

RELATÓRIO DE VALORAÇÃO

SUZANO SHOPPING

Rua Sete de Setembro, 555 – Jardim Irai

Suzano/SP

P.VAL.KBP.435/21

A/C Hedge Investments

Av. Horácio Lafer, 160 – Itaim Bibi

CEP: 04538-080 – São Paulo/SP

**CBRE**



RELATÓRIO DE VALORAÇÃO

Suzano, SP – Brasil

Suzano Shopping

Data do relatório:
30 de junho de 2021

Preparado para:
HEDGE BRASIL SHOPPING FII

Representado por:
*HEDGE INVESTMENTS DISTRIBUIDORA DE
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS LTDA*

ÍNDICE

SUMÁRIO DE VALORAÇÃO	4
RELATÓRIO DE VALORAÇÃO	18
1. ANÁLISE DO IMÓVEL	19
1.1 CARACTERÍSTICAS DO IMÓVEL	20
1.2 PLANEJAMENTO URBANO	23
1.3 CONSIDERAÇÕES LEGAIS	24
1.4 ANÁLISE OPERACIONAL	25
1.5 ANÁLISE DE DESEMPENHO	27
2. CONDIÇÕES DE MERCADO	39
2.1 MERCADO DE SHOPPING CENTERS	40
2.2 MERCADO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO	55
3. ANÁLISE DE VALOR	61
3.1 CONSIDERAÇÕES DE VALOR	62
3.2 VALORAÇÃO	65
3.3 ANÁLISE DE VALOR CONSIDERANDO A RENDA MÍNIMA GARANTIDA	66

APÊNDICES

A. PLANTAS DE LOCALIZAÇÃO E SITUAÇÃO	67
B. FOTOGRAFIAS	69
C. FLUXO DE CAIXA PROJETADO	74

SUMÁRIO DE VALORAÇÃO

SUMÁRIO EXECUTIVO

**Data do Relatório**

30 de junho de 2021;

Avaliadora

CBRE Consultoria do Brasil Ltda.

A CBRE estabeleceu-se no Brasil em 1979 e se orgulha de ter constituído uma das maiores plataformas de negócios do país e da América Latina. Hoje a CBRE é líder de mercado em serviços imobiliários, no Brasil e mundialmente, com escritórios em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte e Curitiba. O departamento de Valoração e Aconselhamento Geral analisa anualmente cerca de 3,0 milhões de m² em ABL em Shopping Centers, incluindo empreendimentos dos principais players do país.

Destinatário

HEDGE BRASIL SHOPPING FII

Representado por Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda;

Objetivo

Determinar o valor de mercado;

Finalidade

Atendimento às resoluções vigentes da Comissão de Valores Mobiliários (CVM);

Instrução

Conforme proposta P.VAL.KBP.435/21 de 04/05/2021;

Tipo

Shopping Center;

Objeto

Suzano Shopping;

Localização

Rua Sete de Setembro, nº 555 – Jardim Irai – Suzano, SP;

Áreas	Terreno:	52.335,44 m ²
	Construída:	49.708,40 m ²
	Área Bruta Locável (ABL):	24.027,62 m ²
Titulação	Para efeito deste trabalho, assumimos que não há questões relativas à titularidade que possam impedir a venda do imóvel ou influenciar o seu valor de mercado.	
Condições de Valoração	Para a avaliação, o empreendimento foi considerado no estado em que se encontrava e não foi considerado qualquer potencial remanescente de construção que possa existir no imóvel e, tampouco, qualquer plano de expansão do shopping center.	
Data de Valoração Anterior	31 de dezembro de 2020;	
Data de Valoração	30 de junho de 2021;	
Taxas Utilizadas	Taxa de desconto: 9,25% a.a.	
	Taxa de capitalização 11º ano: 7,75%	
Opinião de Valor	<u>Considerando 100 % de participação no empreendimento:</u>	
	R\$ 299.400.000,00 (Duzentos e Noventa e Nove Milhões e Quatrocentos Mil Reais)	
	<u>Proporcional à participação do Hedge Brasil Shopping FII, considerando a renda mínima garantida:</u>	
	R\$ 45.300.000 (Quarenta e Cinco Milhões e Trezentos Mil Reais)	

BASES DE VALORAÇÃO

Conformidade com as Normas de Avaliação

Os procedimentos e metodologias adotados pela CBRE estão de acordo com a norma brasileira para avaliação de bens imóveis – NBR 14.653 (Parte 1 a 4) da ABNT – e com o “Red Book” do RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors) da Grã-Bretanha, reconhecida mundialmente e amplamente utilizada em trabalhos de consultoria imobiliária. Além disso, este relatório visa atender também as exigências do ANEXO 12 da Instrução CVM Nº 472, de 31 de outubro de 2008.

Valor de Mercado

A valoração baseia-se no conceito de "Valor de Mercado", definido pelo Red Book como:

“O valor estimado pelo qual um imóvel poderia ser transacionado na data de valoração após tempo apropriado de exposição ao mercado, entre duas partes interessadas, independentes e conhecedoras do mercado, agindo prudentemente e sem compulsão ou interesses especiais.”

Metodologia

Para este caso, em que se trata de empreendimento do tipo Shopping Center, adotamos os seguintes procedimentos para a formação de nossa opinião:

- Análise do mercado geral e local de shopping centers;
- Análise do histórico do empreendimento e de sua situação atual;
- Análise da perspectiva futura do empreendimento.

Partindo dos procedimentos mencionados acima, analisamos o desempenho do empreendimento, de modo a determinar o seu valor de mercado para a venda.

Adotamos algumas premissas para a confecção dos fluxos de caixa elaborados, conforme segue:

Valores Históricos: Os valores históricos adotados em nossas análises, foram fornecidos pela administração do empreendimento e pelo proprietário do imóvel, os quais assumimos como corretos e, desta forma, foram por nós utilizados. Adotamos como indexador para as análises históricas o IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo / IBGE.

Inflação: Para as projeções apontadas nos fluxos de

caixa desconsideramos a inflação que possa vir a existir no período analisado de 10 anos.

Adotamos o método do Fluxo de Caixa de Receitas e Despesas Projetadas para a determinação do valor de mercado do empreendimento, como segue:

Fluxo de Caixa de Receitas e Despesas Projetadas

Por esse raciocínio, o valor de mercado é obtido através do valor presente líquido do fluxo operacional projetado para o empreendimento para um período de 10 anos.

As projeções são feitas com base no desempenho atual e histórico, assumindo os valores praticados nos aluguéis mínimos, complementares e demais receitas, além de considerar níveis de vacância, inadimplência e despesas do empreendimento. O Fluxo de Caixa projetado foi modelado utilizando-se o software ARGUS Enterprise, versão 11.7.

Entre os principais fatores deste método, podemos salientar:

Taxa de Desconto e Fator de Capitalização: Aplicamos taxa de desconto coerente com a prática do mercado, levando em conta o risco/desempenho provável do cenário, e aplicamos o fator de capitalização no 11º ano com base em valores originados do desempenho do empreendimento.

A teoria de finanças (CAPM, WACC, etc) para determinar taxas de desconto é amplamente empregada para avaliação de empresas, mas não é aplicável para avaliação de imóveis.

Desta forma, procuramos ser o mais coerente possível com a realidade local. Para estimar as taxas de desconto, a CBRE utiliza transações comparáveis de venda e entrevistas com players de cada segmento, observando também as perspectivas gerais do mercado analisando resultados parciais de transações de venda em curso. A CBRE está envolvida em grande volume de transações, quer diretamente (quando a CBRE é ou foi a corretora diretamente envolvida ou quando a CBRE é ou foi a avaliadora da transação), ou indiretamente, quando a CBRE recebe posteriormente a informação das transações para fins de avaliação.

Todas as transações são equalizadas, formando um banco de dados de transações padronizado. Os ativos avaliados por nós são comparados com este banco de

dados para a conclusão das taxas aplicáveis a cada ativo individualmente. Contato com agentes de mercado e análise de transações de venda em andamento ajudam a identificar o pensamento atual e as tendências, tornando possível ajustar as taxas, se necessário, devido a qualquer obsolescência do nosso banco de dados.

Adicionalmente, as taxas devem refletir, além das questões de mercado citadas anteriormente, os riscos intrínsecos ao imóvel e às premissas utilizadas na projeção do fluxo de caixa, considerando as características individuais de cada propriedade, incluindo construções, localização, características do mercado local, etc., além do histórico de performance do empreendimento e de seu estágio de maturação. Mercados secundários ou mercados em que o timing de recuperação é mais difícil de prever, por exemplo, são os mercados que exigem taxas de desconto e taxas de capitalização mais altas do que os ativos melhor posicionados, devido a um aumento nos riscos percebidos pelos investidores.

Crescimento das Receitas: Assumimos taxas de crescimento diferenciadas e cenários variando de acordo com a previsão de desempenho futuro do empreendimento, eventual situação de concorrência futura e a nossa sensibilidade sobre o potencial do mesmo, entre outros fatores.

Vacância: Os percentuais de vacância utilizados nos fluxos foram estimados de acordo com a vacância atual e histórica, considerando, inclusive, as negociações em andamento para a ocupação de algumas lojas.

No software utilizado para projeção do fluxo de caixa, a vacância estimada para o empreendimento é refletida através da perda de receita de aluguel, e é composta por duas linhas – (i) Vacância: Absorção e Renovação e (ii) Vacância Financeira Mínima. A primeira linha refere-se a perda de receita com as áreas atualmente vagas e a vacância estimada na renovação dos contratos. A segunda linha trata-se de um valor que complementa a primeira linha, considerando uma vacância mínima para o empreendimento.

Inadimplência: Utilizamos no fluxo de caixa, percentuais estimados, os quais foram projetados para os próximos anos, de acordo com o desempenho histórico e atual e das negociações com os lojistas

visando à diminuição desse encargo para o empreendedor.

Áreas: Não foram realizadas medições no empreendimento, porém, como instruído, nós confiamos e adotamos as áreas fornecidas pelo cliente.

Aviso Legal e Isenção de Responsabilidade

Este relatório de valoração (o “RELATÓRIO”) foi elaborado pela CBRE Consultoria do Brasil Ltda. (“CBRE”) exclusivamente para o HEDGE BRASIL SHOPPING FII (“CLIENTE”), de acordo com os termos da Proposta P.VAL.KBP.435/21 de 04/05/2021, celebrada entre a CBRE e o CLIENTE (“PROPOSTA”). O RELATÓRIO é confidencial e de uso exclusivo pelo CLIENTE e por qualquer outro destinatário identificado neste documento, estando o CLIENTE e os destinatários proibidos de divulgar o RELATÓRIO a quaisquer terceiros, salvo se expressamente autorizados pela CBRE nos termos da PROPOSTA.

Caso a CBRE tenha expressamente concordado (por meio de uma carta de autorização) que outras pessoas ou entidades além do CLIENTE ou dos destinatários aqui identificados possam fazer uso ou se basear no RELATÓRIO (“PARTE AUTORIZADA” ou “PARTES AUTORIZADAS”), a CBRE não terá responsabilidade adicional para com qualquer PARTE AUTORIZADA do que teria se tal parte fosse qualificada como CLIENTE na PROPOSTA.

A responsabilidade máxima da CBRE para com o CLIENTE, destinatários e qualquer PARTE AUTORIZADA, independentemente se decorrente, em conexão com ou em virtude deste RELATÓRIO e/ou com a PROPOSTA, por descumprimento contratual, negligência ou outra forma, não excederá o valor total da PROPOSTA.

Sujeito aos termos da PROPOSTA, a CBRE não se responsabiliza por lucros cessantes, perdas ou danos indiretos, independentemente do motivo de que tenha sido originada, por descumprimento contratual, negligência ou ou outra forma, decorrentes ou relacionados a este RELATÓRIO.

Caso algum terceiro que não seja o CLIENTE, o DESTINATÁRIO ou uma PARTE AUTORIZADA tenha acesso a este Relatório, tal terceiro terá acesso apenas para fins informativos e não pode fazer uso do mesmo. O terceiro não poderá se basear no RELATÓRIO para qualquer finalidade e a CBRE não se responsabiliza por qualquer perda ou dano que o terceiro possa sofrer (direto ou indireto) como resultado do uso não autorizado deste RELATÓRIO ou ainda em virtude do terceiro ter se baseado nele para qualquer finalidade. A CBRE não se compromete a fornecer informações adicionais ou corrigir quaisquer imprecisões no RELATÓRIO.

Nenhuma das informações deste RELATÓRIO constitui aconselhamento, sugestão ou orientação quanto à decisão de celebrar qualquer forma de transação ou operação.

Se qualquer pessoa, física ou jurídica, não entender este aviso legal, é recomendado procurar aconselhamento jurídico independente.

Incertezas sobre a Valoração em Função do Novo Coronavírus

A Declaração de “Pandemia Global”, promulgada em 11 de março de 2020 pela OMS (Organização Mundial da Saúde), em função da proliferação do agente patogênico “Novo Coronavírus” (COVID-19), vem causando enormes incertezas nas condições dos mercados, local e global. O mercado financeiro global registrou significativa queda desde o final de fevereiro, consequência das preocupações com as interrupções nos setores de comércio, indústria e serviços, além de outros e consequente queda na demanda. Muitos países implementaram restrições de deslocamento e viagens de seus cidadãos, fechamentos de fronteiras e várias outras medidas, além de quarentena e distanciamento social.

A maioria dos setores econômicos está sendo afetada e o segmento imobiliário não ficou imune aos acontecimentos. Em função disto, na data da avaliação, temos que ser mais conservadores ao analisarmos as evidências e dados de mercados pretéritos ao início da “pandemia global” para fins de comparação e formação da convicção de nossas opiniões de valores. De fato, as respostas atuais do mercado imobiliário ao COVID-19 significam que estamos diante de um conjunto de circunstâncias sem precedentes para embasar um julgamento mais assertivo.

Nossas avaliações imobiliárias foram e são, assim, relatadas com base em “incertezas nas avaliações materiais”. Consequentemente, tais incertezas - e maior cautela - devem ser atribuídas às nossas avaliações que normalmente seria o caso. Os valores expressos podem mudar mais rápida e significativamente do que em condições normais de mercado. Dada às incertezas e ao impacto futuro desconhecido que o COVID-19 possa ter sobre o mercado imobiliário, **recomendamos que mantenham o presente relatório/laudo de avaliação sob constante e frequente revisão.**

A incerteza em torno do COVID-19 está tendo um impacto direto sobre o mercado imobiliário, particularmente no segmento de Shopping Center. Tal impacto é atualmente desconhecido e de difícil mensuração e dependerá diretamente da escala e da duração desta pandemia.

Nossas análises de valores foram e são baseadas em informações disponíveis na data da avaliação. Embora tenhamos tomado todas as medidas razoáveis para estimar os efeitos sobre a propriedade, as significativas incertezas sobre os mercados de capitais e os rápidos desdobramentos desses eventos, torna-se difícil avaliar e quantificar os impactos que esta pandemia teve sobre o valor de mercado para este tipo de imóvel. **Recomendamos também cautela ao se basear nesta avaliação para tomada de decisões.**

A fim de evitar dúvidas, a inclusão deste Alerta de Incerteza não significa que esta avaliação não possa ser invocada. O objetivo deste Alerta é garantir a transparência para o fato que, nas atuais e extraordinárias circunstâncias, pode ser atribuído grau de precisão inferior ao comumente auferido em nossas análises. Portanto, tal Alerta não invalida a presente avaliação.

Condições Gerais

Certificamos que, de acordo com a nossa melhor prática, os fatos e evidências contidos neste relatório são verdadeiros e estão sujeitos às condições e limitações descritas a seguir.

1. A CBRE declara e garante não ter qualquer controle ou participação, inclusive financeira, nas decisões sobre a administração e locação das áreas do imóvel avaliado, ressaltando que não existe qualquer garantia de que os valores de aluguel, receitas do imóvel e/ou despesas projetados serão efetivamente realizados.
2. O laudo de avaliação não faz qualquer tipo de julgamento sobre a capacidade de qualquer locatário específico cumprir sua obrigação de pagar os valores da locação e/ou os custos e taxas relativas à ocupação do imóvel avaliado.
3. Todas as análises, opiniões, premissas e estimativas deste estudo foram elaboradas e adotadas dentro do contexto de mercado e conjuntura econômica na data da realização deste relatório. Havendo modificações do cenário econômico ou mercadológico, poderá haver alterações significativas nos resultados informados e conclusões deste trabalho.
4. Não foram consideradas quaisquer despesas de venda nem de tributação que possam surgir em caso de alienação. Do mesmo modo não foram consideradas despesas de aquisição em nossa avaliação.
5. Não consideramos qualquer saldo pendente de hipotecas, empréstimos ou quaisquer outras dívidas que possam existir para com o imóvel, sejam em termos de principal ou dos juros relativos ao mesmo.
6. Não consideramos quaisquer acordos entre empresas ou quaisquer obrigações ou outros encargos.
7. Não foram considerados quaisquer incentivos fiscais ou de outra natureza por parte dos governos Federal, Estadual ou Municipal. Foi assumido que o imóvel cumpre os requisitos da legislação em vigor quanto à saúde e segurança, encargos trabalhistas e responsabilidade civil.
8. Todos os cálculos são baseados na análise das qualificações físicas da propriedade em estudo e de informações diversas levantadas no mercado, que são tratadas adequadamente para serem utilizadas na determinação do valor do respectivo imóvel. Os detalhes da propriedade em que cada avaliação se baseia são os estabelecidos no presente relatório.
9. Diversas premissas adotadas para a elaboração do laudo de avaliação foram (i) passadas para nós pelo proprietário do imóvel e/ou pela administradora do shopping; e (ii) elaboradas por terceiros, inclusive fundações, entidades governamentais e outras pessoas, naturais ou jurídicas, públicas ou privadas. Não faz parte do escopo deste trabalho a realização de uma *due diligence* de tais premissas, inclusive de informações e documentos recebidos de nossos clientes ou terceiros. Deste modo, ao adotá-las como base, a CBRE presume sua veracidade e completude, sem fazer qualquer tipo de verificação prática. Cabe ao potencial investidor a verificação da veracidade e adequação de todos os documentos e

informações utilizadas.

