receitas, Despesas e Investimentos.....	36
8. CONCLUSÃO DA AVALIAÇÃO	37
APÊNDICE A – AVALIAÇÃO – SHOPPING CENTER	38
APÊNDICE B – EXPERIÊNCIA EMPRESA E RESPONSÁVEIS	41
ANEXO – DOCUMENTAÇÃO DO IMÓVEL	42

SUMÁRIO

INTERESSADO	BRC RENDA URBANA FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO RESPONSABILIDADE LIMITADA		
PROPRIETÁRIO	Diversos		
OCUPAÇÃO	Imóvel Ocupado		
OBJETIVO	Valor de Mercado de Venda		
FINALIDADE	Determinação de Valor de Ativos		
IDENTIFICAÇÃO	Shopping Center Lapa		
TIPOLOGIA	Comercial - Shopping Center		
OBJETO	Endereço	Rua Catão 72	
	Bairro	Lapa	
	Cidade/UF	São Paulo / SP	
	Área de Terreno	6.403,67 m ²	
	Área Construída	11.200,00 m ²	
	ABL	8.295,01 m ²	
	Vagas de Garagem	140	
DATA BASE			05 de junho de 2026
ACOMPANHANTE			Vinícius
			Engenheiro do Shopping

CONCLUSÃO DE VALOR

VALOR JUSTO PARA VENDA	(Renda – Fluxo de Caixa)	R\$ 65.630.000,00	Sessenta E Cinco Milhões, Seiscentos E Trinta 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

BRC RENDA URBANA FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO RESPONSABILIDADE LIMITADA (CNPJ/MF Nº 61.769.663/0001-60), representado por **BR CAPITAL** solicitou à *Binswanger* a avaliação de um shopping center, determinando seu **Valor Justo para Venda (Fair Value)**, na data-base de 05 de junho de 2026, 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 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 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:

Matrícula

Número / Cartório:	36516 / 10º Cartório de Registro de Imóveis de São Paulo
Proprietário:	Abaixo
	Shopping Center Lapa Ltda. - 21,51%
	Cotista A - 15,86%
	Cotista B - 13,06%
	Cotista B - 9,82%
	Cotista C - 7,54%
	Cotista D - 7,54%
	Cotista E - 4,11%
	Cotista F - 3,67%
	Cotista G - 3,48%
	Cotista H - 3,34%
	Cotista I - 3,34%
	Cotista J - 3,19%
	Cotista K - 1,45%
	Cotista L - 1,09%
	Cotista M - 0,34%
	Cotista N - 0,23%
	Cotista O - 0,23%
	Cotista P - 0,20%
	Cotista Q - 0,01%
	Cotista R - 0,00%
Área de Terreno:	6.403,67 m ²
Área Construída:	11.200,00 m ²
Área Privativa:	n/i
Nº de Vagas:	n/i
Último ato praticado:	R. 124 - Compra e Venda - 04/09/2025
Data da última emissão:	30/03/2026

Rent-Roll

ABL (m ²)	8.295,01 m ²
ABL Ocupada (m ²)	5.838,08 m ²
ABL Vaga (m ²)	2.456,93 m ²
Nº de Lojas	90
Nº de Lojas Ocupadas	55
Nº de Lojas Vagas	35

3.2. ENTORNO

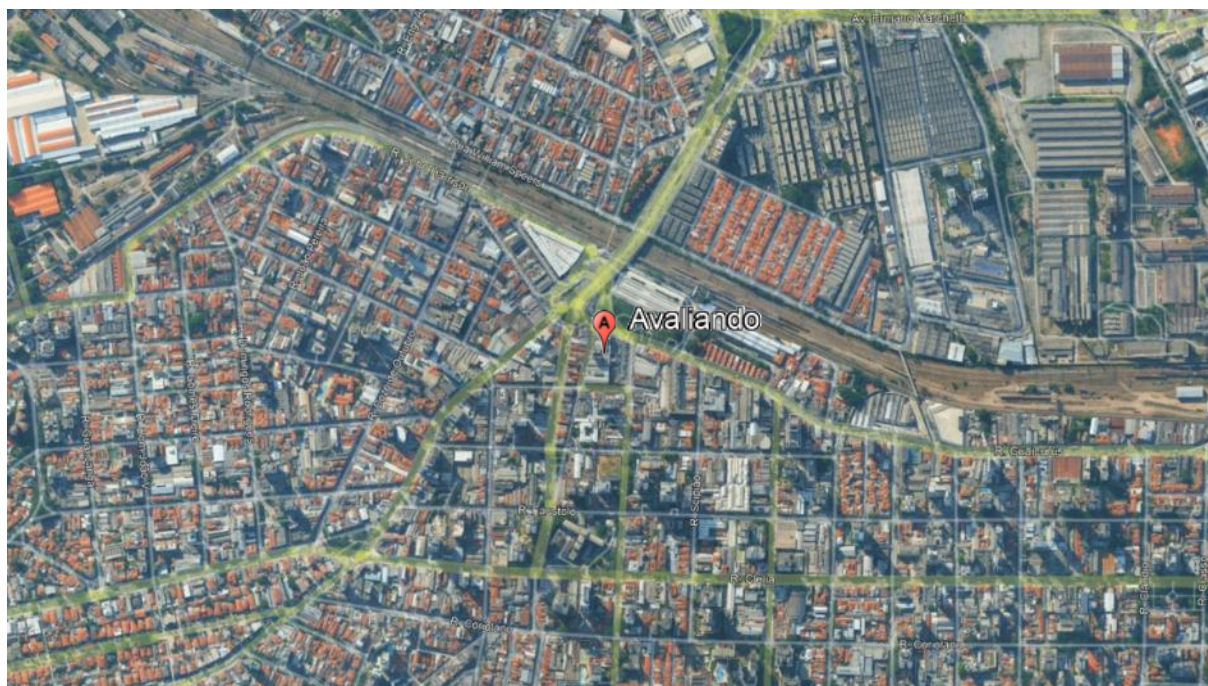


Imagem Satélite

3.2.1. Descrição da região, entorno e acessos

Uso Predominante Local:	Comercial / Prestação de Serviços
Densidade de Ocupação:	Horizontal - Alta
Padrão Econômico:	Médio-Baixo
Nível de Acesso:	Ótimo
Intensidade do Tráfego:	Intenso
Área de Preservação:	Não
Polos Valorizantes:	Próximo a estação de trem, mercado municipal, Poupatempo e polo comercial
Polos Desvalorizantes:	Região má conservada da cidade
Vocação:	Comercial / Prestação de Serviços / Institucional
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 Joaquim Machado



Rua Guaicurus



Viela Ema Angelo Murat



Rua Catão

3.3. USO E OCUPAÇÃO DO SOLO

Os parâmetros de zoneamento que incidem sobre o imóvel são relacionados a seguir:



Mapa de Zoneamento

Zoneamento		
Legislação		
Lei nº 18.081 de 19 de janeiro de 2024. Dispõe sobre a revisão parcial da Lei nº 16.402, de 22 de março de 2016, visando à compatibilização de seu texto original com as supervenientes alterações decorrentes da promulgação da Lei nº 17.975, de 8 de julho de 2023 – Revisão Intermediária do Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo, nos termos da previsão de seu art. 126, e dá outras providências.		
Zona de Uso - Descrição		ZEM – Zona Eixo de Estruturação de Transformação Metropolitana
T.O. (Taxa de Ocupação)		70%
C.A. (Coeficiente de Aproveitamento)	Básico	1,0
	Máximo	2,0
Gabarito		28 METROS
Lote Mínimo		N/A
Principais Usos Permitidos		Comercial, serviços, residencial e industrial leve
Principais Usos Vetados		Industrial pesado

Nota: as informações acima foram obtidas através de consulta informal ao site e funcionários da Prefeitura. Para obtenção de dados precisos sobre zoneamento, uma consulta formal aos órgãos governamentais pertinentes deverá ser realizada, o que não faz parte do escopo do presente trabalho.