10. Se algum dos dados ou hipóteses em que a avaliação se baseou for posteriormente considerado como incorreto, os valores de avaliação também podem ser e devem ser reconsiderados.
11. Todas as medidas, áreas e idades citadas em nosso relatório são aproximadas.
12. Na falta de qualquer informação em contrário, a CBRE assumiu que:
 - (a) Não existem condições do solo anormais nem vestígios arqueológicos presentes que possam afetar adversamente a ocupação, atual ou futura, e o desenvolvimento ou o valor do imóvel;
 - (b) Atualmente não há conhecimento de materiais nocivos ou perigosos ou tecnicamente suspeitos, que tenham sido utilizados na construção do imóvel;
 - (c) O imóvel possui um título firme e alienável, livre de qualquer ônus ou restrições;
 - (d) Todas as edificações foram concebidas antes de qualquer controle de planejamento, ou de acordo com a legislação de uso e ocupação, com as devidas licenças de construção, permanente ou direitos de uso existentes para a sua utilização corrente;
 - (e) O imóvel não é adversamente afetado por propostas de planejamento urbano;
 - (f) Todas as edificações cumprem os requisitos estatutários e de autoridades legais, incluindo normas construtivas, de segurança contra incêndio, salubridade e segurança.
13. Não realizamos levantamento topográfico ou avaliação ambiental e não investigamos dados históricos para poder determinar se o terreno está ou esteve contaminado. Na falta de qualquer informação em contrário, assumiu-se que:
 - (a) O imóvel é livre de contaminação e não é adversamente afetado por qualquer lei em vigor ou propostas ambientais;
 - (b) Qualquer atividade realizada no imóvel é regulada pela legislação ambiental e devidamente licenciada pelas autoridades competentes;
14. A elaboração do laudo de avaliação não configura uma recomendação de compra ou venda do imóvel avaliado, seja pelo valor apontado no laudo, ou por qualquer outro valor. A decisão sobre uma transação de compra e venda do imóvel e sobre o valor a ser transacionado é de responsabilidade da parte compradora e negociação com a vendedora do mesmo.
15. Ressaltamos que a CBRE não tem qualquer tipo de controle ou exerce qualquer tipo de influência sobre as decisões tomadas antes, durante e depois da entrega do imóvel avaliado e, portanto, sua responsabilidade fica limitada apenas à elaboração do laudo de avaliação, com base nas informações de mercado disponíveis naquele momento e demais condições informadas neste laudo.
16. Conforme previsto pela NBR 14.653 – Parte 1, item 7.3, decorrente da situação excepcional causada pela pandemia do COVID-19, não foi possível realizar a vistoria ao imóvel avaliando. Para fins de avaliação, foi adotada uma situação paradigma descrita neste relatório, previamente acordado com o cliente.

Pressupostos Gerais

Sem prejuízo das demais reservas realizadas pela CBRE no laudo de avaliação, as seguintes premissas devem ser consideradas:

1. No melhor conhecimento da CBRE, todas as informações e documentos recebidos para análise são verdadeiros, corretos, completos e suficientes para elaboração do documento apresentado.
2. As projeções, estimativas e declarações futuras constantes do laudo de avaliação têm por embasamento, em grande parte, expectativas atuais, estimativas sobre eventos futuros e tendências que afetam ou podem potencialmente vir a afetar os negócios, o setor de atuação e a situação financeira dos empreendimentos em que investir. Estas estimativas e declarações estão sujeitas a diversos riscos, incertezas e suposições e são feitas com base nas informações de que atualmente dispomos.
3. As palavras “acredita”, “pode”, “poderá”, “estima”, “continua”, “antecipa”, “pretende”, “espera” e expressões similares têm por objetivo identificar projeções, estimativas e declarações futuras. As projeções, estimativas e declarações futuras contidas neste documento referem-se apenas à data em que foram expressas, sendo que não temos a obrigação de atualizar ou rever quaisquer dessas estimativas em razão da ocorrência de nova informação, de eventos futuros ou de quaisquer outros fatores. Essas estimativas envolvem riscos e incertezas e não consistem em garantia de um desempenho futuro. Os reais resultados ou desenvolvimentos podem ser substancialmente diferentes das expectativas descritas nas estimativas e declarações futuras. Tendo em vista os riscos e incertezas envolvidos, as estimativas e declarações acerca do futuro constantes deste documento podem não vir a ocorrer e, ainda, os resultados futuros e desempenho dos empreendimentos podem diferir substancialmente daqueles previstos em nossas estimativas. Por conta dessas incertezas, o investidor não deve se basear nessas estimativas e declarações futuras para tomar uma decisão de investimento.
4. O conteúdo do laudo de avaliação não constitui qualquer tipo de opinião ou recomendação de investimento ou transação. Os proprietários do imóvel avaliado não estão vinculados às conclusões da CBRE para tomar suas decisões com relação ao mesmo.
5. A CBRE não assume qualquer responsabilidade, direta ou indireta, (i) pelas assunções feitas em âmbito do laudo de avaliação, inclusive em hipóteses de cenários ideais exemplificativos de possíveis resultados provenientes de operações com o imóvel avaliado, e (ii) pelo retorno do investimento no imóvel.
6. A CBRE não assume qualquer responsabilidade, direta ou indireta, civil ou administrativa, por qualquer tipo de perda ou prejuízo resultante da interpretação de informações contidas no laudo de avaliação.

DISPOSIÇÕES FINAIS

Independência

Ressaltamos que a relação entre a CBRE e o HEDGE BRASIL SHOPPING FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO, não afeta a independência e a objetividade deste trabalho.

Atestamos que não temos interesse presente ou futuro no imóvel objeto de análise deste trabalho e que nem os honorários ou quaisquer outros custos relacionados à execução desta avaliação estão condicionados a nossa opinião de valor sobre o imóvel aqui expressa.

Conflito de Interesses

Não temos conhecimento de qualquer conflito de interesses que possa influenciar este trabalho.

Autorização de Uso do Relatório

Apenas os listados abaixo podem fazer uso e se basear neste relatório exclusivamente para a finalidade neste estipulada e nenhuma responsabilidade será aceita para com qualquer outra parte pelo todo ou parte do conteúdo do relatório:

- (i) Destinatário listado nesse relatório;
- (ii) Outras partes que tenham previamente recebido consentimento escrito da CBRE para tal no formato de uma carta de autorização.

Responsabilidade

Este relatório é de uso exclusivo da parte a quem se dirige e para o fim específico aqui definido, não aceitando qualquer responsabilidade atribuída a terceiros à totalidade ou parte de seu conteúdo.

Publicação

Nenhuma parte do nosso relatório, nem quaisquer referências, pode ser incluída em qualquer documento, circular, declaração, prospecto e ofertas públicas de FII, nem publicadas em qualquer forma sem a nossa autorização prévia por escrito da forma e contexto em que ele aparecerá.

A publicação desse relatório ou referência a ele não será permitida a menos que contenha referência suficiente às premissas especiais utilizadas e mencionadas neste relatório.

Fica o cliente (HEDGE BRASIL SHOPPING FII) desde já autorizado a publicar este relatório na íntegra.

Atenciosamente,



Eduardo P. G. Christiano, MRICS, RICS RV

CREA N.º 5069382495

Diretor

Para e em nome de

CBRE Consultoria do Brasil Ltda.

T: + 55 11 2110-9180

E: eduardo.christiano@cbre.com.br

Kleber Benedeti Peres

Engenheiro Civil

Consultor

T: + 55 11 2110 9189

E: kleber.peres@cbre.com.br

RELATÓRIO DE VALORAÇÃO

1

ANÁLISE DO IMÓVEL

1.1 CARACTERÍSTICAS DO IMÓVEL

1.1.1 Localização

O imóvel está localizado à Rua Sete de Setembro, 555, centro, município de Suzano, estado de São Paulo.

O mapa de localização está anexado ao Apêndice A do presente relatório.

1.1.2 Situação

O imóvel está localizado na região centro do município, na quadra delimitada pela Avenida Armando Salles de Oliveira, Rua Sete de Setembro e Alameda Meyer Joseph Nigri.

Como referência, o imóvel está a:

- 800 m da UNISUZ – Faculdade Unida de Suzano;
- 1 km da Câmara Municipal de Suzano;
- 1 km da Prefeitura Municipal de Suzano;
- 3 km do Terminal Rodoviário de Suzano;
- 20 km do Aeroporto Internacional de Guarulhos.

A planta de situação está anexada ao Apêndice A.

1.1.3 Ocupação Circunvizinha

O imóvel está localizado na região central da cidade de Suzano, próximo aos órgãos públicos importantes do município. Além disso, está próximo também de escolas e da UNISUZ (Faculdade Unida de Suzano). A região tem uma ocupação mista comercial, residencial e de serviços.

1.1.4 Melhoramentos Urbanos

O local é amplamente servido por serviços públicos básicos: rede de abastecimento de água, de energia elétrica, de esgoto, de comunicações, galerias de água pluvial, conservação de vias públicas, limpeza pública, ruas pavimentadas, iluminação pública, coleta de lixo e entrega postal.

A Rua Sete de Setembro possui quatro pistas de rolamento com duplo sentido e com passeios para pedestres de ambos os lados.

1.1.5 Comunicações

Quanto à malha de transportes, o imóvel encontra-se próximo às principais vias da cidade, destacando-se as avenidas Armando Salles de Oliveira, Brasil e Major Pinheiro Froes, proporcionando fácil e rápido acesso às demais regiões da cidade, além de proporcionar acesso às principais rodovias que passam pelo município. As rodovias Índio Tibiriçá e Henrique Eroles passam diretamente por Suzano, que possui acesso direto à Ayrton Senna e indireto à Mogi-Dutra, e consequentemente à própria Rodovia Pres. Dutra.

Quanto ao transporte urbano, a região é servida de linhas de ônibus, que ligam a região aos demais bairros da cidade.

Quanto ao transporte aéreo, o aeroporto mais próximo é o Aeroporto Internacional de Guarulhos, a cerca de 20 km do imóvel, funcionando com voos domésticos e internacionais.

1.1.6 Descrição

Conforme previsto pela NBR 14.653 – Parte 1, item 7.3, decorrente da situação excepcional causada pela pandemia do COVID-19, não foi possível realizar a vistoria ao imóvel avaliando. Para fins de avaliação, foi adotada uma situação paradigma descrita a seguir, com base em informações enviadas pelo cliente.

O Suzano Shopping foi inaugurado em 21 de setembro de 2000, é formado por um edifício principal térreo composto por lojas, e edifícios auxiliares, sendo um destinado ao Poupatempo do Governo do Estado de São Paulo e outros dois de uso para lojas.

As fotografias do imóvel estão anexadas ao Apêndice B.

a. Instalações e Equipamentos

Circulação Vertical

- 2 elevadores.

Sistema de Ar Condicionado

- Sistema central de água gelada;
- Capacidade de 600 TR;
- 3 Chillers.

Sistema de Abastecimento de Água e Combate a Incêndio

- 2 Reservatórios inferiores com capacidade de 150 m³ cada;
- 1 Reservatório superior com capacidade de 100 m³;
- Sistemas de combate a incêndio: hidrantes, *sprinklers*, alarmes e extintores.

Sistema de Abastecimento de Energia Elétrica

- 1 Gerador com capacidade de 330 kVA.

Serviços aos Ocupantes e/ou Visitantes

- Estacionamento Self-Parking;

b. Vagas de Estacionamento

O imóvel possui 1.533 vagas demarcadas para automóveis, o que representa uma relação de vagas por ABL de cerca de 1:16.

1.1.7 Áreas

Não foi realizada a medição do imóvel, porém, como mencionado, nós confiamos nas informações que nos foram fornecidas pela contratante.

O quadro abaixo apresenta as áreas do imóvel:

Descrição	Área
Terreno:	52.335,44 m²
Construída:	49.708,40 m²
Área Bruta Locável (ABL):	24.027,62 m²

1.1.8 Estado de Conservação

Não foi possível realizar a vistoria presencial no imóvel avaliando decorrente da situação excepcional causada pela pandemia do COVID-19.

Para fins de avaliação, assumimos a situação paradigma que, de modo geral, o imóvel encontrava-se em bom estado de conservação, não necessitando de reparos emergenciais.¹

1.1.9 Questões Ambientais

Nós não realizamos investigações de usos anteriores, no imóvel ou quaisquer adjacentes, para verificar se existe qualquer possibilidade de contaminação de tais utilizações ou locais, ou outros fatores de risco ambientais e, por isso, assumimos que não haja risco nenhum.²

1.1.10 Projetos de Expansão

Não nos foram disponibilizados quaisquer dados a respeito de possíveis projetos de expansão para o imóvel em análise.

¹ A CBRE não foi instruída a verificar as condições estruturais das construções ou de suas fundações, nem testamos os equipamentos e serviços anteriormente mencionados. Não temos razões para suspeitar de que exista algum problema sério, mas não podemos responder por esses aspectos e suas possíveis implicações. Nós consideramos apenas a vistoria limitada ao propósito desta avaliação.

² A CBRE não foi instruída a fazer investigações em relação à presença ou potencial de contaminação do terreno ou edifício ou a presença potencial de outros fatores de risco ambiental.

1.2 PLANEJAMENTO URBANO

1.2.1 Uso e Ocupação do Solo

Por se tratar de um imóvel já construído e em funcionamento e por não termos sido instruídos a pesquisar informações legais sobre o uso e ocupação do solo para o imóvel em análise, consideramos que as construções ali existentes estejam em conformidade com a legislação atual, e/ou da época de sua edificação, e que eventuais irregularidades já estejam em processo de regularização. Não temos conhecimento de quaisquer problemas que possam ter impacto negativo sobre o valor do imóvel.

1.3 CONSIDERAÇÕES LEGAIS

1.3.1 Titulação

Recebemos cópia da certidão de matrícula do imóvel, emitida em 13 de fevereiro de 2020, registrado no Oficial de Registro de Imóveis e Anexos de Suzano/SP, sob as matrículas de nº 50.844, 50.906, 50.907, 50.908, 50.909, 50.910, 50.911, 50.912, 50.941 e 59.298.

Conforme informado pela administração do empreendimento, o shopping apresenta a seguinte composição societária:

Proprietário	Participação
HBR 42	55,00%
Malls Brasi Plural FII	25,00%
Hedge Brasil Shopping FII	15,00%
JRG	5,00%

Salientamos que não foram feitas investigações sobre a situação atual da documentação, considerando-se, portanto, como correta e de conhecimento do proprietário.

Para este trabalho, assumiremos a ausência de quaisquer dívidas, dúvidas ou ônus que pudessem vir a interferir na determinação do valor de mercado do imóvel.

1.3.2 Dispêndios

Não foram feitas investigações sobre a situação atual do IPTU (Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana) do imóvel em análise.

Para este trabalho, assumiremos que o cliente tem total conhecimento da situação fiscal do imóvel e que não existem quaisquer pendências fiscais em relação ao imóvel que possam impedir ou afetar o seu valor de venda.

1.4 ANÁLISE OPERACIONAL

Esta etapa do trabalho tem por objetivo identificar a composição operacional do empreendimento, abrangendo a empresa responsável por sua administração, o mix de lojas atual e o histórico da vacância.

Os dados aqui expostos referem-se ao período entre abril de 2016 e abril de 2021.

1.4.1 Administração do Empreendimento

Na data base desta avaliação, a administração do empreendimento estava a cargo da empresa HBR.

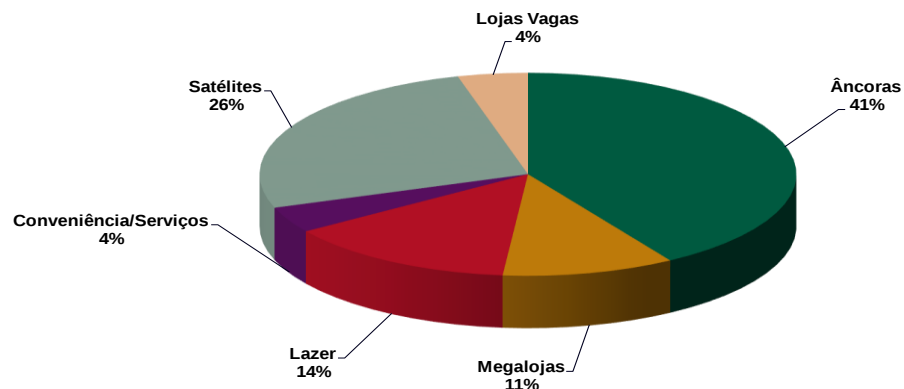
1.4.2 Mix de Lojas

Recebemos da administração do empreendimento as plantas comerciais do empreendimento e a relação dos contratos de locação vigentes e áreas vagas, com data base de abril de 2021. De acordo com essas informações, o empreendimento apresentava o seguinte mix de lojas:

Segmento	# Lojas	ABL	
		m²	%
Âncoras	6	9.881,06	41%
Megalojas	4	2.494,91	10%
Lazer	3	3.359,81	14%
Conveniência/Serviços	11	996,02	4%
Satélites	89	6.281,22	26%
Lojas Vagas	21	1.014,60	4%
Total	134	24.027,62	100%

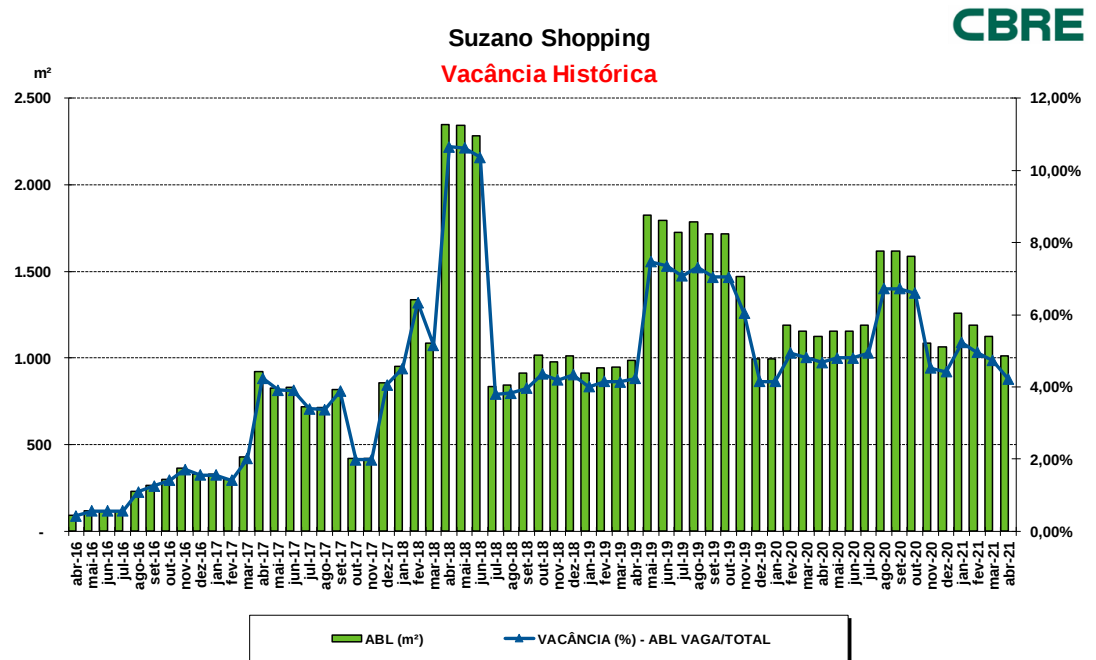
Suzano Shopping
Composição do Mix

CBRE



1.4.3 Taxa de Vacância

O gráfico a seguir mostra a variação da Taxa de Vacância no empreendimento no período analisado.



1.5 ANÁLISE DE DESEMPENHO

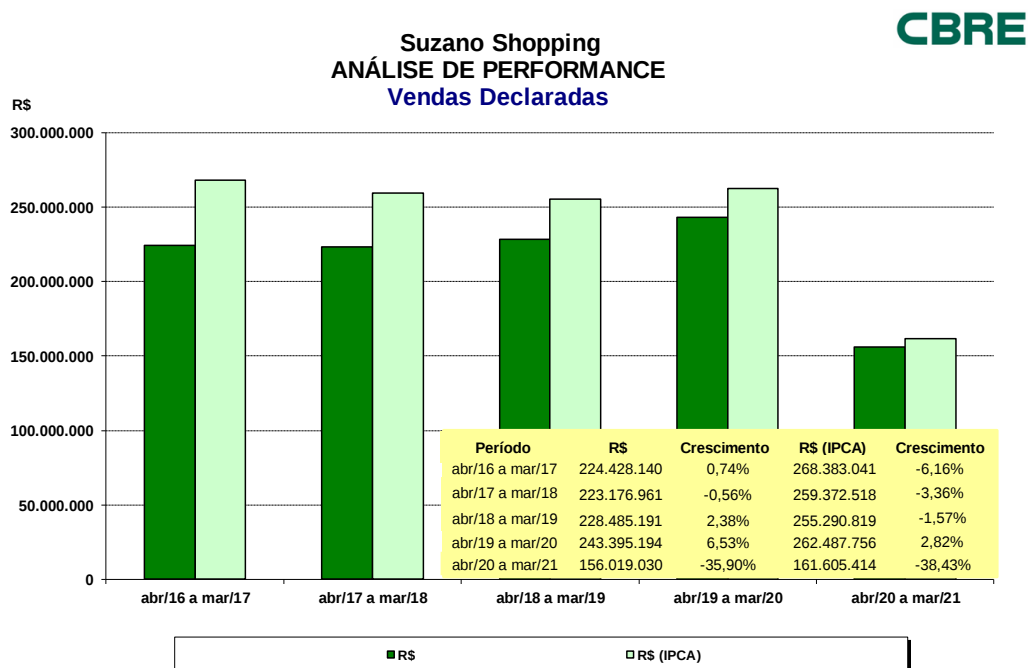
Esta etapa do trabalho tem por objetivo identificar o desempenho financeiro do empreendimento, sua performance quanto às vendas, aos aluguéis praticados e outras fontes de receitas e às despesas, o que nos dará subsídios para as análises de valor.

Buscamos identificar as informações da maneira mais detalhada possível e em termos gerais, as informações fornecidas foram suficientes para atingir grau de precisão que pode ser considerado aceitável.

Os dados aqui expostos referem-se ao período entre abril de 2016 e abril de 2021, e provêm do cruzamento das informações prestadas pela administração do Shopping Center e, também, pelo empreendedor do empreendimento.

1.5.1 Vendas Declaradas

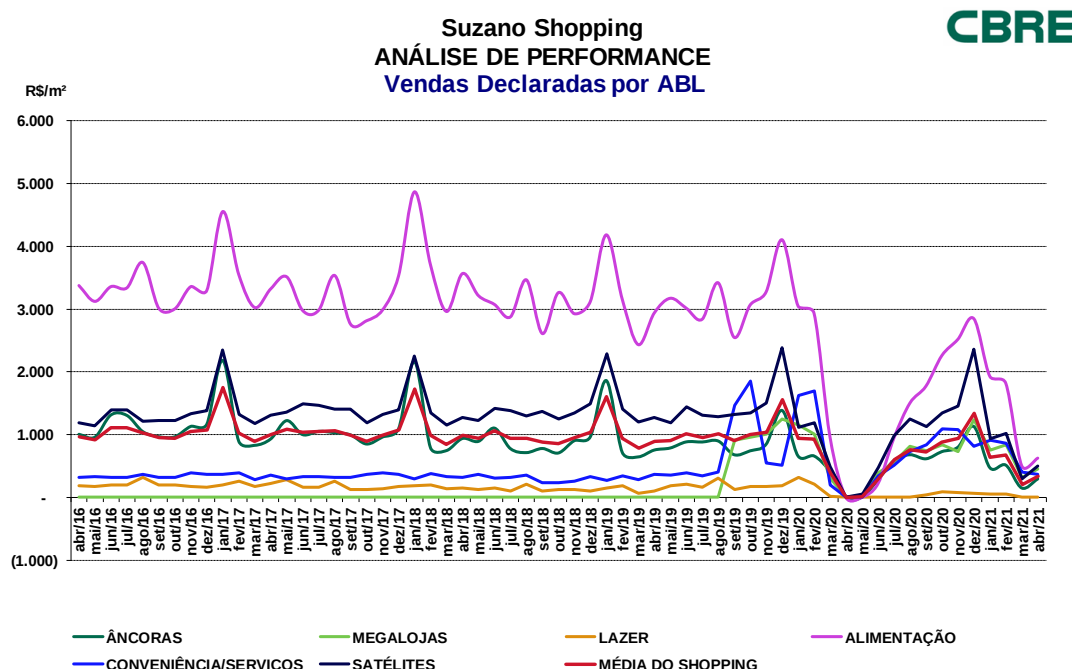
O gráfico a seguir ilustra a evolução das vendas globais declaradas de operação do empreendimento no período analisado:



O quadro a seguir mostra a média do desempenho de vendas por segmento, nos últimos 12 meses:

Vendas Declaradas	Média Nominal (R\$)	Média Atualizada (pelo IPCA) (R\$)	Média Nominal (R\$/m²)	Média Atualizada (pelo IPCA) (R\$/m²)
Âncoras	4.735.749	4.911.264	479	497
Megalojas	1.335.980	1.380.531	600	620
Lazer	105.285	108.453	31	32
Alimentação	1.794.365	1.854.057	1.318	1.361
Conveniência/Serviços	607.078	628.141	611	632
Satélites	4.423.129	4.584.672	897	930
TOTAL	13.001.586	13.467.118	571	592

O gráfico a seguir apresenta a variação das vendas por m² durante o período analisado, atualizadas pelo IPCA:



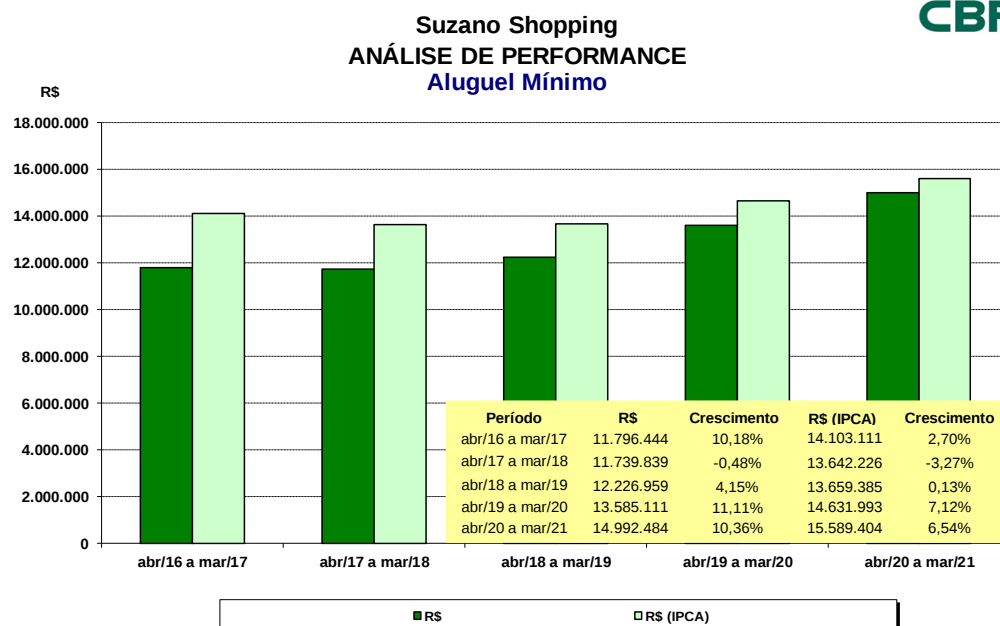
Nota: Evidentemente, o peso do IPCA sobre os dados de vendas, receitas e despesas pode, em muitas ocasiões, ser mais crítico do que a realidade. Mesmo assim, para esta análise, considera-se que toda a inflação do período tivesse sido repassada incondicionalmente aos preços, mês a mês, e que, como sabemos, não ocorre na realidade.

Por isso, procuramos ser coerente em nossas análises, de forma a não penalizar ou beneficiar o empreendimento nas projeções futuras, embasados apenas nos dados históricos convertidos por este índice.

1.5.2 Receitas dos Proprietários

a. Aluguel Mínimo

O gráfico a seguir ilustra a evolução do faturamento com aluguel mínimo no empreendimento no período analisado:

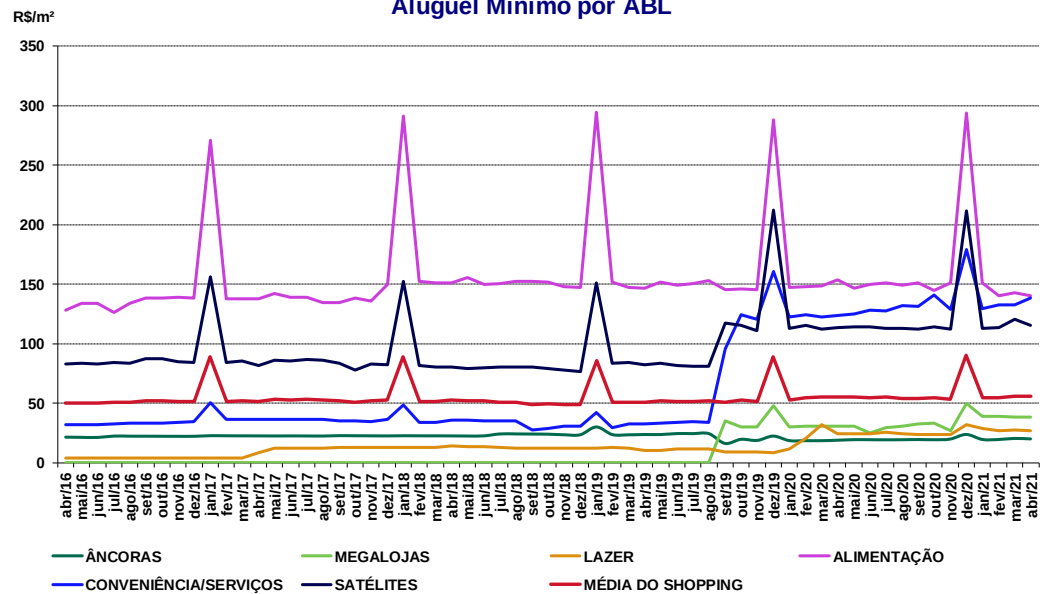


O quadro a seguir mostra a média do desempenho de faturamento com aluguel mínimo por segmento, considerando os últimos 12 meses analisados:

Aluguel Mínimo	Média Nominal (R\$)	Média Atualizada (pelo IPCA) (R\$)	Média Nominal (R\$/m²)	Média Atualizada (pelo IPCA) (R\$/m²)
Âncoras	188.126	195.694	19	20
Megalojas	73.473	76.080	33	34
Lazer	83.233	86.514	25	26
Alimentação	210.244	218.551	154	160
Conveniência/Serviços	128.413	133.530	129	134
Satélites	578.113	601.419	117	122
TOTAL	1.261.603	1.311.787	55	58

O gráfico a seguir apresenta a variação do faturamento com aluguel mínimo por m² de ABL durante o período analisado, atualizadas pelo IPCA:

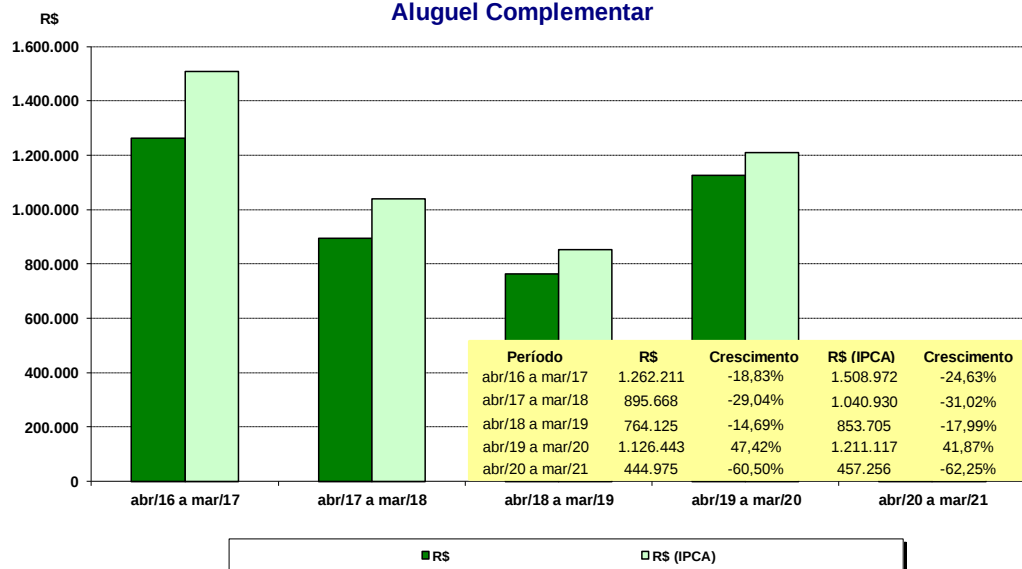
Suzano Shopping
ANÁLISE DE PERFORMANCE
Aluguel Mínimo por ABL



b. Aluguel Complementar

O gráfico a seguir ilustra a evolução do faturamento com aluguel complementar no empreendimento no período analisado:

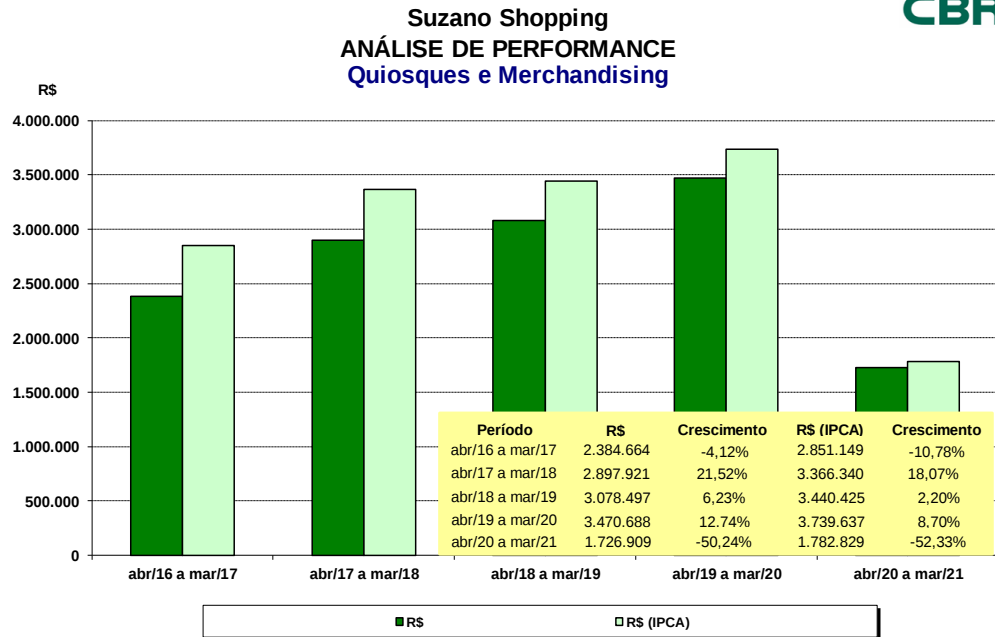
Suzano Shopping
ANÁLISE DE PERFORMANCE
Aluguel Complementar



c. Quiosques & Merchandising

Este tipo de receita refere-se ao faturamento do empreendimento a título de locação de quiosques temporários e de espaços destinados à propaganda.

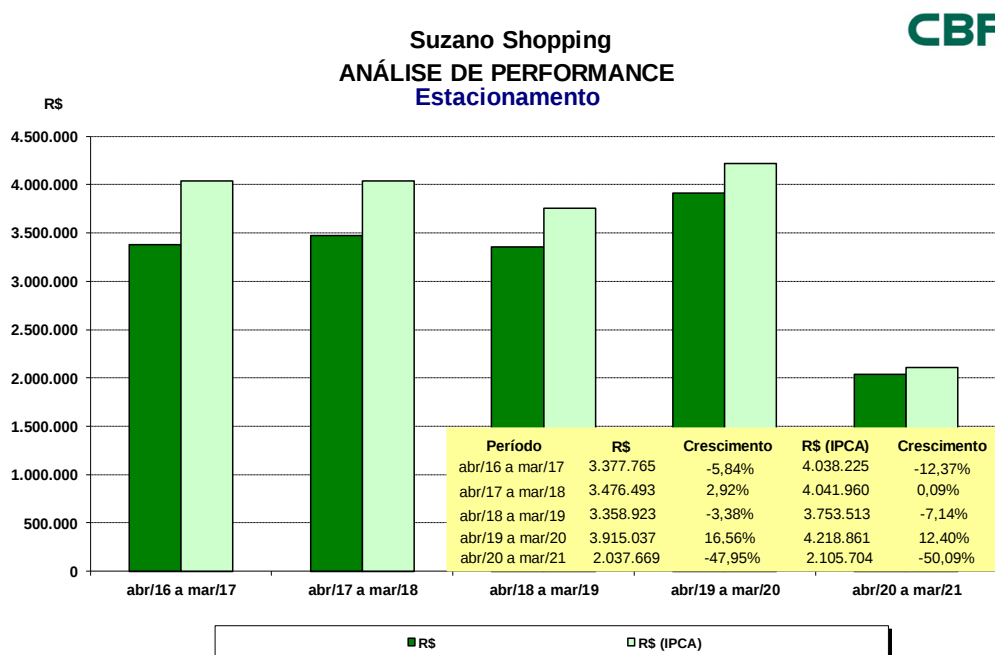
O gráfico a seguir ilustra a evolução do faturamento com Quiosques e Merchandising no empreendimento no período analisado:



d. Estacionamento

A receita de estacionamento aqui considerada refere-se à receita líquida de estacionamento efetivamente distribuída aos proprietários do shopping center, ou seja, corresponde à receita bruta do estacionamento descontada de todas as despesas de operação do mesmo, inclusive da remuneração do operador e de qualquer tipo de acordo de distribuição de valores para o condomínio do empreendimento ou para qualquer outra finalidade, quando cabível.

O gráfico a seguir ilustra a evolução do faturamento com Estacionamento no empreendimento no período analisado.