A presente avaliação trata do imóvel em sua configuração atual, conforme escopo, assumindo que a edificação existente está devidamente regularizada perante órgãos competentes.

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)	Vagas de Garagem
Matrícula	6.403,67	11.200,00	n/a	n/a
Rent-Roll	8.295,01	90,00	8.295,01	140
Adotada em cálculo	6.403,67	11.200,00	8.295,01	140

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		3.855,50
301	Grupo Cine	1.437,85
303	X-Body Academia	606,00
313-317	Lojas Americanas	584,85
A01	Mc Donald S	400,00
210	Mc Donald S 2	82,00
142/151A	American Shoes	301,98
157-160	Clínica Partmed / Odontocompan	273,00
134*	Burger King	169,82
Satélites		1.982,58
131	Soccer Destination	92,50
120	Drogaria Efatá	87,76
215/216	Mix Presentes	86,40
165/166	Hering	84,19
149	Happen	71,48
134	Key Outlet	70,00
119	Menina Marota	62,16
167	Dona Chic	60,71
A24	Divino Fogão	60,00
104A	Desbravadores	56,77
146	C7 Empório	52,00
A21	Giraffa S	51,80
117A	Subway	50,00
117	Center Cabeleireiros	47,50
115	Claro	47,50
108	Espaço Laser	47,50
116	Fotobril	47,50
110	Que Pasa Tattoo	47,50
111	Vivo	47,50

LUC	Loja	ABL (m²)
141	Jok S	43,82
107	Pink Concept	43,75
121	A Suissa	43,00
219	O Boticário	43,00
214	Gataka	40,75
220	Oficio Do Couro	40,75
152	Techsmart	40,00
153	Manu Baby	39,50
161	Estácio	39,00
106A	Luson	36,48
102	Ápice Das Sobrancelhas	32,20
138	Relojoaria Omega	30,00
103	Duck Go	28,00
147	Cacau Show	27,50
144	Le Blanc	26,70
122A	Good Cup	23,00
122	Grão Espresso	23,00
A11	Churras Express	22,75
154	Sabor Espresso	22,00
118	Score Perfumaria	22,00
231	Nastari Presentes	21,60
229	Faster Câmbio	20,80
227	Indextour	20,80
155	Tim	20,66
230	Ahroma	20,20
L01	Lotérica	18,00
A15	Cantinho Do Chopp	14,00
105	Info&Cell	8,55
Lojas Vagas		2.456,93
Total		8.295,01

Distribuição das lojas por classificação:

Classificação	ABL (m²)	Nº de Lojas
Âncora	3.855,50	8
Satélite	1.982,58	47
Loja Vaga	2.456,93	35
Total	8.295,01	90

4.2. DESCRIÇÃO DO IMÓVEL

Trata-se de um shopping center com subsolo, térreo e 2 pavimentos. O empreendimento recentemente iniciou um plano de estruturação para ocupar as lojas vagas, alavancar receitas e otimizar a operação.

4.2.1. Terreno



Delimitação do Terreno

CARACTERÍSTICAS DO TERRENO

Testada Principal	65 metros – Rua Guaicurus
Formato	Irregular
Quantidade de Frentes	4
Superfície / Consistência	Seca
Topografia	Plana
Situação	No nível da rua
Delimitação / Fechamento	Delimitado por muro de alvenaria

4.2.2. Construção



Fachada do Imóvel

CARACTERÍSTICAS DA CONSTRUÇÃO

Posicionamento no Terreno	Recuada do alinhamento da via e alinhado às divisas laterais e de fundo
Nº de Pavimentos	4 Pavimentos: SS + Térreo + 2 Pvtos tipo
Pé Direito	4,00 metros
Estrutura	Concreto armado
Cobertura	Telha metálica
Estrutura da Cobertura	Concreto armado
Fechamento	Alvenaria
Fachada	Textura
Esquadrias e Vidros	Alumínio
	Vidro temperado
Estado de Conservação	Regular (C)
Vícios de Construção	Não detectados visualmente
Condição Geral das Instalações	Regular
Idade Estimada	20 anos
Vida Útil Remanescente	40 anos

4.2.3. Reportagem Fotográfica



Acesso de veículos



Estacionamento



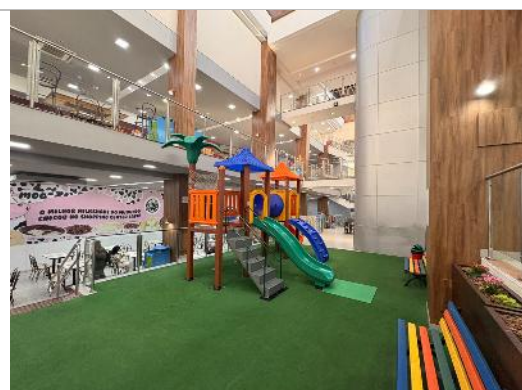
Marquise



Mall



Mall



Mall



Elevador



Escadas rolantes



Praça de alimentação



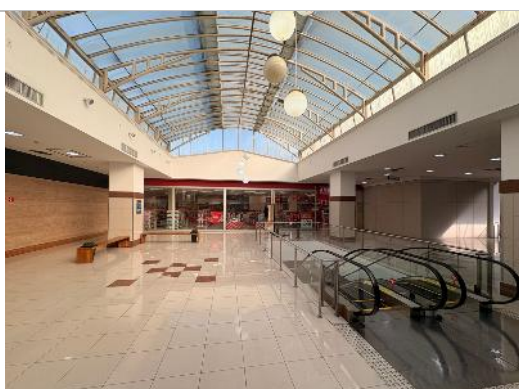
Academia



Ala vaga



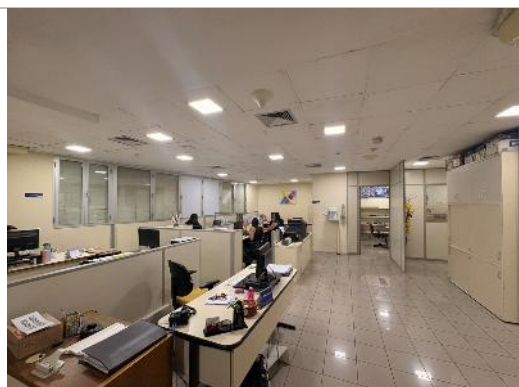
Ala vaga



Lojas americanas



Sanitário



Administração



Cobertura

5. MERCADO IMOBILIÁRIO NA REGIÃO

Dados Gerais do Município		Referências	
São Paulo / SP		Capital do Estado	Brasil (média)
Área Territorial [2020]	1.521,11 km ²	1.521,11 km ²	1.525,54 km ²
População [2022]	12.200.180 hab.	12.200.180 hab.	37.298 hab.
PIB (R\$ mil) [2018]	R\$ 714.683.362,46	R\$ 714.683.362,46	R\$ 1.257.475,94
PIB per Capita [2018]	R\$ 58.691,90	R\$ 58.691,90	R\$ 23.513,94
IDH [2010]	0,805	0,805	0,659

(Fonte: IBGE)

Características Gerais do Mercado		Liquidez do Imóvel	
Oferta	Média	Para Locação	Média
Demanda	Alta	Para Venda	Baixa
Risco de Invasão	Baixo	Vocação	Comercial

Análise de SWOT

Pontos Fortes:

- ✓ Próximo a diversas ofertas de transporte público e comércio.