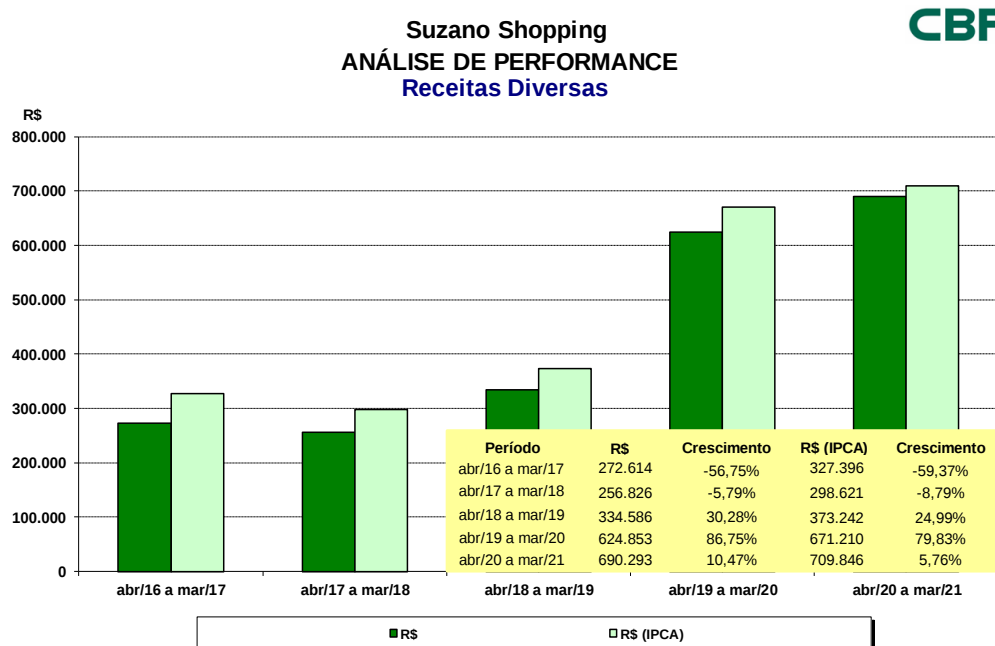


e. Receitas Diversas

Em receitas diversas estão incluídas todas as outras receitas do shopping center, as quais podem incluir, entre outras:

- ✓ Receitas de CDU;
- ✓ Taxas de transferência;
- ✓ Recebimentos de pagamentos de juros, multas e moras;
- ✓ Outras receitas em geral;
- ✓ Descontos de aluguel (-).

O gráfico a seguir ilustra o desempenho das receitas diversas do empreendimento no período analisado.



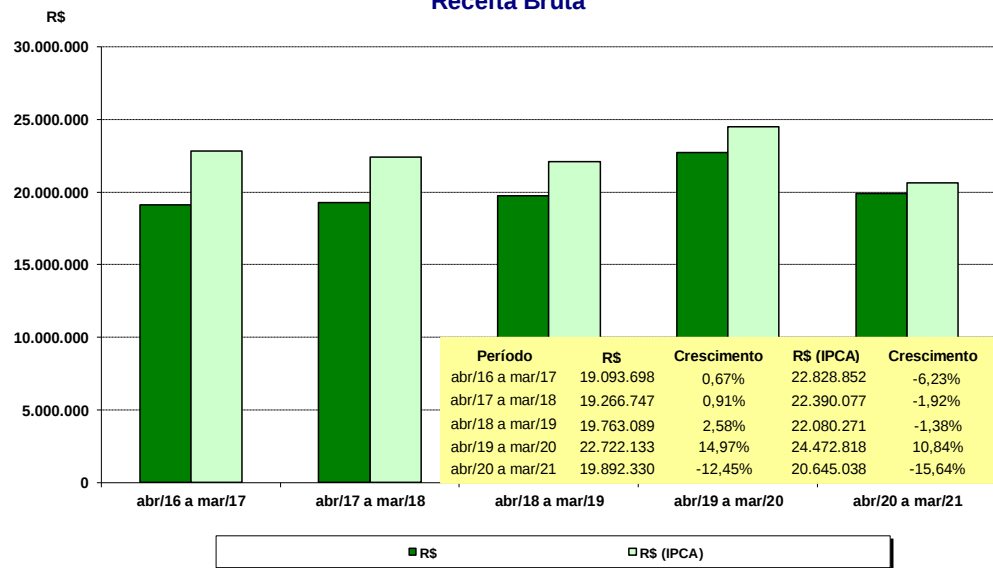
f. Receita Bruta

A receita bruta do empreendimento corresponde à receita total gerada pelo shopping center, sendo representada pela soma dos seguintes itens:

- ✓ Aluguel mínimo;
- ✓ Aluguel complementar;
- ✓ Quiosques & Merchandising;
- ✓ Estacionamento;
- ✓ Receitas Diversas.

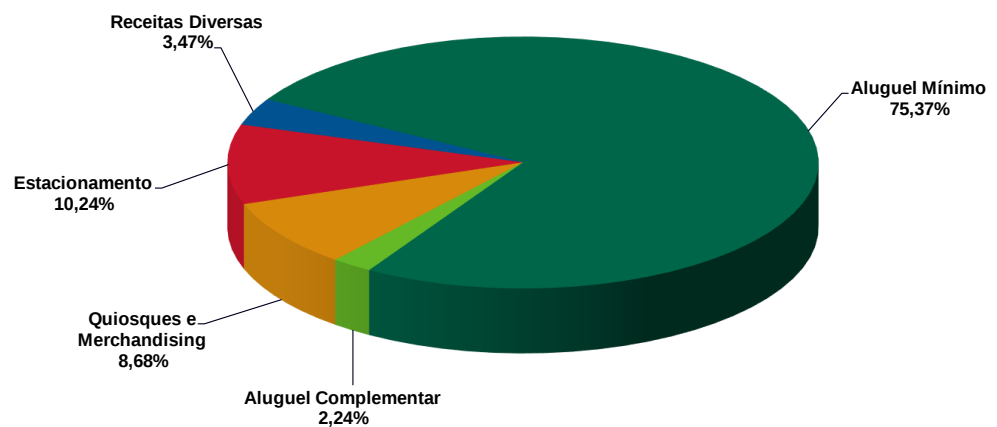
O gráfico a seguir ilustra o desempenho das receitas brutas do empreendimento no período analisado.

Suzano Shopping
ANÁLISE DE PERFORMANCE
Receita Bruta



O gráfico a seguir mostra a composição da receita bruta total do shopping center, considerando o último período de 12 meses analisado.

Suzano Shopping
ANÁLISE DE PERFORMANCE
Composição da Receita Bruta



g. Inadimplência Líquida

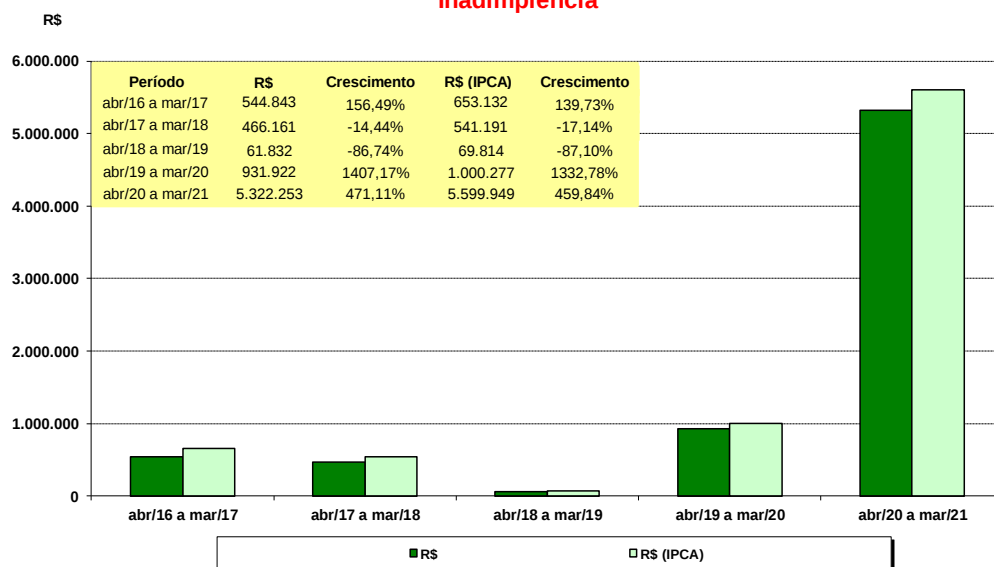
A inadimplência líquida corresponde à perda de receita do empreendedor devido ao não pagamento do aluguel (mínimo e/ou complementar) por parte dos lojistas.

A inadimplência varia muito entre os shopping centers. De forma geral, ela está diretamente relacionada à performance de vendas do empreendimento.

O gráfico a seguir ilustra a evolução da inadimplência do empreendimento no período analisado.

Suzano Shopping
ANÁLISE DE PERFORMANCE
Inadimplência

CBRE



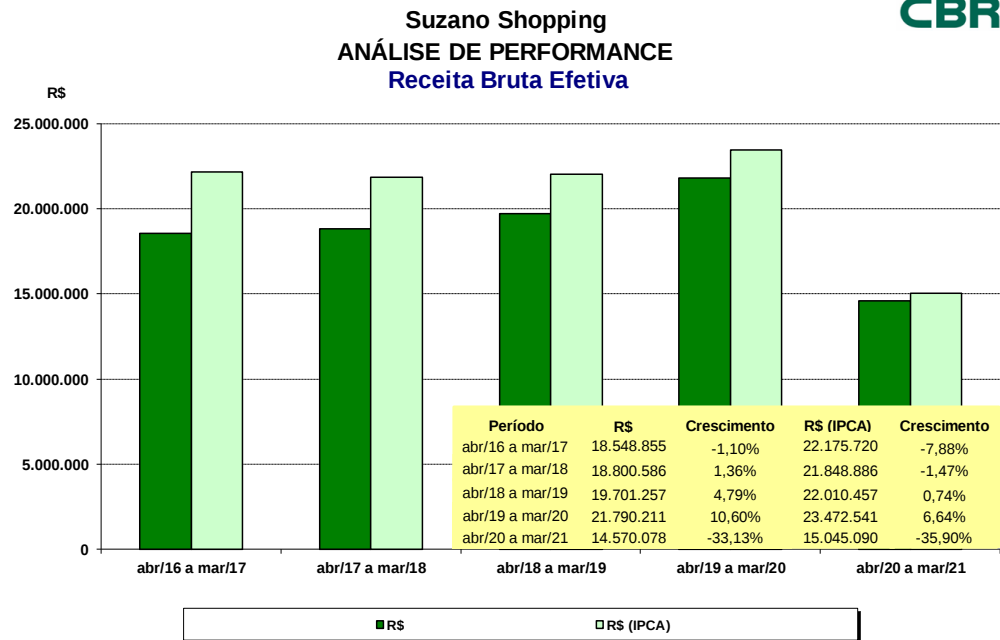
A tabela a seguir apresenta a inadimplência como um percentual das receitas de aluguel (mínimo e complementar) no período analisado:

abr/16 a mar/17	abr/17 a mar/18	abr/18 a mar/19	abr/19 a mar/20	abr/20 a mar/21
4,17%	3,69%	0,48%	6,33%	34,48%

h. Receita Bruta Efetiva

A receita bruta efetiva do empreendimento corresponde à receita bruta gerada pelo shopping center, conforme apresentada no item anterior, descontada da perda de receita causada por inadimplência no empreendimento.

O gráfico a seguir ilustra o desempenho das receitas brutas efetivas do empreendimento no período analisado.

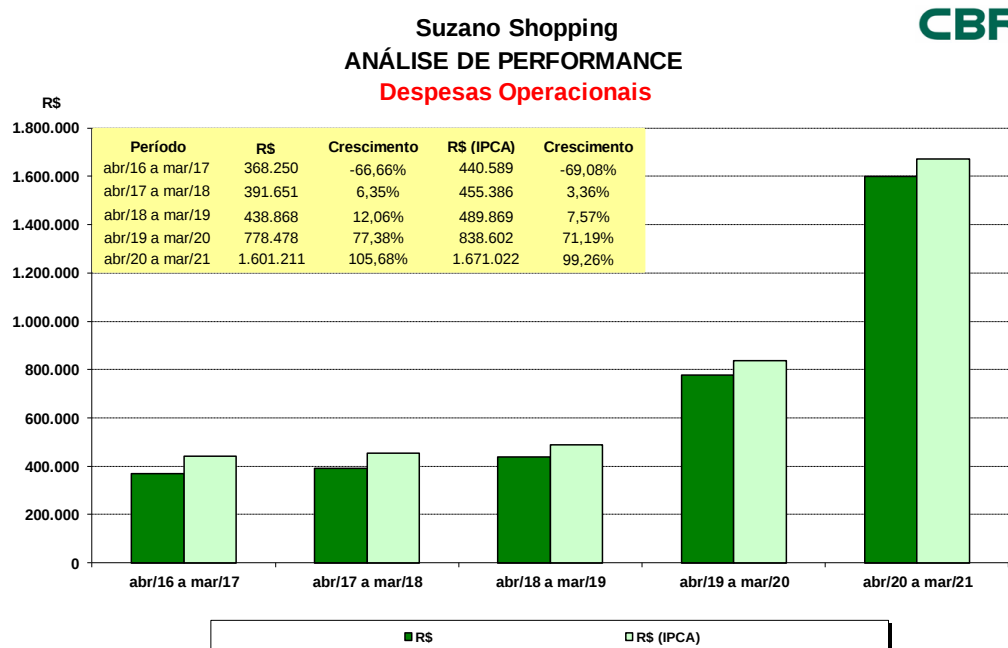


1.5.3 Despesas Operacionais

As despesas dos proprietários são aquelas relativas à operação do empreendimento não contempladas pelo custo do condomínio, à exceção das lojas vagas. As despesas dos proprietários podem ser assim divididas:

- ✓ Encargos com Lojas Vagas (custo de condomínio + FPP + IPTU);
- ✓ FPP estatutário;
- ✓ Taxa de Administração;
- ✓ Despesas Diversas.

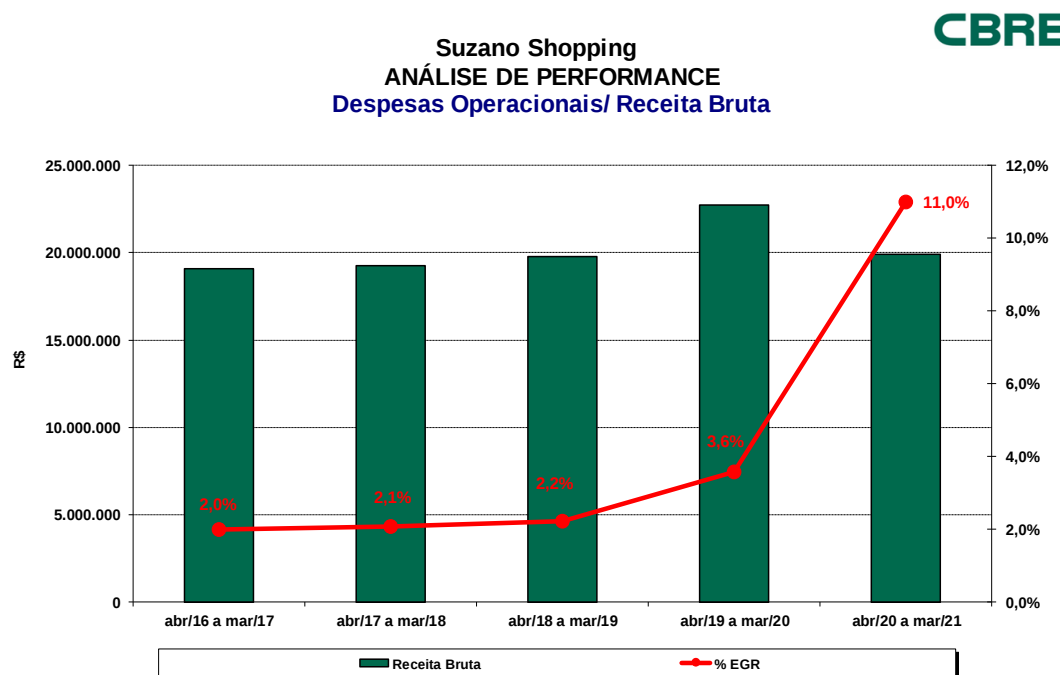
O gráfico a seguir ilustra a evolução das despesas gerais para os empreendedores.



O gráfico a seguir mostra a composição das despesas operacionais do shopping center, considerando o último período de 12 meses analisado.



O gráfico a seguir mostra o histórico da relação entre as despesas e receitas do shopping center.

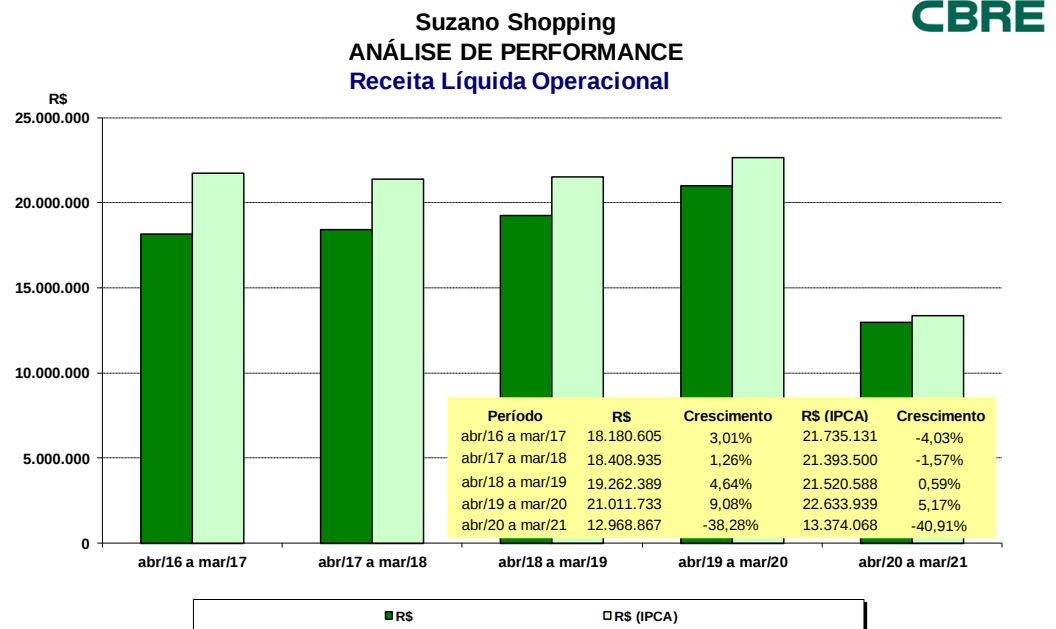


1.5.4 Taxa de Administração

A administração do empreendimento está a cargo da HBR sendo que, de acordo com esta, o valor da taxa de administração cobrada dos empreendedores corresponde a 5,00% da receita líquida operacional.