Pontos Fracos:

- ✓ Alta vacância;
- ✓ Região má conservada da cidade.

Oportunidades:

- ✓ Alto potencial de recuperação, utilizando as potencialidades da localização e fluxo alto de pessoas para atrair lojistas.

Ameaças:

- ✓ Concorrência com comércio local e Bourbon Shopping.

5.1. SHOPPING 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 brasileiro apresentou um 2025 sólido, seguindo a consolidação de 2024, após dois anos de recuperação da pandemia de COVID-19 em 2020 e 2021. Os indicadores seguem crescendo, com o quinto ano seguido de recorde histórico em faturamento e números muito próximos ao máximo histórico em indicadores chave: fluxo de visitantes mensal e número de empregos.

Em um cenário macro de alta de juros, o recorde em faturamento e o fluxo de visitantes em 471 milhões por mês, 94% da máxima histórica em 2019, atestam a resiliência do segmento, que segue com papel central na sociedade Brasileira, mesmo com a mudança de paradigma de consumo com a explosão do *e-commerce* no país.

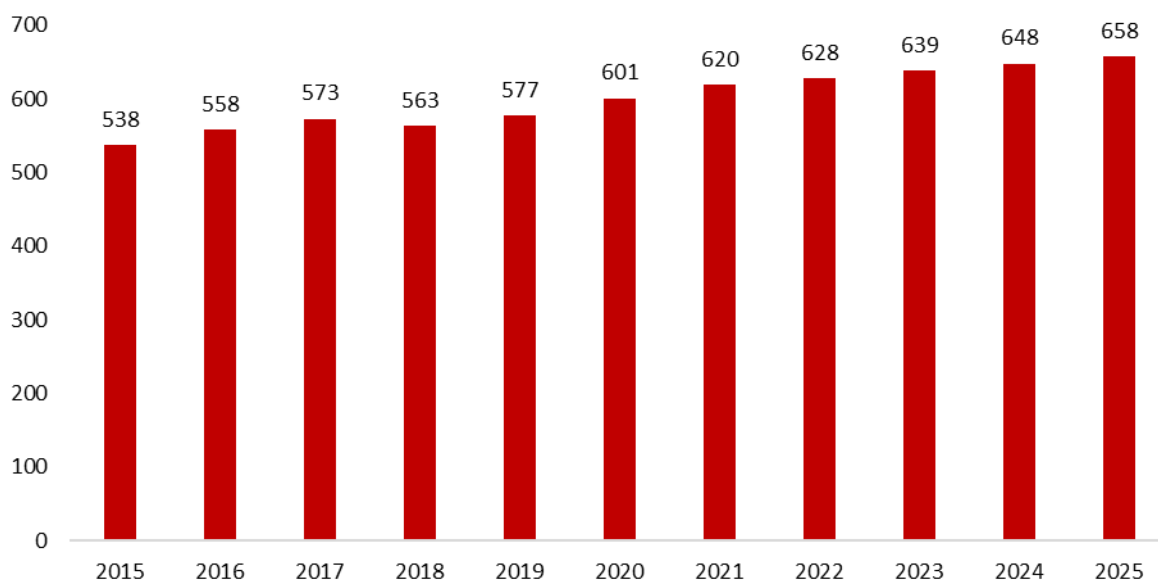
5.1.2. números do setor

Atualmente, o país conta com aproximadamente 658 shopping centers em operação – 18,311 milhões de metros quadrados de área bruta locável.

Quadro Geral de Shoppings 2026	
Total de Shoppings:	658
A inaugurar em 2026:	11
Total de Shoppings no fim de 2026:	669
Faturamento (bilhões):	200,9
Visitantes/mês (milhões):	471,0
Empregos gerados:	1.082.000
ABL Total no Brasil (m²):	18.311.277
Total de Lojas:	124.000
Sendo,	
Âncoras:	4,1%
Semi-âncoras:	3,3%
Megalojas:	4,2%
Satélites:	55,8%
Conveniência/Serviços:	11,0%
Alimentação:	19,1%
Lazer	2,5%
Salas de Cinema:	3.091
Vagas para Carros:	1.071.000

Fonte: Censo da ABRASCE 2025/2026, editado por Binswanger Brazil.