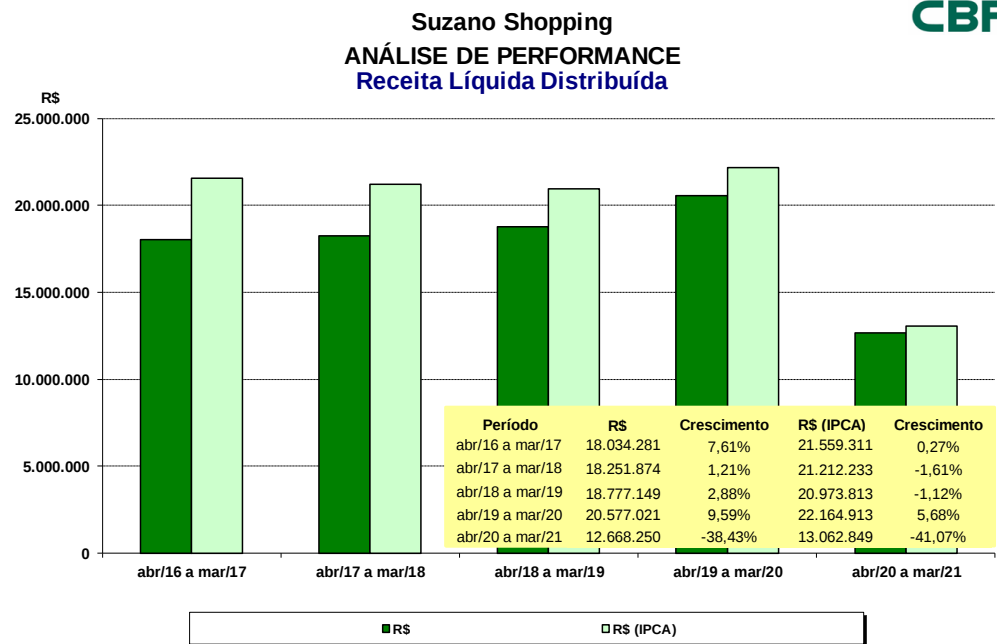
1.5.5 Receita Líquida Operacional e Distribuída

A receita líquida operacional do empreendimento corresponde ao valor da sua receita bruta efetiva descontada das despesas operacionais. O gráfico a seguir ilustra a evolução da Receita Líquida nos últimos períodos analisados.



Nos últimos 12 meses, a receita líquida mensal média está em torno de R\$ 45,00/m² de ABL total. Em valores corrigidos pela inflação, a distribuição corresponde a uma média de R\$ 46,41/m² de ABL por mês.

Já a receita líquida distribuída representa o resultado financeiro final do empreendimento, ou seja, corresponde à receita líquida operacional descontada dos valores pagos a título de comissão de locação de lojas e de investimentos realizados pelo empreendedor do shopping center.



Nos últimos 12 meses, a receita líquida distribuída mensal média está em torno de R\$ 43,96/m² de ABL total. Em valores corrigidos pela inflação, a distribuição corresponde a uma média de R\$ 45,33/m² de ABL por mês.

2

CONDIÇÕES DE MERCADO

2.1 MERCADO DE SHOPPING CENTERS

2.1.1 Visão Geral Histórica

O mercado de shopping centers tem se desenvolvido muito no Brasil nos últimos 20 anos e em termos gerais, a curva de maturação do setor está em franca ascensão.

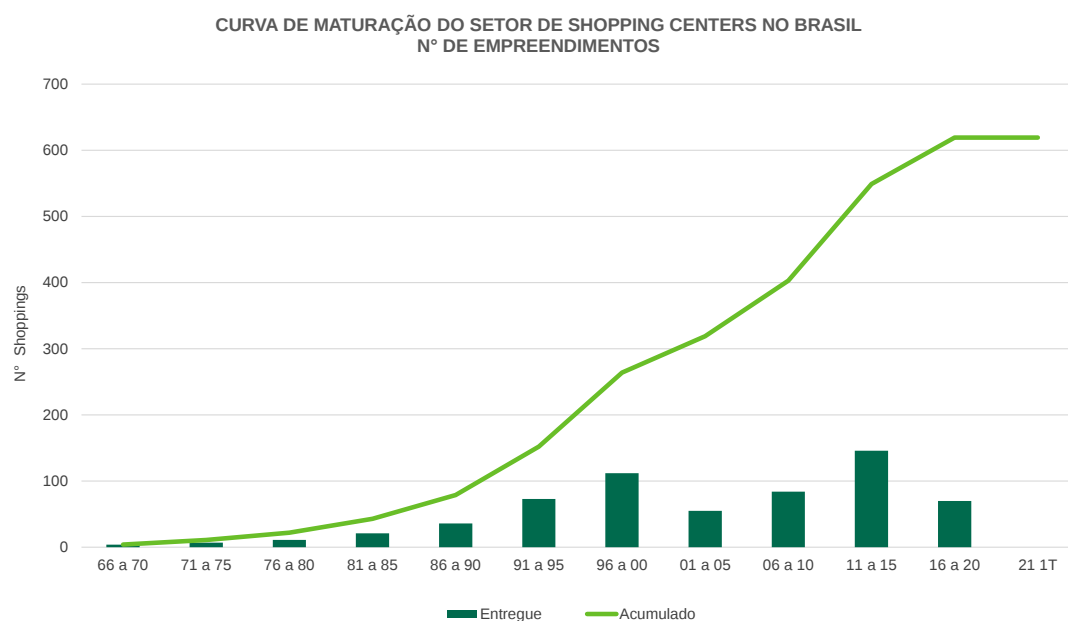
Do ponto de vista de investimento, podemos citar as seguintes vantagens:

- Existência de ocupantes de boa qualidade;
- Contratos de longo prazo;
- Receita potencial em constante crescimento;
- Baixos custos de administração.

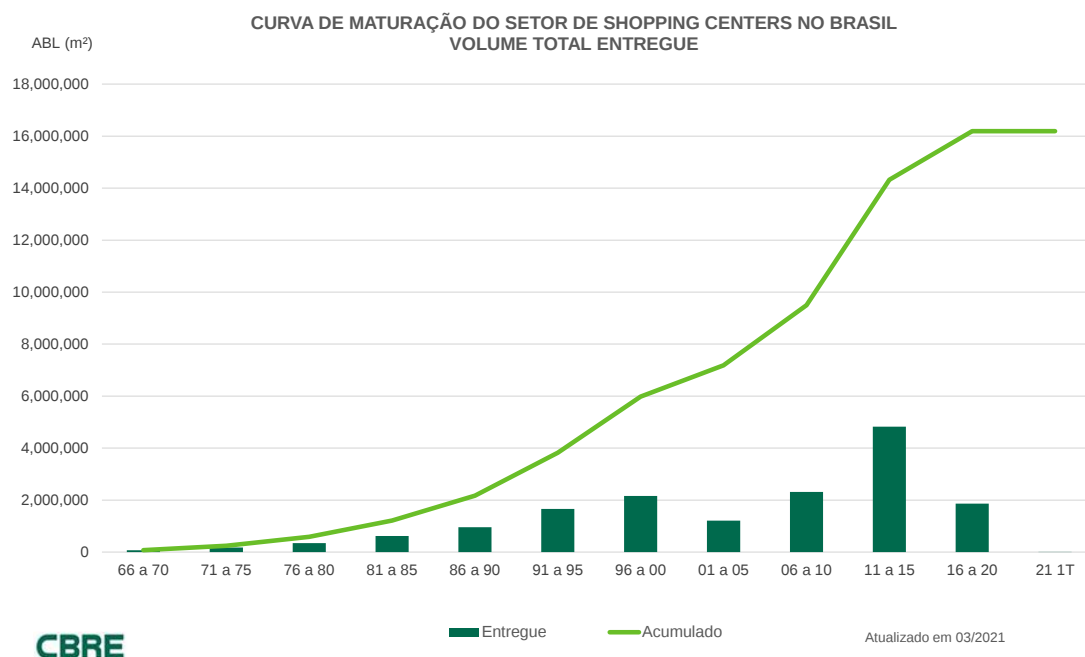
É o tipo de investimento interessante para investidores institucionais, uma vez que a administração é normalmente feita por empresas especializadas, contratadas pelos proprietários e a renda líquida é distribuída mensalmente, sendo que quase todas as despesas são pagas pelo próprio empreendimento, não demandando grande *know-how* destes investidores.

O primeiro shopping center brasileiro foi inaugurado em 1966 (o Shopping Center Iguatemi em São Paulo) e, quatro anos mais tarde, entrou em operação o segundo empreendimento deste tipo – Conjunto Nacional Brasília – na Capital Federal.

Contudo, foi a partir dos anos 80 que o número de shopping centers no Brasil cresceu de forma acentuada, tendo praticamente dobrado a cada cinco anos até o final da década de 90, quando começou a diminuir o ritmo de crescimento, como mostram os gráficos a seguir.

**CBRE**

Atualizado em 03/2021



Obs.: A pesquisa contempla shopping centers com, no mínimo, 5.000 m² ABL, já que os exemplos de área menor, invariavelmente, possuem um mercado distinto, muito parecido com aquele de lojas de rua. Além disso, estes shoppings pequenos muitas vezes não possuem áreas de alimentação ou de lazer, ou ainda uma oferta de serviços e estacionamento que possa diferenciá-los das antigas galerias de centros urbanos.

Percebe-se que este mercado teve o desenvolvimento mais acentuado no início da década de 80, com o surgimento de grandes shoppings regionais, como o MorumbiShopping em São Paulo, o BarraShopping no Rio de Janeiro, o Shopping Center Iguatemi em Porto Alegre, o ParkShopping em Brasília, o Shopping Barra em Salvador, dentre tantos outros.

Em meados da década de 90, observou-se uma segunda onda de crescimento, impulsionado por fatores específicos, entre eles:

- Sucesso de alguns empreendimentos realizados na década de 80;
- A estabilidade econômica oriunda do plano econômico que implantou o Real, a partir de 1994;
- O aumento da carteira dos Fundos de Pensão que, como consequência, aumentou seus investimentos no setor, contribuindo significativamente para o desenvolvimento de novos empreendimentos.

O grande número de inaugurações – quase 200 empreendimentos em 10 anos – elevou o estoque de ABL em mais de 160%, passando de pouco mais de 2 milhões para quase 6 milhões de metros quadrados locáveis.

No entanto, a estagnação dos investimentos institucionais no final dos anos 90 levou a uma diminuição da liquidez deste produto e, consequentemente, à redução do número de novos empreendimentos no início dos anos 2000.

Colaboraram também para esta desaceleração o alerta surgido pelo insucesso de alguns empreendimentos mal planejados e a saturação do mercado dos grandes centros.

A partir de 2005, o setor ganhou novo impulso em virtude do cenário macroeconômico de estabilidade e crescimento que começou a se apresentar, assim como pela demanda de grupos investidores estrangeiros em volume sem precedentes no segmento.

Como resultado, ocorreram aquisições de participações em diversos empreendimentos e foram apresentadas previsões de lançamento de uma série de novos projetos, além de expansões e reformas dos existentes.

A partir do segundo semestre de 2008, com a deflagração da crise mundial, e durante o ano de 2009, de forma geral, muitos dos novos projetos de shopping centers foram colocados em espera. Apenas projetos que já haviam sido iniciados continuaram a ser desenvolvidos.

Muitos dos projetos que estavam em espera foram retomados a partir do ano de 2010, assim como muitos outros surgiram após essa data, culminando com a maior entrega de nova ABL já vista historicamente nos anos de 2011 a 2013. Entre o início de 2011 e o final de 2013, o estoque de ABL no país cresceu cerca de 34%. Neste cenário, principalmente lojas satélites não conseguiram absorver esta nova ABL na mesma velocidade em que novos empreendimentos iam sendo inaugurados, fazendo com que muitos desses novos shopping centers fossem obrigados a abrir suas portas com altas taxas de vacância. Em alguns casos, superior a 30% de suas ABLs.

Por este motivo, muitos dos projetos anunciados para 2014 e 2015 foram postergados ou cancelados. Em 2017, a entrega de novos empreendimentos atingiu seu menor valor desde 2006, representando menos de 400.000 m² de ABL. Em 2018, observou-se o início da recuperação do setor, com ABL entregue de 425.000 m².

A chegada da pandemia de COVID-19 no Brasil em março de 2020 afetou profundamente o mercado de shopping centers. Muitos empreendimentos ficaram fechados por até 4 meses naquele ano causando significativa perda de receitas. Para evitar a falência de lojistas, muitos players optaram por dar descontos de aluguel que, em muitos casos, durante o fechamento dos shoppings, chegaram a 100%. Mesmo assim, houve aumento da vacância nos shopping centers.

A segunda onda da pandemia a partir de março de 2021 causou novos fechamentos temporários de shopping centers e novo aumento de vacância no setor. Desta forma, estima-se que inaugurações de novos empreendimentos nos próximos anos devam ser mínimas uma vez que os players devem focar seus esforços em reocupar as áreas vagas em seus empreendimentos existentes.

2.1.2 Classificação de Shopping Centers

Segundo o ICSC – *International Council of Shopping Centers*, os empreendimentos são assim classificados:

Vizinhança: (2.800 a 13.900 m² de ABL - população entre 10.000 a 50.000 hab.). É projetado para fornecer conveniência na compra das necessidades do dia-a-dia dos consumidores. Tem como âncora um supermercado apoiado por lojas oferecendo artigos de conveniência. Área primária de 5 minutos;

- Comunidade:** (9.300 a 32.500 m² ABL - população entre 50.000 a 250.000 hab.). O shopping comunitário geralmente oferece um sortimento amplo de vestuário e outras mercadorias. Entre as âncoras mais comuns estão os supermercados e lojas de departamentos e descontos. Entre os lojistas do shopping comunitário algumas vezes encontram-se varejistas de *off-price* vendendo itens como roupas, objetos e móveis para casa, brinquedos, artigos eletrônicos ou para esporte. Área primária de 5 a 10 minutos;
- Regional:** (37.100 a 74.300 m² ABL – 200.000 a 500.000 habitantes). Este é o mais difundido no Brasil. Prevê a comercialização de uma linha completa de mercadorias, que inclui vestuário, móveis, eletrodomésticos e outras variedades de produtos; É ancorado por uma ou mais lojas de departamento completas (lojas que oferecem linha completa de vestuário, móveis, eletrodomésticos, artigos esportivos, etc.). Área primária de 8 a 24 minutos.
- Super Regional:** (acima 74.300 m² ABL – acima de 500.000 habitantes). Basicamente possui os mesmos serviços do shopping regional, porém com mais variedade e sortimento e um número maior de lojas âncoras. O empreendimento é aglutinado a outros serviços em um *master plan* amplo que pode envolver atividades como escritórios, hotéis, centro médico e residencial. Área primária de 8 a 40 minutos.

No caso da classificação de acordo com o mix do shopping center, a intensa competição no mercado tem produzido segmentações no varejo, resultando em grande variedade de modalidades, altamente especializadas, cada qual tendo como alvo um mercado específico.

Existem outros tipos de shoppings, cuja classificação é feita mais em função do "mix" de lojas do que devido a outros fatores, são eles:

- Power Center:** formado basicamente por lojas âncoras (80%) e demais satélites (20%); tal modalidade surgiu no Brasil a partir de 1996 e não está ainda muito difundida;
- Festival Center:** voltado para lazer e turismo. Este tipo de empreendimento é o menos encontrado no Brasil, estando quase sempre localizado em áreas turísticas e basicamente voltado para atividades de lazer e de alimentação, tais como, restaurantes, *fast-food*, cinemas e outras diversões;
- Off Price Center:** shopping center de descontos, obtidos geralmente através da redução dos custos operacionais (menor luxo). Tem como lojistas

varejistas, os quais vendem itens como roupas, objetos e móveis para casa;

Factory Outlet

Center:

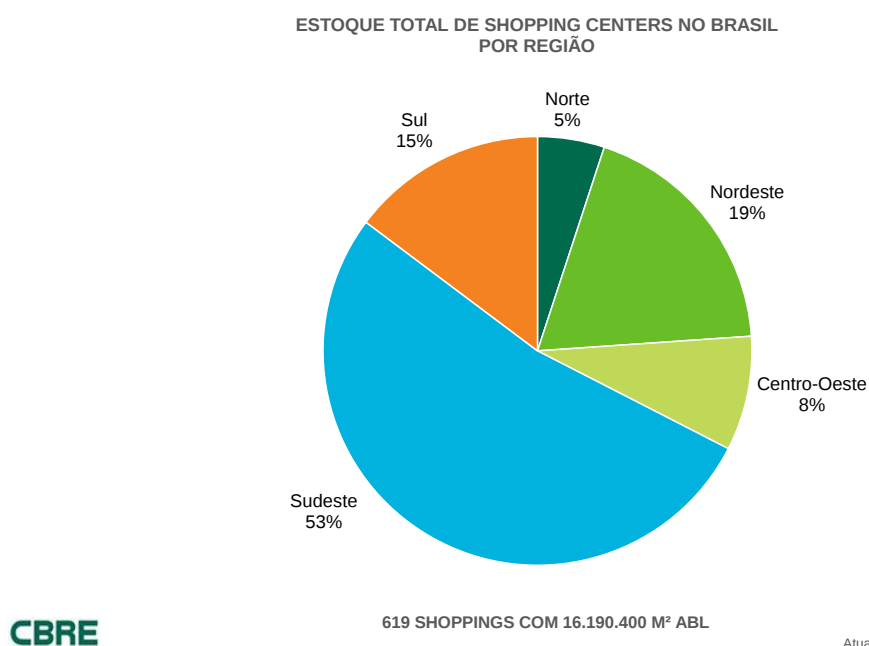
conceito parecido com o do *Off Price*, mas os próprios fabricantes são os proprietários dos pontos de vendas. Consiste em sua maior parte de lojas de fábrica vendendo suas próprias marcas com desconto, além de varejistas. Este tipo de empreendimento é o mais difundido no Brasil dentre os shoppings específicos;

Especializado:

direcionado para um determinado segmento de varejo. Voltado para um *mix* específico de lojas de um determinado grupo de atividades, tais como moda, decoração, náutica, esportes ou automóveis.

2.1.3 Estoque

Existem hoje 619 shoppings centers no Brasil, que somam uma área bruta locável de 16.190.400 m². No entanto, a distribuição do estoque pelo território nacional é bastante heterogênea, como pode ser observado no gráfico a seguir:



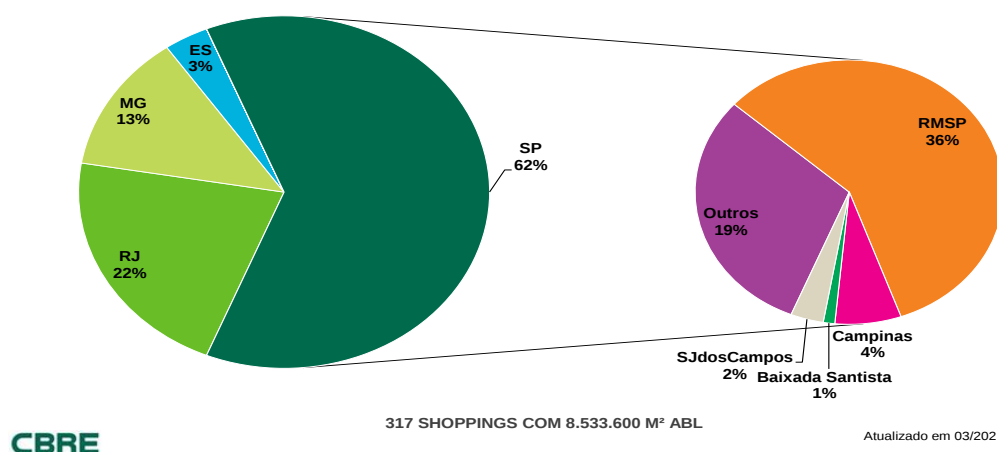
A região Sudeste, pioneira no lançamento de shopping centers no país, continua sendo a principal região em termos de número de empreendimentos em operação e estoque de ABL, pois possui o maior mercado consumidor do país com mais de 87 milhões de habitantes, segundo dados do IBGE, além de apresentar a melhor infraestrutura entre todas as regiões brasileiras.

Além da relação com a população, se adotarmos como parâmetro o produto interno bruto, veremos que aproximadamente 55% do PIB nacional provém da região Sudeste. Assim encontramos não apenas a região com o maior mercado consumidor como também aquela com maior poder aquisitivo. Ambos os fatores combinados explicam porque o Sudeste concentra aproximadamente 53% da ABL nacional.

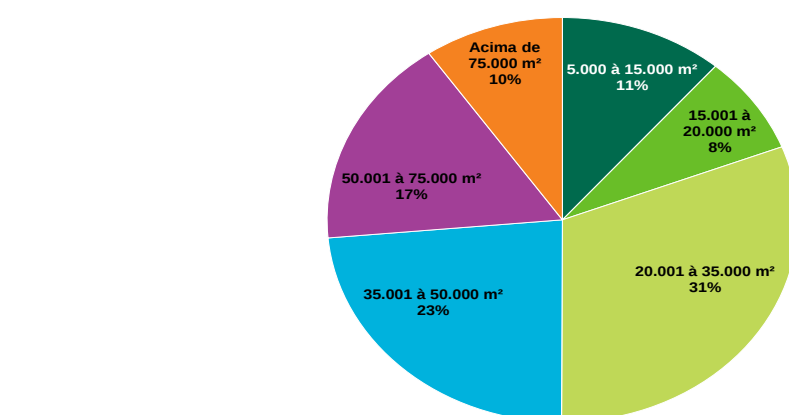
a. Sudeste

Na região Sudeste, 62% da ABL encontram-se no estado de São Paulo, seguido pelo Rio de Janeiro com 22% do estoque. A região metropolitana de São Paulo merece destaque, representando 36% do estoque da região Sudeste, mas vale lembrar que algumas localidades do interior (Campinas, Ribeirão Preto, Sorocaba e São José dos Campos) possuem estoques maiores do que capitais de outros estados.

ESTOQUE TOTAL DE SHOPPING CENTERS NO SUDESTE
POR REGIÃO GEOGRÁFICA - DESTAQUE ESTADO DE SÃO PAULO



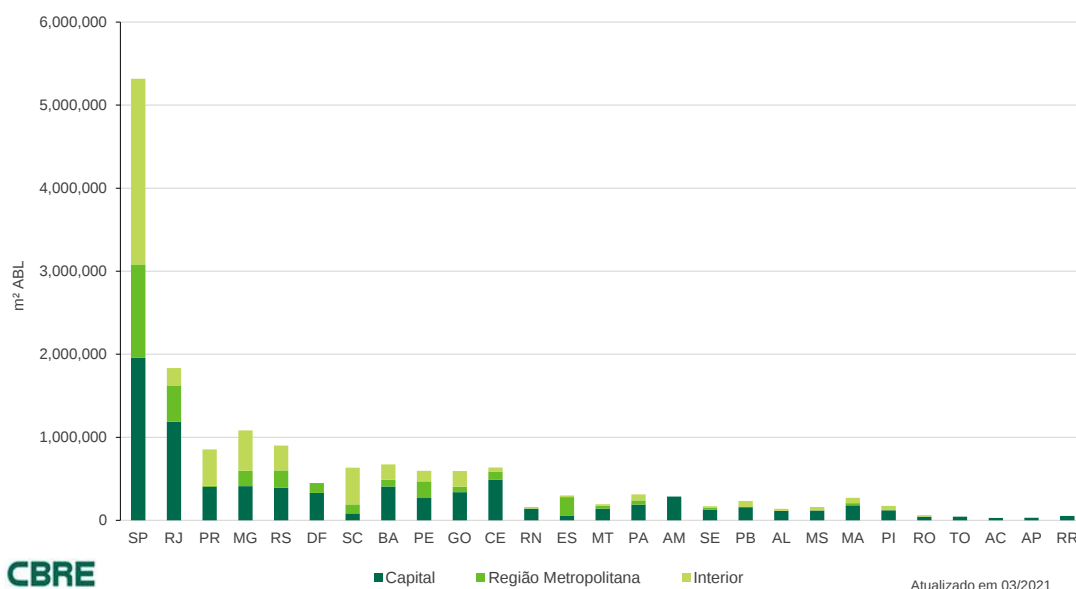
ESTOQUE TOTAL POR FAIXA DE ÁREA
MERCADO DE SHOPPING CENTERS - REGIÃO SUDESTE



Cerca de 19% dos empreendimentos em operação na região Sudeste possuem ABL inferior a 20.000 m² e metade dos shoppings podem ser considerados regionais, pois possuem área acima de 35.000 m².

Como é possível observar pelo gráfico a seguir, o estoque nacional está bastante concentrado em algumas cidades: São Paulo e região metropolitana, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Curitiba e Campinas somam cerca de metade da ABL brasileira.

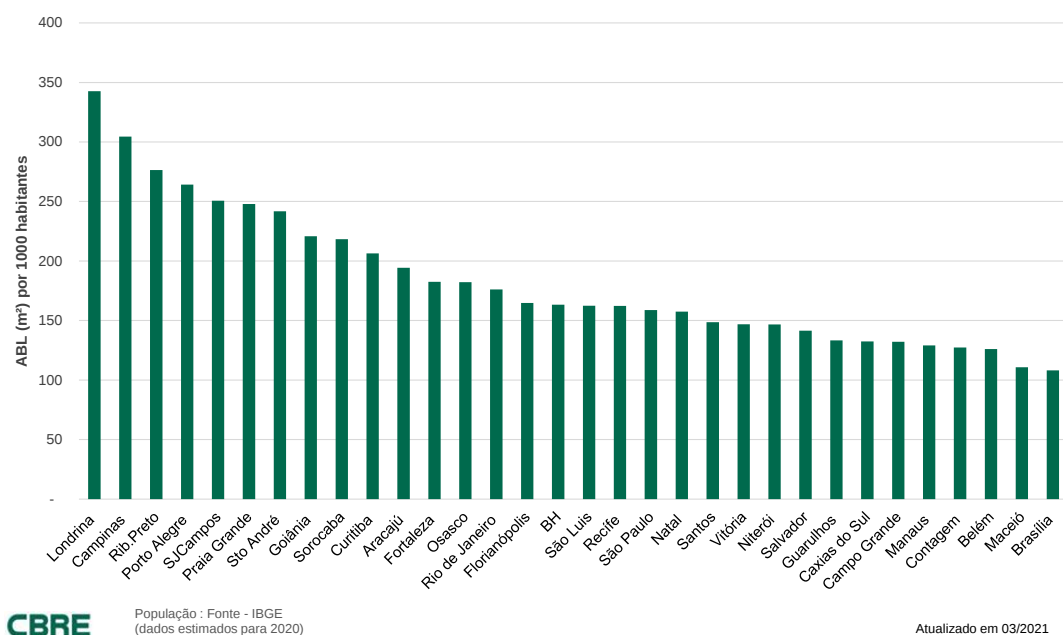
ESTOQUE TOTAL DE SHOPPING CENTERS POR ESTADO



O gráfico a seguir mostra a relação de ABL por grupo de 1.000 habitantes em algumas cidades brasileiras.

Nota-se que as cidades com os 6 maiores estoques apresentam uma relação bastante próxima, entre 250 e 350 metros quadrados por mil habitantes.

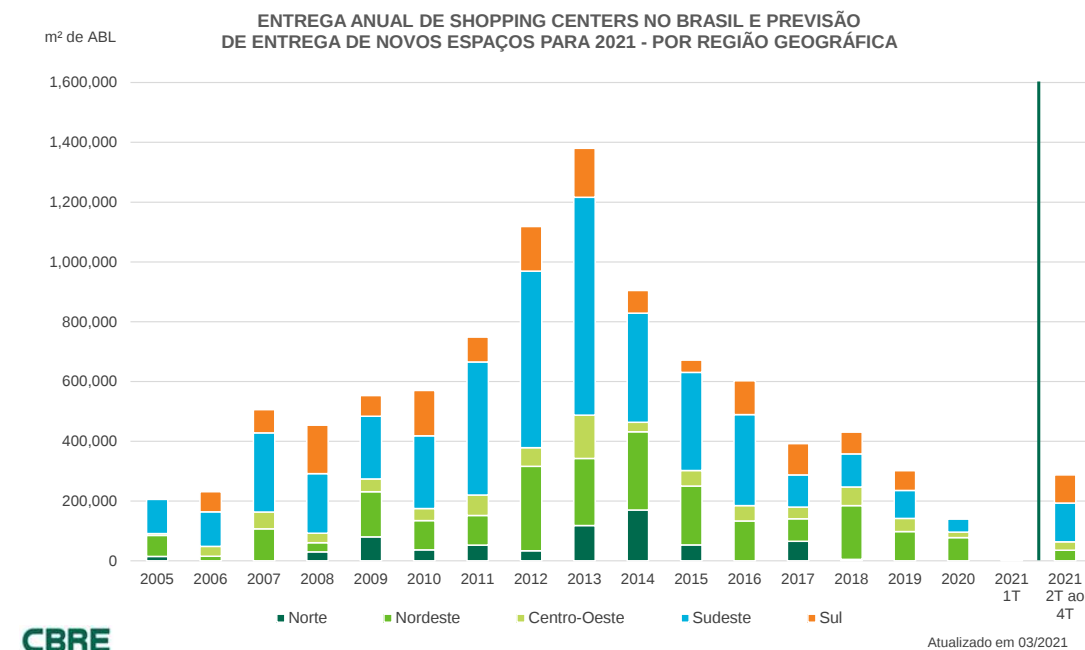
RELAÇÃO DE ABL PELA POPULAÇÃO DAS PRINCIPAIS CIDADES DO BRASIL



O gráfico mostra também algumas grandes discrepâncias, como Londrina, no Paraná e Ribeirão Preto, em São Paulo, cujos coeficientes são bem elevados, indicando grande concorrência no setor ou até mesmo uma superestimava do potencial local.

2.1.4 Novo Estoque

Em 2021, de janeiro até março, não houve inauguração de shoppings centers.



Novo Estoque – (janeiro/2021 a março/2021)

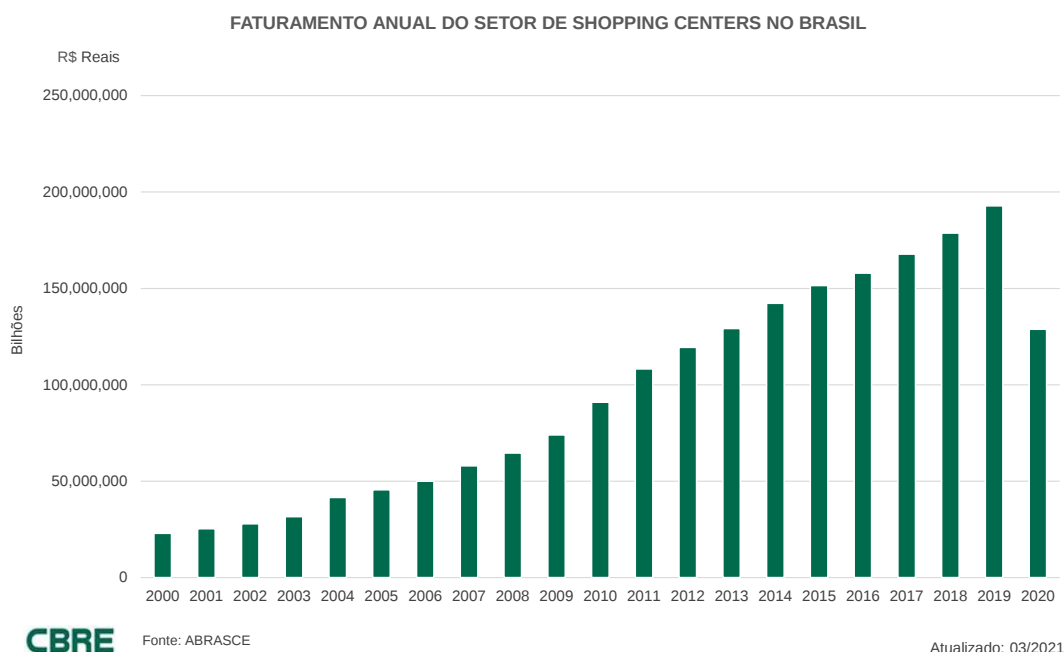
Região	Empreendimentos Inaugurados	Expansões Finalizadas
Norte	-	-
Nordeste	-	-
Centro-Oeste	-	-
Sudeste	-	-
Sul	-	-

2.1.5 Desempenho

a. Faturamento

O faturamento do setor de shoppings apresentou crescimentos consistentes, mesmo com a crise mundial deflagrada no segundo semestre de 2008.

Entretanto, a pandemia de COVID-19 causou forte impacto no ano de 2020 não só devido aos fechamentos temporários dos shopping centers, mas também devido ao fluxo reduzido nos empreendimentos quando estes estavam abertos devido a restrições de acesso ou simplesmente pelo medo da população em frequentar estes estabelecimentos.



b. Aluguéis

Em relação aos valores praticados de locação, encontramos no Sudeste os maiores valores praticados e também a maior variação. Isto se explica pela grande quantidade de empreendimentos em diferentes estágios de maturação e perfil consumidor.

Obviamente, os valores mais elevados são praticados em empreendimentos prime em estágio avançado de maturação, como os shoppings Iguatemi e MorumbiShopping, em São Paulo, e Rio Sul e BarraShopping no Rio de Janeiro.

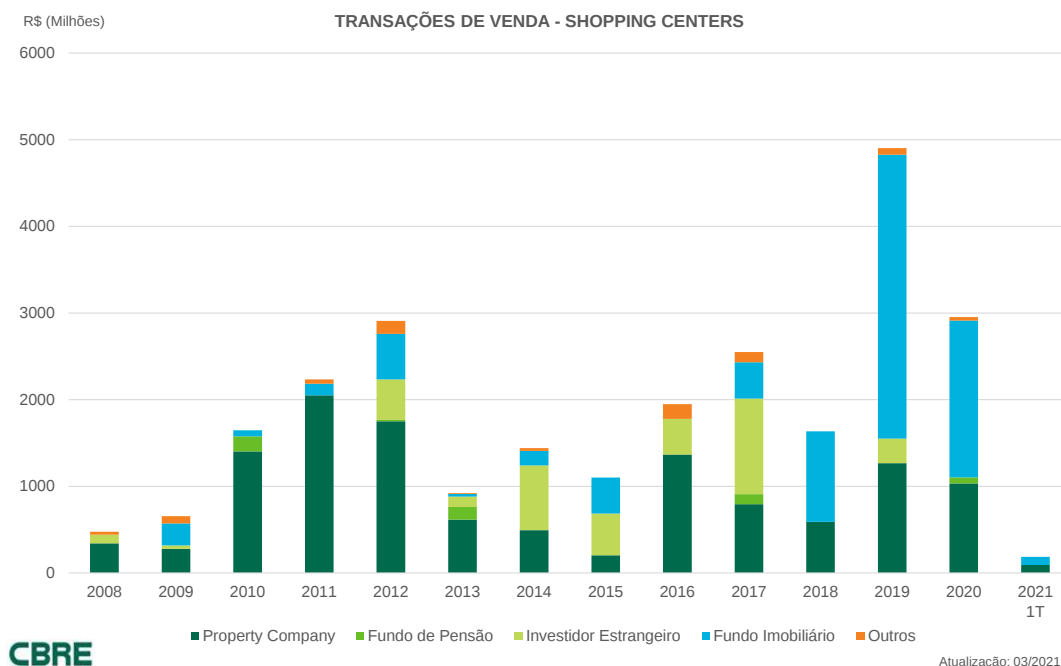
Nestes empreendimentos, o desempenho médio de vendas é elevado, o que permite alcançar elevados níveis de aluguéis.

A partir de 2015, com a chegada da crise político-financeira no Brasil, principalmente em empreendimentos localizados em regiões descentralizadas e em fase de maturação, houve uma queda significativa nos valores de aluguéis, chegando em alguns casos ao pagamento apenas do custo de ocupação. Notou-se também um aumento nos descontos concedidos, principalmente em situações em que a taxa de esforço dos lojistas estivesse inviabilizando sua operação, devido à queda nas vendas.

Essa compressão nos valores de aluguéis também está sendo vista durante a pandemia de COVID-19, principalmente para novos contratos de lojistas ocupando as áreas vagas nos shopping centers.

2.1.6 Oferta e Demanda

O gráfico a seguir mostra o histórico de transações de shopping centers construídos no Brasil:



Com a crise mundial deflagrada no segundo semestre de 2008, o volume de transações de compra e venda de participações em shopping centers reduziu drasticamente quando comparado ao ocorrido no período anterior.

Nos anos seguintes, observou-se um aumento gradual no volume de transações (em ABL), sendo que houve uma concentração na aquisição por parte de empresas do ramo, para construção de portfólio.

No ano de 2012 observou-se um pico em número de transações viabilizadas principalmente pela queda na taxa Selic, que neste ano estava em seu menor patamar histórico até então.

Nos anos seguintes, as incertezas político-econômicas tornaram o mercado mais cauteloso, levando à redução do número de transações.

Em 2019, a queda da taxa Selic possibilitou o expressivo aumento na arrecadação de recursos, principalmente pelos Fundos de Investimento Imobiliário (FII), responsáveis pelo recorde histórico de transações em 2019.