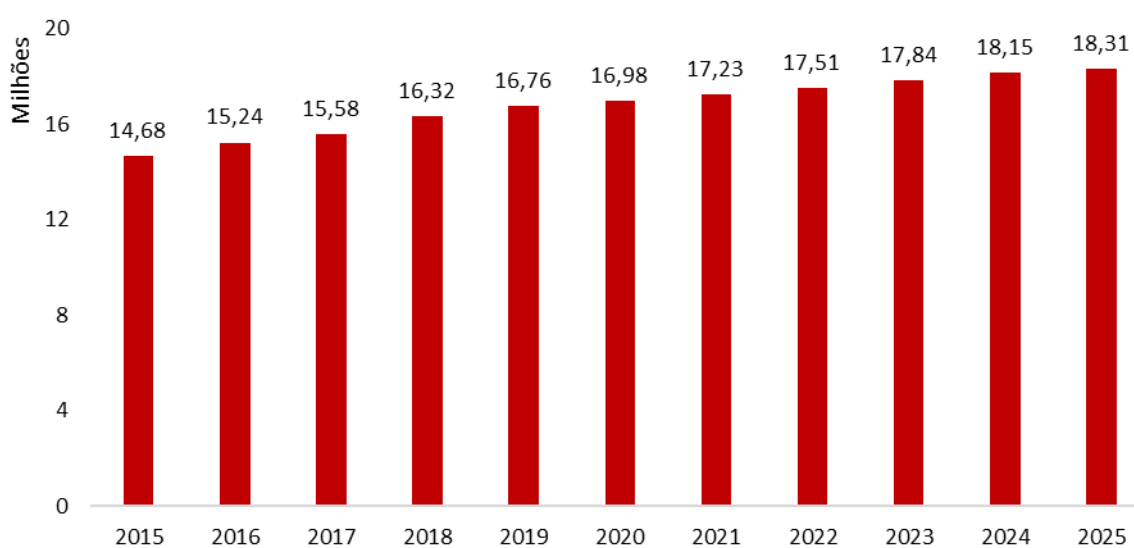
Número de Shoppings



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – abr/2026

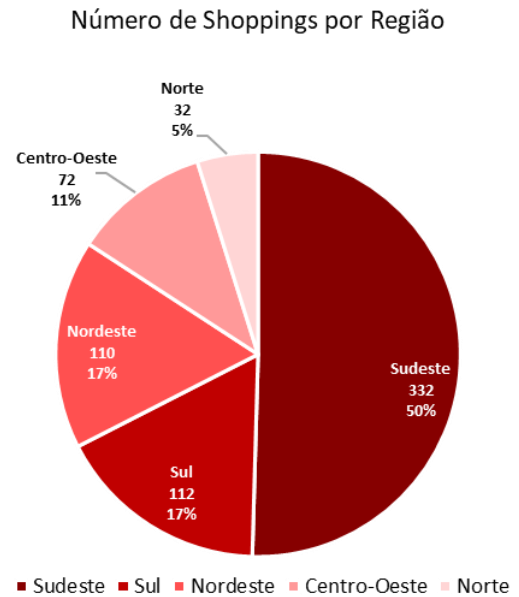
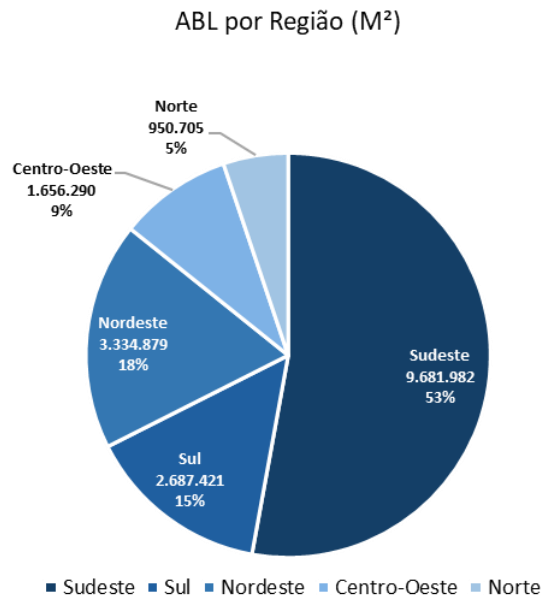
Em 2025, foram inaugurados 10 shoppings no país, sendo apenas 3 em capitais: Brasília, Porto Alegre e Curitiba. Observa-se um movimento em curso de expansão do mercado para cidades de menor porte, onde ainda não exista um centro comercial de médio ou grande porte. Nos últimos dois anos, foram inaugurados empreendimentos com ABL acima de 10 mil m² nas cidade de Boituva/SP, Rio das Ostras/RJ, Araucária/PR, Araguaína/TO, Cravinhos/SP, Vilhena/RO, Serra/ES e Ponta Grossa/PR.

Área Bruta Locável (m²)



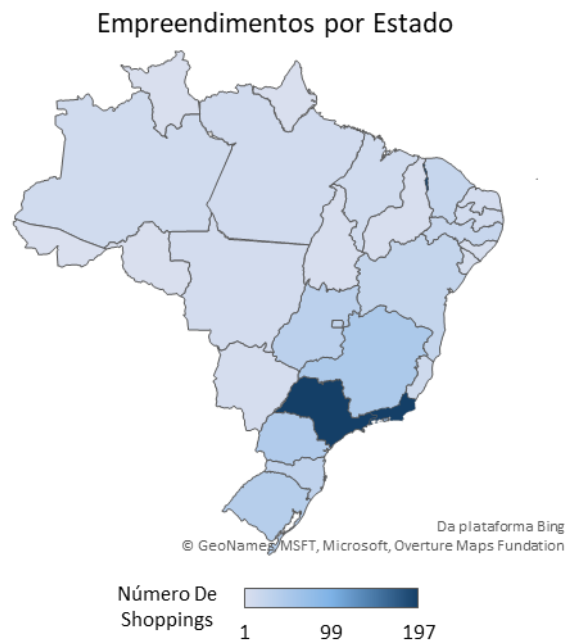
Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – abr/2026

Abaixo, apresentamos os números por região.



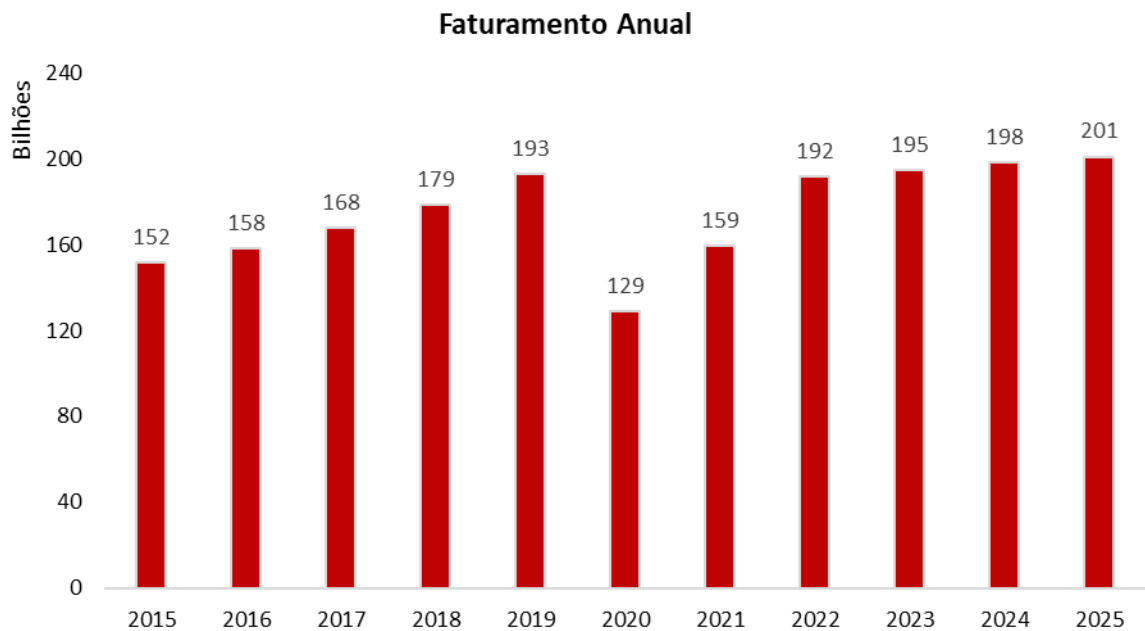
Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – abr/2026

Nota-se que o Sudeste possui aproximadamente 52,87% da área bruta locável total do país, com o Nordeste em segundo lugar com 18,21% da área bruta locável total. Com relação à quantidade de empreendimentos em operação, o Sudeste mais uma vez ocupa a primeira colocação, com 332 shoppings ativos; mas a segunda posição é ocupada pela região Sul, com um total de 112 empreendimentos. O Nordeste, nesse aspecto, está em terceiro, com 110 ativos.



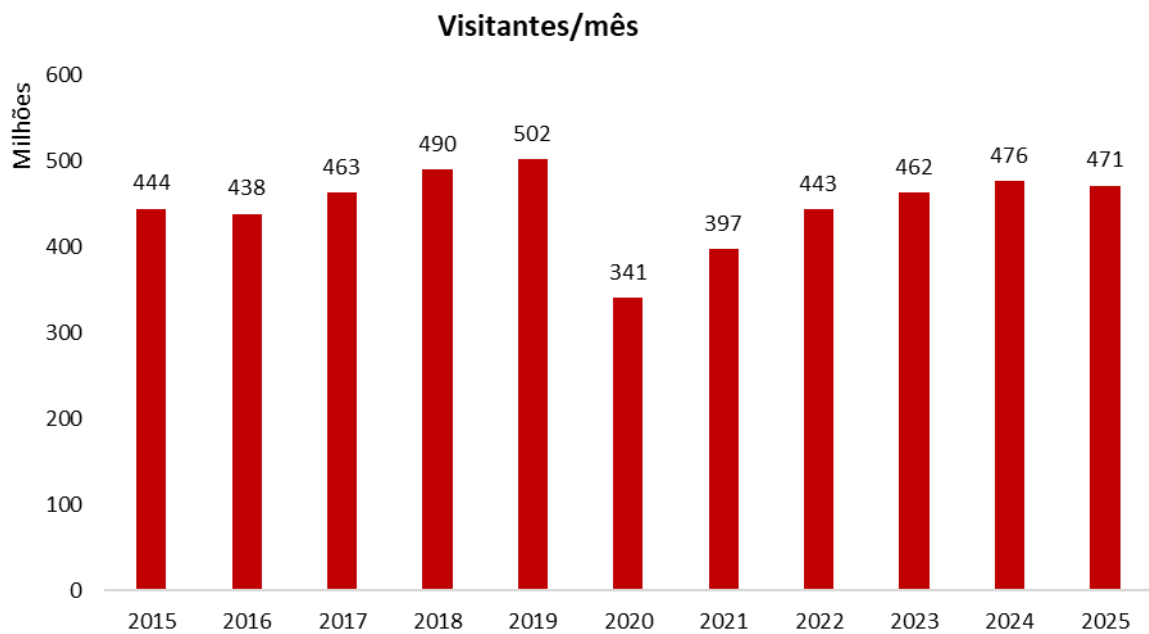
Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – abr/2026

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. Nesse sentido, no entanto, observamos uma rápida recuperação nos anos de 2021 e 2022 e o resultado de 2019 foi superado já em 2023. Desde então, o número segue a tendência de crescimento.



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

O fluxo de visitantes ainda não retornou ao patamar de 2019, consequência não só dos impactos da pandemia, que atualmente já está integralmente superada, mas principalmente do crescimento do *e-commerce* no país, que alterou o padrão de consumo do brasileiro. A resiliência no setor, no entanto, reside no fato de que, além de *marketplace*, o shopping center representa também um programa de lazer para a família brasileira.

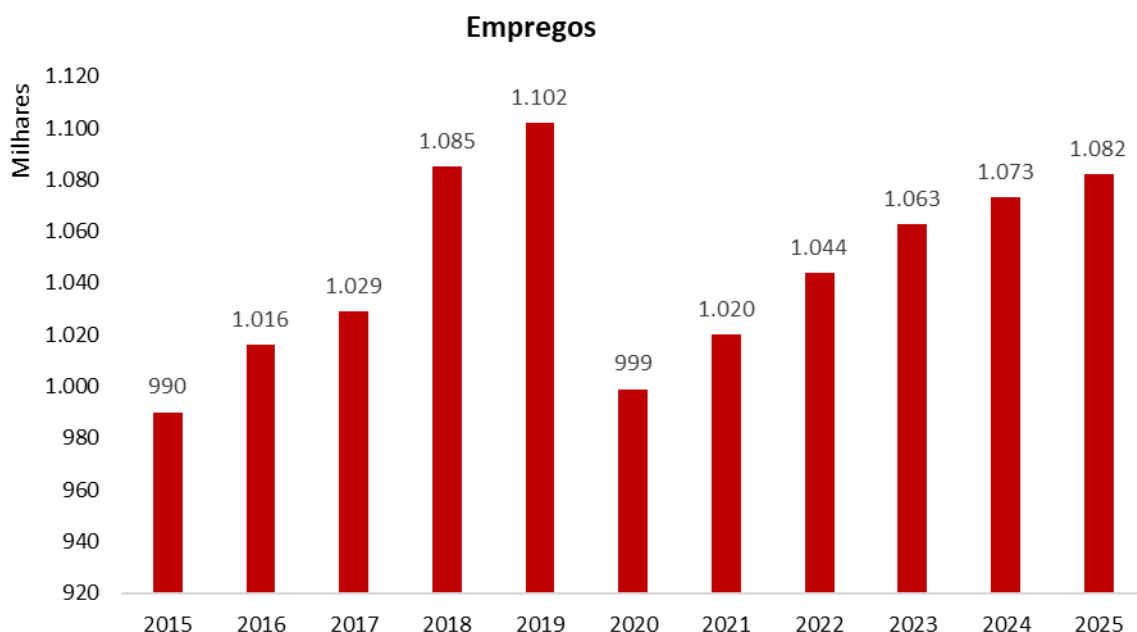


Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – mar/2025

Em resposta à expansão das compras on-line, observa-se uma transformação dos shopping centers em *hubs* de convivência, com novas ofertas de experiências e serviços distintos: alamedas gourmet, centros médicos, academias, novas opções de lazer e integração com centros empresariais, residenciais e clubes. A ideia é ofertar algo para além do varejo tradicional, expandir o fluxo nos empreendimentos e a consequente exposição dos inquilinos a potenciais consumidores.

De acordo com a ABRASCE, já se observa integração com complexos multiuso em 35% dos shopping centers ativos no país. Observa-se também o crescimento na proporção de shoppings especializados, de 13,8% do total em 2024 para 16,0% em 2025. Dentre esses, 65,5% são *Lifestyle/Open Malls*, 17,7% são *Outlets*, e 16,8% são shoppings temáticos.

Os empregos ainda seguem abaixo do patamar de 2019, mas seguem em sólida tendência de crescimento, na medida que o número de empreendimentos aumenta.



Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – abr/2026

5.1.3. Novo estoque

Em 2025, foram inaugurados 10 shoppings no Brasil: 4 na região sul, 2 no sudeste, 2 no centro-oeste, 1 no nordeste e 1 no norte, totalizando 143,7 mil m² de ABL, e em 2026, estão previstas 11 inaugurações, totalizando 193,2 mil m² de ABL, conforme tabelas abaixo:

Inaugurados - 2025				
Shopping	Estado	Cidade	ABL (m ²)	Inauguração
Singapura Shopping	Goiás	Caldas Novas	8.422	30/01/2025
Jardins de Vilhena Shopping	Rondônia	Vilhena	16.500	12/03/2025
Pulse Open Mall	Santa Catarina	Chapecó	8.000	24/09/2025
Shopping Busca Vida	Bahia	Camaçari	6.442	10/10/2025
Flow Open Mall	Paraná	Curitiba	11.000	15/10/2025
Americana Shopping	São Paulo	Americana	28.000	30/10/2025
Bourbon Carlos Gomes	Rio Grande do Sul	Porto Alegre	12.385	30/10/2025
Shopping Aldeia da Serra	Espírito Santo	Serra	18.000	01/11/2025
Manhattan Shopping	Distrito Federal	Brasília	8.000	01/11/2025
Plaza Campos Gerais	Paraná	Ponta Grossa	27.000	11/12/2025

A Inaugurar – 2026				
Shopping	Estado	Cidade	ABL (m²)	Inauguração
Shopping Praia Sul	Sergipe	Aracaju	32.000	Março de 2026
Praça Pitiguari	São Paulo	Atibaia	6.596	Março de 2026
Shopping Cidade da Serra	Minas Gerais	Lavras	16.800	Março de 2026
Centrosul Shopping	Sergipe	Lagarto	23.345	Abril de 2026
Partage Brasília	Distrito Federal	Brasília	37.742	Abril de 2026
Espaço 356	Minas Gerais	Belo Horizonte	13.900	Abril de 2026
NV Boulevard	Minas Gerais	Uberlândia	12.000	Primeiro Semestre de 2026
Shopping Parque Oeste	Bahia	Luis Eduardo Magalhães	13.000	Setembro de 2026
Norte Paraná Prime Outlet	Paraná	Londrina	18.000	Outubro de 2026
Plaza Santa Cruz	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	12.563	Outubro de 2026
Boulevard Marília Shopping	São Paulo	Marília	7.238	2026

Fonte: ABRASCE - Editado por Binswanger Brazil – abr/2026

Imóvel	Estado	Cidade	Data da Transação	Cap Rate (Estabilizado) (%)
ParkShopping Jacarepaguá	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	02/04/24	8,59%
Shopping Jardim Sul	São Paulo	São Paulo	04/04/24	8,90%
Shopping Villagio Caxias do Sul	Rio Grande do Sul	Caxias do Sul	16/04/24	8,00%
Carioca Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	29/04/24	9,80%
Bangu Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	07/05/24	7,90%
Top Shopping	Rio de Janeiro	Nova Iguaçu	09/05/24	9,30%
Shopping Ponta Negra	Amazonas	Manaus	13/05/24	8,43%
Shopping Bela Vista	Bahia	Salvador	13/05/24	10,23%
Catarina Fashion Outlet	São Paulo	São Paulo	13/05/24	9,44%
São Luís Shopping Center	Maranhão	São Luís	19/06/24	10,10%
Uberlândia Shopping	Minas Gerais	Uberlândia	26/06/24	10,00%
Shopping D	São Paulo	São Paulo	27/06/24	7,90%
Shopping Cerrado	Goiás	Goiânia	27/06/24	7,90%
Tietê Plaza Shopping	São Paulo	São Paulo	27/06/24	7,90%
Shopping Metropolitano Barra	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	27/06/24	7,90%
Shopping Cidade São Paulo	São Paulo	São Paulo	27/06/24	7,90%
Grand Plaza Shopping	São Paulo	Santo André	27/06/24	7,90%
Rio Sul Shopping Center	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	08/07/24	7,70%
Rio Sul Shopping Center	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	08/07/24	7,70%
Iguatemi São Paulo	São Paulo	São Paulo	23/07/24	11,20%
Iguatemi Alphaville	São Paulo	São Paulo	28/07/24	8,76%
Carioca Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	04/11/24	5,22%
Shopping Plaza Sul	São Paulo	São Paulo	04/11/24	9,51%
Shopping Tijuca	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	04/11/24	10,38%
Shopping Uberaba	Minas Gerais	Uberaba	25/11/24	8,00%
Pátio Paulista	São Paulo	São Paulo	11/03/25	7,40%
Expansão Pátio Paulista	São Paulo	São Paulo	11/03/25	7,40%
Pátio Higienópolis	São Paulo	São Paulo	11/03/25	7,40%
Pátio Higienópolis	São Paulo	São Paulo	14/04/25	7,70%
Midway Mall	Rio Grande do Norte	Natal	17/12/25	-
ParkShopping São Caetano	São Paulo	São Caetano	14/11/25	-
Shopping D	São Paulo	São Paulo	09/07/25	-
Tietê Plaza Shopping	São Paulo	São Paulo	29/08/25	-
Partage Santana Shopping	São Paulo	São Paulo	29/08/25	-
Campinas Shopping	São Paulo	Campinas	29/08/25	-
Grand Plaza Shopping	São Paulo	Santo André	29/08/25	-
Caxias Shopping	Rio de Janeiro	Duque de Caxias	29/08/25	-
Shopping Downtown	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	29/08/25	-
Shopping Metropolitano Barra	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	29/08/25	-
Shopping Ponta Negra	Amazonas	Manaus	29/08/25	-
Shopping Bela Vista	Bahia	Salvador	29/08/25	-
Barra Shopping	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	29/08/25	-
Shopping Pátio Cianê	São Paulo	Sorocaba	19/08/25	9,70%
Pátio Higienópolis	São Paulo	São Paulo	18/09/25	7,40%
Pátio Paulista	São Paulo	São Paulo	05/08/25	-
Shopping Paralela	Bahia	Salvador	15/08/25	-
SuperShopping Osasco	São Paulo	Osasco	11/08/25	9,60%
Shopping Ponta Negra	Amazonas	Manaus	03/01/25	-
Shopping Jardim Sul	São Paulo	São Paulo	16/09/25	7,70%
Shopping Jardim Sul	São Paulo	São Paulo	31/03/26	7,70%
Boulevard Shopping Bauru	São Paulo	Bauru	03/12/25	-
Suzano Shopping	São Paulo	Suzano	03/12/25	-
BH Shopping	Minas Gerais	Belo Horizonte	23/03/26	-
Pátio Paulista	São Paulo	São Paulo	12/02/26	-
Fashion Outlet Novo Hamburgo	Rio Grande do Sul	Novo Hamburgo	03/03/26	7,70%

Fonte: Binswanger - Editado por Binswanger Brazil – Abr/2026

6. 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.

Será realizada modelagem de forma a permitir uma análise do retorno esperado, além de apresentar uma expectativa de resultado mais próxima com a realidade mercadológica do momento.

7. 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.