Após o início da pandemia de COVID-19, a partir de março de 2020, as transações e negociações em andamento reduziram significativamente devido as incertezas no setor e dificuldades para captação de dinheiro para novas aquisições.

2.1.7 Transações de Shopping Centers

A seguir listamos as transações públicas de Shopping Center ocorridas a partir de 2019.

#	Shopping Center	Cidade	UF	ABL (m²)	Part. %	Cap Rate Estimado	Data da Transação
1	Bh Shopping	Belo Horizonte	MG	47.547	20,00%	6,97%	abril, 2019
2	Shopping Plaza Sul	São Paulo	SP	23.600	30,00%	7,10%	abril, 2019

#	Shopping Center	Cidade	UF	ABL (m²)	Part. %	Cap Rate Estimado	Data da Transação
3	Shopping Leblon	Rio de Janeiro	RJ	25.934	4,90%	6,70%	maio, 2019
4	Shopping Del Rey	Belo Horizonte	MG	37.171	15,00%	8,70%	maio, 2019
5	Santana Parque Shopping	São Paulo	SP	26.499	15,00%	7,90%	maio, 2019
6	Shopping Granja Vianna	Cotia	SP	29.813	36,50%	8,70%	junho, 2019
7	Shopping Contagem (Giardino)	Contagem	MG	34.900	51,10%	8,4% - 8,6%	junho, 2019
8	Londrina Norte Shopping	Londrina	PR	32.996	100,00%		junho, 2019
9	Plaza Macaé	Macaé	RJ	22.694	45,00%		junho, 2019
10	Osasco Plaza Shopping	Osasco	SP	14.367	39,60%		junho, 2019
11	Capim Dourado Shopping	Palmas	TO	36.608	100,00%		junho, 2019
12	Ilha Plaza Shopping Center	Rio de Janeiro	RJ	21.614	51,00%		junho, 2019
13	Casa & Gourmet Shopping	Rio de Janeiro	RJ	7.137	100,00%		junho, 2019
14	Ilha Plaza Shopping Center	Rio de Janeiro	RJ	21.614	14,60%	6,70%	julho, 2019
15	Minas Shopping	Belo Horizonte	MG	50.043	19,10%	8,00%	julho, 2019
16	Shopping Center Iguatemi Caxias	Caxias do Sul	RS	29.101	8,40%	8,00%	julho, 2019
17	Shopping Center Iguatemi Caxias	Caxias do Sul	RS	29.101	25,50%	8,20%	julho, 2019
18	Maceió Shopping	Maceió	AL	34.742	5,00%	8,50%	julho, 2019
19	Shopping Center Tacaruna	Recife	PE	48.824	6,67%	8,00%	julho, 2019
20	Shopping Iguatemi Faria Lima	São Paulo	SP	48.888	0,13%	6,24%	agosto, 2019
21	Shopping Taboão	Taboão da Serra	SP	36.893	8,00%	7,90%	agosto, 2019
22	Boulevard Shopping Feira + C&A	Feira de Santana	BA	22.000	28,73%	8,30%	agosto, 2019
23	Shopping Pátio Maceió	Maceió	AL	41.244	100,00%	8,80%	agosto, 2019
24	Shopping Granja Vianna	Cotia	SP	30.463	51,00%	9,00%	agosto, 2019
25	Super Shopping Osasco	Osasco	SP	17.663	61,80%	8,70%	setembro, 2019
26	Shopping Taboão	Taboão da Serra	SP	36.928	14,00%		agosto, 2019
27	Shopping Grande Rio	São João de Meriti	RJ	39.977	25,00%	8,20%	agosto, 2019
28	Loja C&A Do Shopping Da Bahia	Salvador	BA	5.246	42,50%		agosto, 2019
29	Prudenshopping	Presidente Prudente	SP	32.216	100,00%	9,60%	outubro, 2019
30	Iguatemi Florianópolis	Florianópolis	SC	28.840	30,00%	8,20%	outubro, 2019

#	Shopping Center	Cidade	UF	ABL (m²)	Part. %	Cap Rate Estimado	Data da Transação
31	Shopping West Plaza	São Paulo	SP	36.733	25,00%	7,30%	outubro, 2019
32	Boulevard Shopping Brasília	Brasília	DF	18.017	50,00%		outubro, 2019
33	Shopping Santa Úrsula	Ribeirão Preto	SP	23.108	37,50%		outubro, 2019
34	Boulevard Shopping Campos	Campos dos Goytacazes	RJ	27.066	25,00%		outubro, 2019
35	Parque Shopping Belém	Belém	PA	34.084	29,00%		outubro, 2019
36	Shopping West Plaza	São Paulo	SP	36.733	25,00%	8,00%	outubro, 2019
37	Shopping Barra	Salvador	BA	50.000	18,05%	7,84%	outubro, 2019
38	Suzano Shopping	Suzano	SP	24.058	25,00%	8,00%	outubro, 2019
39	Suzano Shopping	Suzano	SP	24.058	15,00%	8,00%	outubro, 2019
40	Shopping Santa Úrsula	Ribeirão Preto	SP	23.108	37,50%	N/I	novembro, 2019
41	Parkshopping	Brasília	DF	53.325	7,50%	6,47%	novembro, 2019
42	Praia De Belas Shopping Center	Porto Alegre	RS	44.779	20,00%	6,30%	novembro, 2019
43	Shopping Center Esplanada	Sorocaba	SP	24.352	15,00%	6,60%	novembro, 2019
44	RibeirãoShopping	Ribeirão Preto	SP	74.898	3,25%	7,32%	dezembro, 2019
45	Shopping Park Lagos	Cabo Frio	RJ	27.220	40,00%	8,00%	dezembro, 2019
46	Shopping Park Sul	Volta Redonda	RJ	28.605	40,00%		dezembro, 2019
47	Internacional Shopping Guarulhos	Guarulhos	SP	75.950	18,71%	7,79%	janeiro, 2020
48	Via Verde Shopping	Rio Branco	AC	28.257	96,67%	8,80%	janeiro, 2020
49	Shopping Metrô Tucuruvi	São Paulo	SP	32.951	100,00%	8,17%	janeiro, 2020
50	Shopping Villa Lobos	São Paulo	SP	26.806	15,00%	7,00%	janeiro, 2020
51	Shopping Villa Lobos	São Paulo	SP	26.806	5,00%	7,25%	janeiro, 2020
52	Shopping ABC	Santo André	SP	47.375	7,32%	8,30%	fevereiro, 2020
53	Shopping Piracicaba	Piracicaba	SP	43.431	38,40%	9,20%	fevereiro, 2020
54	Shopping Pátio Belém	Belém	PA	21.650	7,79%	7,60%	fevereiro, 2020
55	Via Brasil Shopping	Rio de Janeiro	RJ	30.680	49,00%	10,50%	março, 2020
56	RibeirãoShopping*	Ribeirão Preto	SP	74.898	3,25%	7,10%	agosto, 2020
57	Praia da Costa*	Vila Velha	ES	40.026	98,50%	10,90%	setembro, 2020
58	Shopping Iguatemi Faria Lima*	São Paulo	SP	48.888	0,13%	6,00% - 6,50%	setembro, 2020

#	Shopping Center	Cidade	UF	ABL (m²)	Part. %	Cap Rate Estimado	Data da Transação
59	RibeirãoShopping*	Ribeirão Preto	SP	74.898	20,25%	7,70%	outubro, 2020
60	Parque Shopping Belém*	Belém	PA	34.084	25,00%	8,00%-8,50%	outubro, 2020
61	Franca Shopping*	Franca	SP	18.700	0,37%	7,90%	dezembro, 2020
62	Shopping Praça da Moça*	Diadema	SP	29.800	23,06%	7,60%	março, 2021
63	Shopping Leblon*	Rio de Janeiro	RJ	26.547	21,00%	6,90%	março, 2021
64	Boulevard Shopping Feira de Santana	Feira de Santana	BA	19.996	1,80%	9,70%	abril, 2021
65	Shopping Center 3 Américas	Cuiabá	MT	26.000	100,00%	n/i	maio, 2021

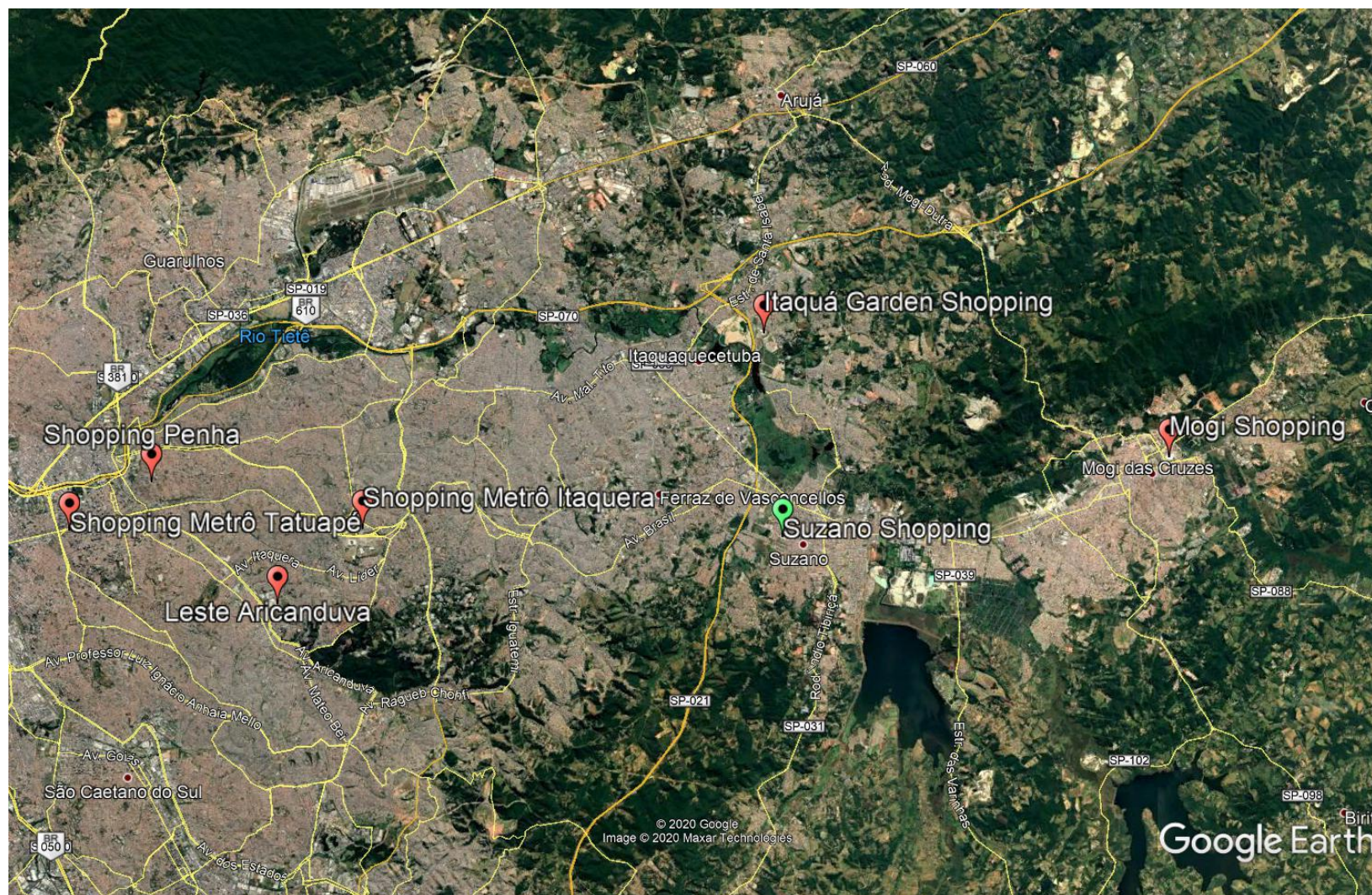
* Cap rate sobre o resultado acumulado pré pandemia do COVID-19.

2.1.8 Principais Concorrentes

Atualmente o município de Suzano conta com apenas o Suzano Shopping. Podemos citar como principais concorrentes outros empreendimentos em município vizinhos, com perfil de público semelhante. Entre eles, podemos citar:

Nome	Inauguração	ABL (m²)	Lojas		Total de Pisos	Vagas de Estacionamento	Administradora	Perfil dos Frequentadores			
			Total	Âncoras				A	B	C	D
Suzano Shopping	set-00	23.692	127	6	1	1.400	HBR Realty	11%	65%	23%	1%
Mogi Shopping	nov-91	34.792	200	8	1	1.717	HBR Realty	13%	62%	20%	5%
Itaqua Garden Shopping	abr-17	27.630	121	7	2	950	Tenco Shopping Centers	1%	20%	50%	29%
Metrô Itaquera	nov-07	69.263	265	10	3	3.000	Ancar IVanhoe	14%	52%	33%	1%
Penha	out-92	29.899	208	6	4	1.437	Ad Shopping	19%	45%	36%	0%
Metrô Tatuapé	out-97	33.408	284	3	4	2.040	Ad Shopping	20%	57%	22%	1%
Leste Aricanduva	set-91	263.271	545	35	3	10.000	Administração Particular	12%	53%	34%	1%

Fonte: ABRASCE



MAPA DE LOCALIZAÇÃO DOS SHOPPINGS CONCORRENTES

2.2 MERCADO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO

Para analisar o mercado de investimento imobiliário, primeiramente convém identificar os principais grupos atuantes, descritos a seguir.

2.2.1 Investidores Nacionais

a. Property Companies

O número de empresas especializadas em investimento imobiliário no Brasil é, tradicionalmente, restrito. São empresas com grande capital e muito exigentes na aquisição dos imóveis, preferindo aqueles com boa localização, dificilmente aceitando imóveis vagos.

Tais empresas apresentam estratégias variadas de investimento, tais como: aquisições para investimento (imóveis alugados), aquisições de edifícios inteiros com a finalidade de reformá-los para atualizar suas especificações técnicas e, posteriormente, ofertá-los ao mercado de locação e/ou venda, além de desenvolvimento/incorporação nos formatos *built-to-suit* ou especulativo.

Além das estratégias de investimento listados acima, as empresas também apresentam portfólios diversificados em termos do tipo de imóvel em que investem (escritório, industrial/logística, varejo, shopping centers). A seguir são listadas as principais empresas, conforme seus respectivos mercados imobiliários:

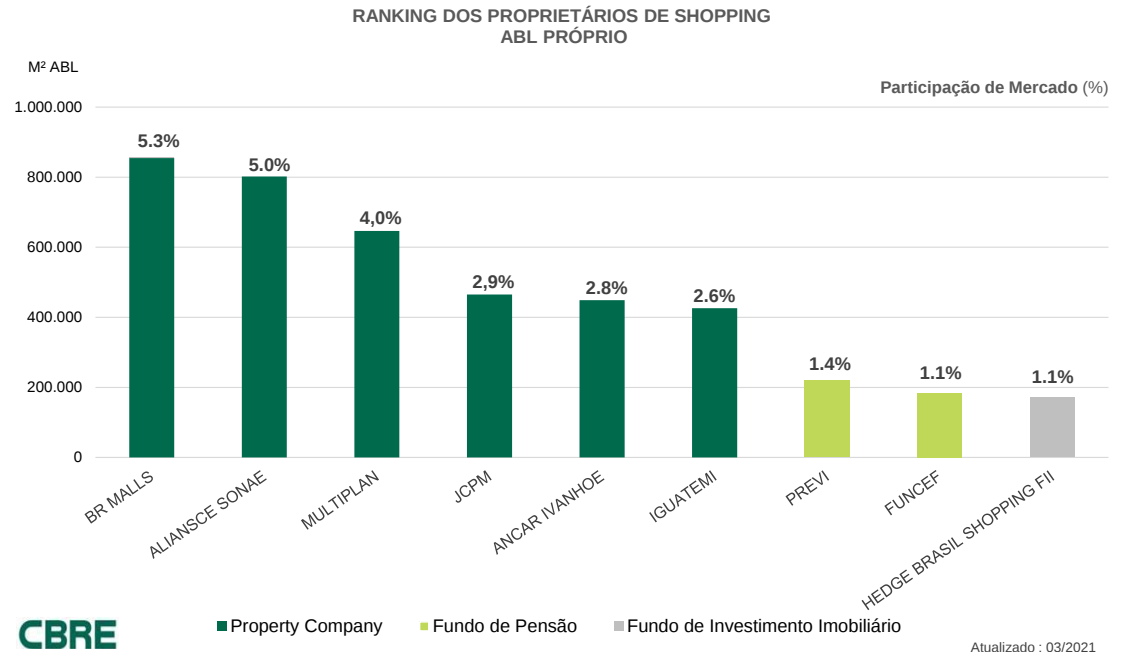
Principais empresas do mercado imobiliário por segmento

Varejo:	Grupo Pão de Açúcar, Grupo Big e Carrefour.
Escritórios:	BR Properties, São Carlos e Barzel.
Logístico:	GLP e Prologis.
Shopping Center:	brMalls, Aliansce Sonae, Iguatemi Empresa de Shopping Centers, Multiplan, General Shopping, JCPM e Ancar Ivanhoe Shopping Centers.
Híbridos:	CCP, Hines, Partage, Savoy, Brookfield, VBI e HSI.

Shopping Center

O mercado de investimento em shopping centers teve enorme crescimento desde meados da década passada, quando tradicionais grupos nacionais se capitalizaram através de *joint-ventures* com fundos internacionais e também através de abertura de capital.

Atualmente os maiores players neste mercado são brMalls, Multiplan, JCPM, Ancar Ivanhoe Shopping Centers, Aliansce Sonae, Iguatemi Empresa de Shopping Centers, e General Shopping. Todas estas empresas têm atuação nacional e com exceção da Ancar Ivanhoe e da JCPM, todas as demais são listadas na bolsa de valores de São Paulo – BOVESPA.



Nesta nova fase dos investimentos em shopping centers, o mercado tem concentrado os esforços no desenvolvimento de novos *malls* como principal estratégia de crescimento, associada a aquisições progressivas de participações em empreendimentos até atingir o controle. A brMalls, que possui a maior ABL própria, construiu seu portfólio inicialmente seguindo a estratégia de aquisição de participações minoritárias.