7.1. ÁREAS ADOTADAS - ABL

LUC	Loja	ABL (m²)
Âncoras		3.855,50
301	Grupo Cine	1.437,85
303	X-Body Academia	606,00
313-317	Lojas Americanas	584,85
A01	Mc Donald S	400,00
210	Mc Donald S 2	82,00
142/151A	American Shoes	301,98
157-160	Clínica Partmed / Odontocompan	273,00
134*	Burger King	169,82
Satélites		1.982,58
131	Soccer Destination	92,50
120	Drogaria Efata	87,76
215/216	Mix Presentes	86,40
165/166	Hering	84,19
149	Happen	71,48
134	Key Outlet	70,00
119	Menina Marota	62,16
167	Dona Chic	60,71
A24	Divino Fogão	60,00
104A	Desbravadores	56,77
146	C7 Empório	52,00
A21	Giraffa S	51,80
117A	Subway	50,00
117	Center Cabeleireiros	47,50
115	Claro	47,50
108	Espaço Laser	47,50
116	Fotobril	47,50
110	Que Pasa Tattoo	47,50
111	Vivo	47,50
141	Jok S	43,82
107	Pink Concept	43,75
121	A Suissa	43,00

LUC	Loja	ABL (m²)
219	O Boticário	43,00
214	Gataka	40,75
220	Oficio Do Couro	40,75
152	Techsmart	40,00
153	Manu Baby	39,50
161	Estácio	39,00
106A	Luson	36,48
102	Ápice Das Sobrancelhas	32,20
138	Relojoaria Omega	30,00
103	Duck Go	28,00
147	Cacau Show	27,50
144	Le Blanc	26,70
122A	Good Cup	23,00
122	Grão Espresso	23,00
A11	Churras Express	22,75
154	Sabor Espresso	22,00
118	Score Perfumaria	22,00
231	Nastari Presentes	21,60
229	Faster Câmbio	20,80
227	Indextour	20,80
155	Tim	20,66
230	Ahroma	20,20
L01	Lotérica	18,00
A15	Cantinho Do Chopp	14,00
105	Info&Cell	8,55
Lojas Vagas		2.456,93
Total		8.295,01

Distribuição das lojas por classificação:

Classificação	ABL (m²)	Nº de Lojas
Âncora	3.855,50	8
Satélite	1.982,58	47
Loja Vaga	2.456,93	35
Total	8.295,01	90

7.2. ALUGUEL MÍNIMO E PERCENTUAL / COMPLEMENTAR

Para projeção de nossos fluxos de caixa utilizamos como base as receitas de aluguéis mínimos e complementares presentes no Rent Roll, 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
Grupo Cine	Âncora	1.437,85	9,42	1,61	11,03	12
X-Body Academia	Âncora	606,00	0,00	0,00	0,00	12
Lojas Americanas	Âncora	584,85	8,02	13,40	21,42	12
Mc Donald S	Âncora	400,00	0,00	67,16	67,16	12
American Shoes	Âncora	301,98	3,31	70,88	74,19	12
Clínica Partmed / Odontocompan	Âncora	273,00	0,00	0,00	0,00	12
Burger King	Âncora	169,82	185,79	0,00	185,79	12
Mc Donald S 2	Âncora	82,00	295,17	0,00	295,17	12
Vestuário	Satélite	437,49	157,02	0,00	157,02	12
Conveniência e Serviços	Satélite	376,74	147,17	0,00	147,17	12
Alimentação	Satélite	294,05	175,14	0,00	175,14	12
Artigos Diversos	Satélite	248,00	22,74	13,51	36,25	12
Perfumaria e cosmético	Satélite	128,95	99,82	8,67	108,49	12
Lazer	Satélite	125,52	27,88	0,00	27,88	12
Telefonia e Acessórios	Satélite	124,21	225,48	0,00	225,48	12
Joias, Relógios e Bijuterias	Satélite	116,82	178,30	0,00	178,30	12
Calçados	Satélite	110,00	46,97	44,30	91,27	12
Serviços Financeiros	Satélite	20,80	190,95	0,00	190,95	12
Loja Vaga	Satélite	1.591,93	128,94	4,71	133,65	12
Loja Vaga	Âncora	865,00	19,45	15,15	34,60	12
ABL TOTAL		8.295,01				

7.3. CRESCIMENTOS PREVISTOS

Consideramos um crescimento baseado no plano de reestruturação do empreendimento, no potencial intrínseco do imóvel e na projeção de crescimento da atividade econômica do país segundo as bases do Boletim FOCUS.

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
Grupo Cine										
X-Body Academia										
Lojas Americanas										
Mc Donald S										
American Shoes										
Clínica Partmed / Odontocompan										
Burger King										
Mc Donald S 2										
Vestuário		3%	3%	2%	2%	1%				
Conveniência e Serviços		3%	3%	2%	2%	1%				
Alimentação		3%	3%	2%	2%	1%				
Artigos Diversos		3%	3%	2%	2%	1%				
Perfumaria e cosmético		3%	3%	2%	2%	1%				
Lazer		3%	3%	2%	2%	1%				
Telefonia e Acessórios		3%	3%	2%	2%	1%				
Jóias, Relógios e Bijuterias		3%	3%	2%	2%	1%				
Calçados		3%	3%	2%	2%	1%				
Serviços Financeiros		3%	3%	2%	2%	1%				
Loja Vaga - Satélite		3%	3%	2%	2%	1%				
Loja Vaga - Âncora										

Aluguel Complementar	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
Grupo Cine		3%	3%	2%	2%	1%				
X-Body Academia		3%	3%	2%	2%	1%				
Lojas Americanas		3%	3%	2%	2%	1%				
Mc Donald S		3%	3%	2%	2%	1%				
American Shoes		3%	3%	2%	2%	1%				
Clínica Partmed / Odontocompan		3%	3%	2%	2%	1%				
Burger King		3%	3%	2%	2%	1%				
Mc Donald S 2		3%	3%	2%	2%	1%				
Vestuário		3%	3%	2%	2%	1%				
Conveniência e Serviços		3%	3%	2%	2%	1%				
Alimentação		3%	3%	2%	2%	1%				
Artigos Diversos		3%	3%	2%	2%	1%				
Perfumaria e cosmético		3%	3%	2%	2%	1%				
Lazer		3%	3%	2%	2%	1%				
Telefonia e Acessórios		3%	3%	2%	2%	1%				
Jóias, Relógios e Bijuterias		3%	3%	2%	2%	1%				
Calçados		3%	3%	2%	2%	1%				
Serviços Financeiros		3%	3%	2%	2%	1%				
Loja Vaga - Satélite		3%	3%	2%	2%	1%				
Loja Vaga - Âncora		3%	3%	2%	2%	1%				

7.4. QUIOSQUES / MALL & MERCHANDISING

As receitas provenientes de quiosques, painéis e totens de publicidade foram estimadas em 60% das receitas provenientes dos aluguéis de lojas, de acordo com o praticado atualmente no imóvel.

7.5. RECEITA DE ESTACIONAMENTO LÍQUIDA

A projeção de receitas de estacionamento considera um aumento anual de R\$ 2,00 no ticket (atualmente R\$22,00) até o ano 6 de fluxo e um crescimento anual no fluxo de veículos (atualmente 3.317 veículos por mês) conforme apresentado abaixo. O repasse do faturamento do estacionamento ao shopping, conforme histórico apresentado, é de 38,15%.

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
Ticket Médio	R\$	24,00	26,00	28,00	30,00	32,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00
Crescimento de Fluxo	%	5,00%	10,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Fluxo de Veículos	Veículos/Mês	3.483	3.832	4.023	4.223	4.435	4.657	4.657	4.657	4.657	4.657
Faturamento Mensal	R\$	85.597	99.619	112.647	126.728	141.934	158.346	158.346	158.346	158.346	158.346
Repasse Shopping	R\$	31.896	38.009	42.979	48.352	54.154	60.416	60.416	60.416	60.416	60.416

7.6. 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	1.592	1.592	1.251	1.072	894	715	536	536	536	536	536
Vacância Satélite	44,54%	44,54%	35,00%	30,00%	25,00%	20,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
ABL Vaga Âncora	865	865	472	236	0	0	0	0	0	0	0
Vacância Âncora	18,32%	18,32%	10,00%	5,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ABL Vaga Total	2.457	2.457	1.723	1.308	894	715	536	536	536	536	536
Vacância Total	29,62%	29,62%	20,77%	15,77%	10,77%	8,62%	6,46%	6,46%	6,46%	6,46%	6,46%

7.7. 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	20,0%	10,0%	5,0%	3,0%	2,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

7.8. DESPESAS GERAIS

Despesa	Premissa	Adotado
Taxa de Administração	% Sobre a Receita Bruta	8,00%
Encargos Lojas Vagas	Fixo sobre ABL Vaga	6,61
Escritório da Administração	R\$/mês	145.971,74
Despesas Gerais	R\$/mês	13.772,18
Serviços Públicos	Fixo sobre ABL Vaga	1,63
FPP	Fixo sobre ABL Vaga	3,51

7.9. INVESTIMENTOS / FRA

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.

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
FRA	% Receita Bruta	5,0%	5,0%	4,0%	4,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%

7.10. CÁLCULO DO VALOR DO IMÓVEL

Em shopping centers, é comum 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”.

7.11. FLUXO DE CAIXA DA PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E INVESTIMENTOS

Após todas nossas análises e considerações de premissas, calculamos o Valor Presente Líquido (VPL) com base nas taxas de desconto entre 10,50% e 13,50% ao ano, consideramos para o valor do empreendimento taxa de desconto de **12,00%**. A perpetuidade foi calculada a uma taxa de capitalização de **11,50%** no 10º ano.

Taxa de Desconto	Total (R\$ x 1.000)	VPL	p/m² ABL
10,50%	72.368		8.724
11,00%	70.025		8.442
11,50%	67.781		8.171
12,00%	65.630,42		7.912
12,50%	63.569		7.664
13,00%	61.593		7.425
13,50%	59.697		7.197

De acordo com os cenários e as planilhas apresentadas nos Anexos, concluímos que o valor do Shopping é de R\$ 65.630.424,12.

Em números redondos é de:

VALOR VENDA SHOPPING	(Renda – Fluxo de Caixa)	R\$ 65.630.000,00	Sessenta E Cinco Milhões, Seiscentos E Trinta Mil Reais
-----------------------------	--------------------------	--------------------------	--

8. CONCLUSÃO DA AVALIAÇÃO

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

VALOR JUSTO PARA VENDA	(Renda – Fluxo de Caixa)	R\$ 65.630.000,00	Sessenta E Cinco Milhões, Seiscentos E Trinta 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.

Taxa de Desconto	VPL	
	Total (R\$ x 1.000)	p/m² ABL
10,50%	72.368	8.724
11,00%	70.025	8.442
11,50%	67.781	8.171
12,00%	65.630,42	7.912
12,50%	63.569	7.664
13,00%	61.593	7.425
13,50%	59.697	7.197

Shopping Center Lapa - 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:	mai-27	mai-28	mai-29	mai-30	mai-31	mai-32	mai-33	mai-34	mai-35	mai-36
Receita Operacional Bruta	8.032	9.457	10.386	11.273	12.028	12.710	12.710	12.710	12.710	12.710
Receita Total Aluguel	4.780	5.625	6.169	6.683	7.111	7.491	7.491	7.491	7.491	7.491
Aluguel Mínimo	3.967	4.694	5.154	5.590	5.985	6.342	6.342	6.342	6.342	6.342
Aluguel Complementar	813	931	1.015	1.093	1.126	1.148	1.148	1.148	1.148	1.148
Quiosques	2.868	3.375	3.701	4.010	4.267	4.494	4.494	4.494	4.494	4.494
Receita De Estacionamento Líquida	383	456	516	580	650	725	725	725	725	725
Despesas Totais	-4.512	-3.862	-3.452	-3.283	-3.220	-3.136	-3.136	-3.136	-3.136	-3.136
Taxa de Administração	-643	-757	-831	-902	-962	-1.017	-1.017	-1.017	-1.017	-1.017
Encargos Lojas Vagas	-195	-137	-104	-71	-57	-43	-43	-43	-43	-43
Escritório da Administração	-1.752	-1.752	-1.752	-1.752	-1.752	-1.752	-1.752	-1.752	-1.752	-1.752
Despesas Gerais	-165	-165	-165	-165	-165	-165	-165	-165	-165	-165
Serviços Públicos	-48	-34	-26	-17	-14	-10	-10	-10	-10	-10
FPP	-103	-73	-55	-38	-30	-23	-23	-23	-23	-23
Inadimplência Irrecuperável	-1.606	-946	-519	-338	-241	-127	-127	-127	-127	-127
Resultado Operacional Líquido	3.519	5.595	6.935	7.990	8.807	9.574	9.574	9.574	9.574	9.574
Investimentos Totais	-402	-473	-415	-451	-361	-381	-381	-381	-381	-381
Reposição do Ativo	-402	-473	-415	-451	-361	-381	-381	-381	-381	-381
Resultado Líquido	3.118	5.122	6.519	7.539	8.446	9.192	9.192	9.192	9.192	9.192
Perpetuidade										79.934
Fluxo De Caixa	3.118	5.122	6.519	7.539	8.446	9.192	9.192	9.192	9.192	89.127
Taxa de Desconto	12,00%									
Capitalização	11,50%									
Valor Total	R\$ 65.630									

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 I

APÊNDICE B – EXPERIÊNCIA EMPRESA E RESPONSÁVEIS

A Binswanger é uma organização internacional de consultoria imobiliária com mais de 80 anos de tradição. Criada nos Estados Unidos em 1931, a companhia assiste a clientes corporativos em mais de 100 países, nos cinco continentes.

Durante os anos 1990, a consultoria iniciou um programa de expansão internacional, formando alianças estratégicas com organizações imobiliárias em todo o mundo, período em que se estabeleceu também no Brasil, maior mercado imobiliário da América Latina.

Fundada em 1997, a Binswanger Brazil nasceu como escritório regional da rede, e em pouco mais de duas décadas se consolidou como uma das principais fornecedoras de serviços imobiliários para o mercado corporativo brasileiro.

Com sede em São Paulo, a companhia conta atualmente com uma das melhores estruturas imobiliárias em operação no país e oferece assistência de alcance global para todo o território nacional em um balcão único para clientes em diversos setores da economia.

Mais do que atender às necessidades de clientes, a Binswanger Brazil oferece linha completa de soluções imobiliárias e projetos personalizados para atender a todas as etapas dos processos imobiliários de seus parceiros de negócio.



Isabela Monastersky (MRICS) - Diretora Técnica

Há mais de 20 anos no mercado imobiliário, Isabela possui ampla experiência nas áreas de avaliação, consultoria e transações imobiliárias. Nesse período, exerceu funções de liderança em empresas como Colliers, Newmark Knight Frank e Dworking. Possui MBA em Real Estate (USP-2010), e pós-graduação em Perícias de Engenharia e Avaliações (FAAP-1998), e ocupa - desde 2018 - a Diretoria de Consultoria e Avaliação, onde analisa portfólios imobiliários de grandes incorporadores, fundos imobiliários e de pensão e investidores.

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.