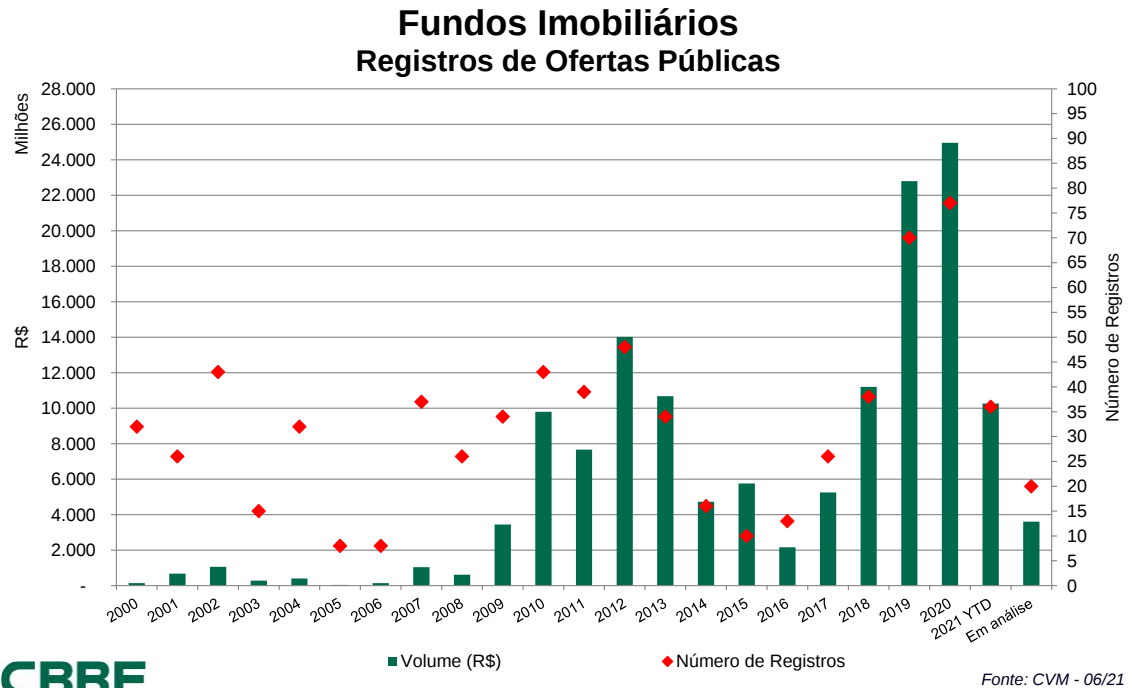
b. Fundos de Investimento Imobiliário

Os fundos imobiliários, que tomaram força nas economias mais maduras nos anos de 1990, surgiram como forma de ampliar o leque de investidores, antes restrito às instituições com grande disponibilidade de capital e capacidade de gestão do portfólio.

Basicamente, estes fundos podem ser de dois tipos: os fundos públicos, listados nas bolsas de valores, e os fundos privados. O primeiro tipo caracteriza-se por uma maior regulamentação, pois é direcionado ao público em geral, enquanto o segundo tipo é mais comumente direcionado a investidores institucionais.

No Brasil, os fundos imobiliários foram criados pela Lei 8.668/93 e regulamentado pela instrução CVM nº 472 de 2008. Os fundos estão sujeitos a um regime tributário incentivado (Lei 9.779/99), assim como o cotista (Leis 11.196/05 e 11.033/04).

O gráfico abaixo apresenta o histórico de registros de fundos imobiliários na Comissão de Valores Mobiliários (CVM) nos últimos anos:



CBRE

O salto no volume de registros desde 2009, quando um total de R\$ 3,5 Bilhões foi registrado, é notável. Em 2010 e 2012 o recorde foi quebrado, com mais de R\$ 9,5 Bilhões e R\$ 14 Bilhões em registros. Em 2013 e 2014, houve uma retração no registro de ofertas públicas, para cerca de R\$ 10,5 Bilhões e R\$ 4,7 Bilhões, respectivamente. O ano de 2018 demonstrou uma forte retomada do registro de ofertas públicas, sendo que nos anos seguintes, 2019 e 2020, os volumes de ofertas foram recordes. No ano de 2020 foram realizados 77 registros que totalizam R\$ 24,9 Bilhões.

c. Pessoas Físicas

Este segmento é amplo e diversificado e reúne investidores capazes de decidir rapidamente e que procuram os imóveis como investimento no longo prazo.

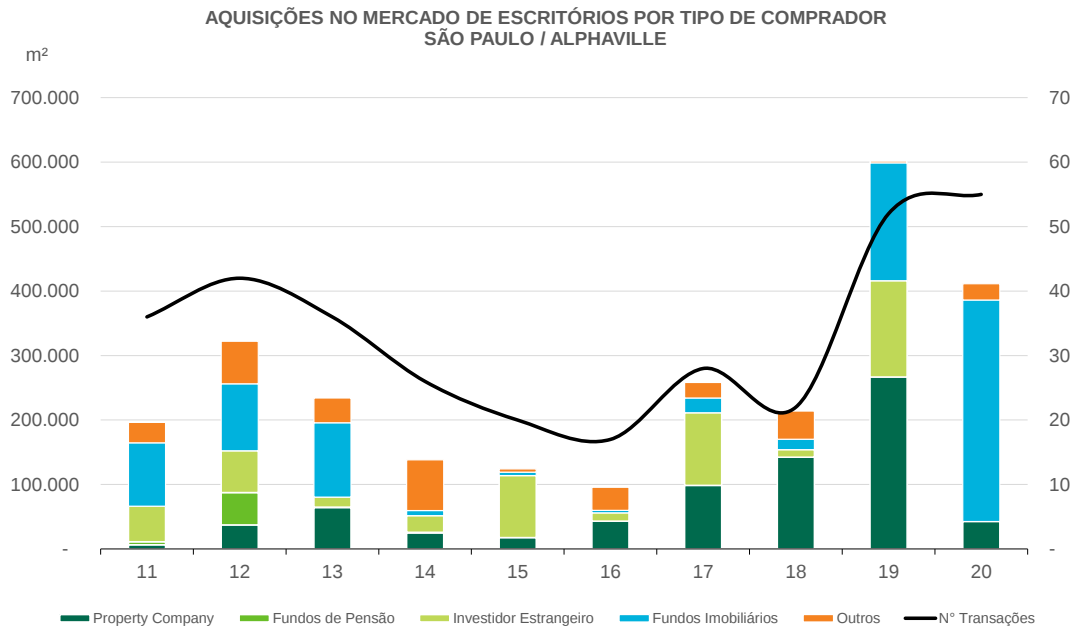
Nos últimos anos, o crescimento da economia com consequente acumulação de capital e o cenário favorável para investimento em imóveis (queda na taxa de juros), tem permitido maior demanda neste segmento e até aumento no “ticket” médio dos investidores.

Em geral, este tipo de investidor se concentra mais em andares de escritórios e pequenos imóveis, com o valor das transações situando-se abaixo da casa dos R\$ 5 milhões, muito embora algumas transações possam chegar a R\$ 10 milhões e algumas alcancem até R\$ 20 milhões.

2.2.2 Investidores Estrangeiros

Embora o país tenha enfrentado recentemente um cenário de instabilidade política e econômica, o mercado imobiliário nacional continua a atrair interesse dos investidores estrangeiros, principalmente devido à possibilidade de atingir retornos elevados em comparação aos alcançados em mercados mais maduros.

Apesar da preferência pelo mercado de ações, muitos investimentos diretos ocorreram no período, particularmente no mercado de escritórios. O gráfico abaixo mostra investimento direto por estrangeiros no maior mercado de escritórios brasileiro – São Paulo.



CBRE

Atualizado em : 12 / 2020

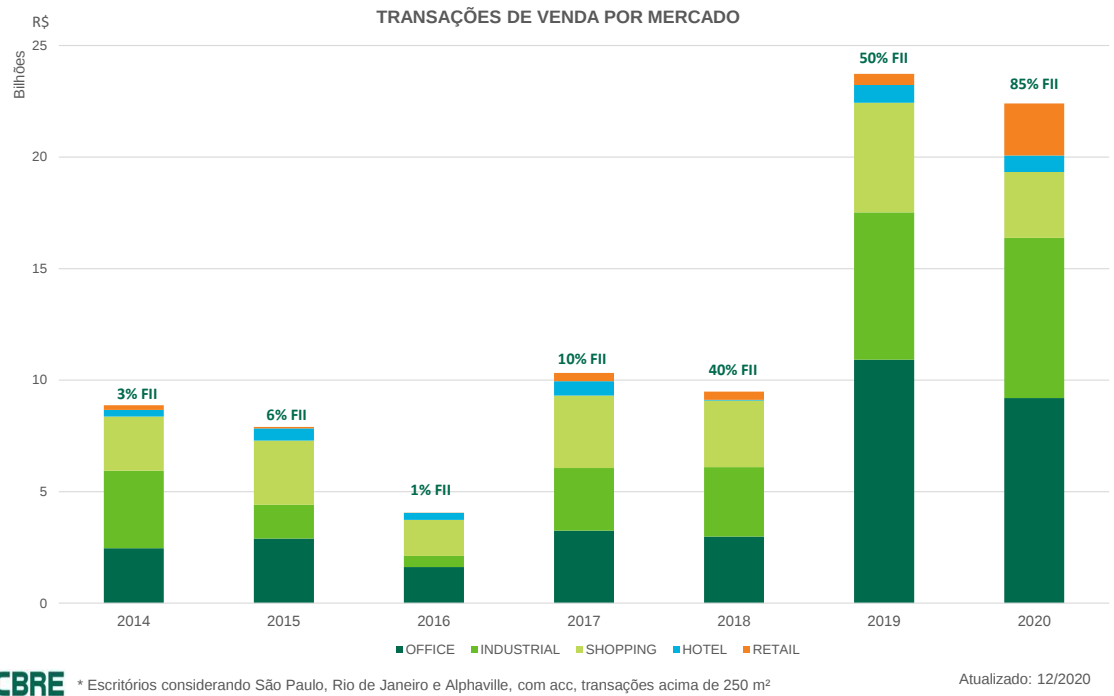
No período entre 2014 a 2018, período de menor atividade econômica no país, os investidores estrangeiros junto às *property companies* foram os principais compradores de escritórios nas regiões, com cerca de 300.000 m² de escritórios em aquisições.

No entanto, com a melhora no cenário econômico, o ano de 2019 foi recorde em volume de transações, com quase 600.000 m² transacionados.

São Paulo e Rio de Janeiro mantêm suas posições como os mercados mais demandados para investimento.

2.2.3 Transações por Segmento do Mercado Imobiliários

O gráfico a seguir apresenta o volume transacionado por segmento do mercado imobiliário:



2.2.4 Retorno Inicial (Initial Yield)

A taxa básica de juros (Selic), índice pelo qual as taxas de juros cobradas pelos bancos no Brasil se balizam, tem importante influência na expectativa de retorno inicial de investimentos imobiliários.

É sabido que uma Selic baixa reduz o retorno de investimentos em renda fixa e há uma “migração” de capital para ativos imobiliários. Paralelamente, há maior liquidez no mercado de capitais e os investidores podem “alavancar” aquisições a um custo menor.

Nos últimos 10 anos, a Selic apresentou um comportamento bastante variável, oscilando entre tendências de alta e de queda, conforme variações nos cenários político e econômico. A partir de 2013 o Banco Central iniciou uma nova política de elevação da taxa básica de juros, principalmente devido a alteração do cenário macroeconômico, sendo que, em julho de 2015, a meta Selic atingiu o patamar de 14,25% a.a..

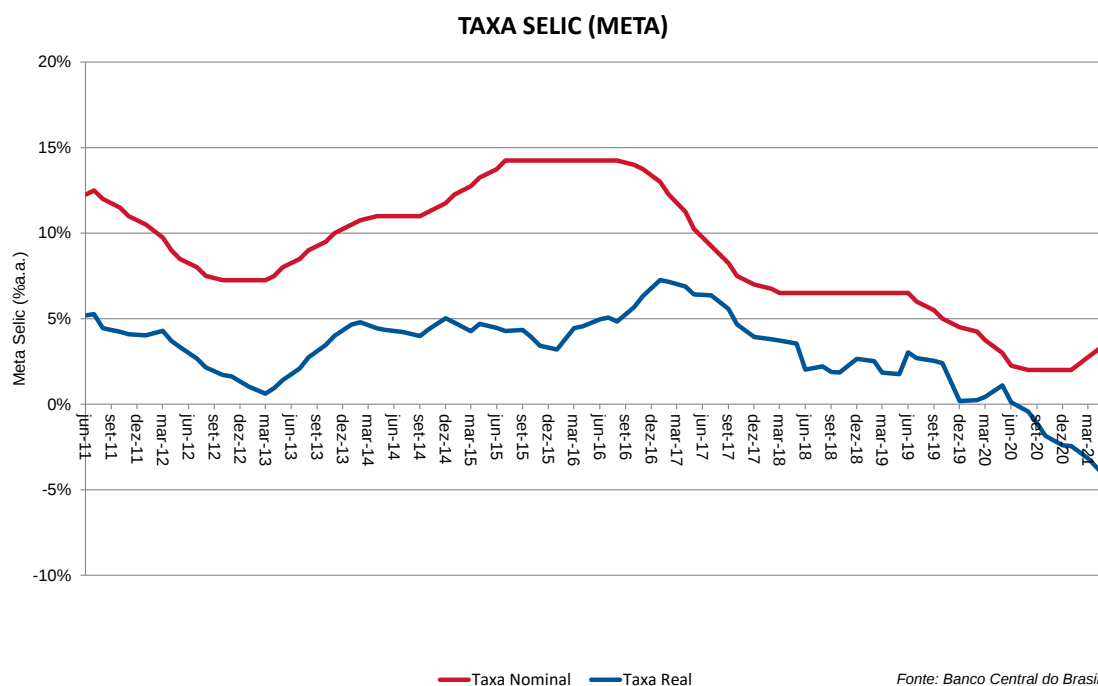
Após um período de manutenção na taxa de juros neste patamar, o Banco Central iniciou a redução da Selic em outubro de 2016, até atingir o patamar de 4,25% em fevereiro de 2020.

Com a declaração da Pandemia Global, promulgada em 11 de março de 2020 pela OMS (Organização Mundial da Saúde), o BCB manteve a tendência de redução da Selic, acompanhando os Bancos Centrais em diversos países do mundo, com o intuito de reduzir os possíveis impactos econômicos resultantes da Pandemia do COVID-19. Em agosto de 2020 a Selic atingiu seu patamar mínimo histórico de 2,00%.

A partir de março de 2021 o BCB iniciou a elevação da Selic e atualmente encontra-se em 3,50% a.a.³.

O gráfico a seguir ilustra a evolução histórica da Taxa Selic nos últimos 10 anos:

³ Reunião Copom de 05 de maio 2021.



Como referência, a tabela abaixo apresenta faixas de *yields* iniciais por tipo de imóvel:

Tipo de Imóvel	Rentabilidade Inicial
Shopping Center "Prime"	6,0% - 8,0%
Shopping Centers	7,5% - 10,0%

Os *yields* apresentados são aplicáveis aos resultados dos empreendimentos excluindo-se os efeitos da covid-19.

3

ANÁLISE DE VALOR

3.1 CONSIDERAÇÕES DE VALOR

3.1.1 Raciocínio de Valor

Fluxo de Caixa Projetado (Base Níveis de Aluguéis Atuais)

A análise do valor foi feita com base no fluxo de caixa projetado de receitas e despesas, adotando como premissas os valores contratados de aluguéis mínimos das lojas e projeção para as demais receitas do empreendimento, níveis de vacância, inadimplência e despesas do empreendimento, com base no histórico do shopping center, condições do mercado e supondo gestão competente do empreendimento. Os Fluxos de Caixa projetados foram modelados utilizando-se o software *ARGUS Enterprise*, versão 11.7.

Os Fluxos de Caixa Projetados foram elaborados desconsiderando a inflação no período de análise, ou seja, a projeção é feita em “moeda forte”. O Fluxo considera 100% de participação no empreendimento.

Principais premissas adotadas para a projeção das receitas e despesas do fluxo de caixa

Prazo Fluxo de Caixa:	10 anos
Taxa de Desconto:	9,25% a.a. (cenário neutro)
Taxa de Capitalização (11º ano):	7,75% a.a. (cenário neutro)
As taxas foram adotadas conforme descrito no item "Bases de Valoração" na página 8 deste relatório.	

a. ABL

Para a projeção, utilizamos como base a área de ABL conforme o item 1.4.2 deste relatório, resumido no quadro abaixo:

	ABL (m²)
ABL Total	24.028
ABL Ocupada	23.013
% Ocupação	96%

Base Rent Roll

b. Receitas de Aluguel

Aluguel Mínimo e Complementar:

As bases para os aluguéis mínimos, fixos e complementares adotadas foram os dados dos próprios contratos com cada lojista e respectivas performances de vendas, conforme relatório de abril de 2021.

Crescimentos %	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Aluguel de Mercado	n/a	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Vendas	n/a	10,0%	3,0%	2,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

c. Absorção das Áreas Vagas

Vacância: Absorção e Renovações: Refere-se a perda de receita com as áreas atualmente vagas e a vacância estimada na renovação dos contratos. A absorção das áreas vagas foi estimada com base na vacância atual do empreendimento, considerando, inclusive, as negociações em andamento para a ocupação de algumas lojas. Os aluguéis e vendas das áreas vagas foram projetados conforme os valores atualmente praticados no empreendimento.

Em complemento, foi adotado uma vacância financeira mínima conforme apresentado no item e.

d. Outras Receitas

Descontos (-): Os descontos foram estimados como um percentual das receitas de aluguel mínimo, conforme quadro abaixo:

	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
% do Aluguel mínimo (-)	14,0%	13,0%	12,0%	11,0%	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	6,0%

	Ano 1 (R\$)	Crescimentos %								
		A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
Quiosques e Merchandising:	2.800.000	15,0%	3,0%	2,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

	Ano 1 (R\$)	Crescimentos %								
		A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
Estacionamento:	3.300.000	15,0%	5,0%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%

Receitas Diversas: As receitas diversas foram estimadas como um percentual da Receita Bruta Efetiva, conforme quadro abaixo:

	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
% da Receita Bruta Efetiva	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%

e. Redutores de Receita

% Aluguel (Mínimo + Complementar)	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
Vacância Financeira*:	9,0%	8,0%	7,0%	6,5%	6,0%	5,5%	5,0%	4,5%	4,0%	4,0%
Inadimplência líquida:	15,0%	13,0%	11,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	4,0%	2,5%	2,0%

*No fluxo de caixa projetado, a linha de Vacância Financeira Mínima é complementar à linha de Vacância: Absorção e Renovações.

f. Despesas Operacionais

Encargos com Lojas Vagas: Os encargos com lojas vagas foram estimados conforme os encargos atuais do empreendimento.

Taxa de administração: 5,0% da Receita Operacional Líquida

Fundo de Promoção (FPP):

Conforme informado pela administração do empreendimento, não há aporte do empreendedor para o FPP Estatutário.

Despesas Diversas:

As despesas diversas foram estimadas como um percentual da Receita Bruta Efetiva, conforme quadro abaixo:

	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
% da Receita Bruta Efetiva	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%

g. Custos de Comercialização / Investimentos**Comissão de locação:**

3 aluguéis mensais, conforme prática de mercado.

Investimentos Recorrentes:

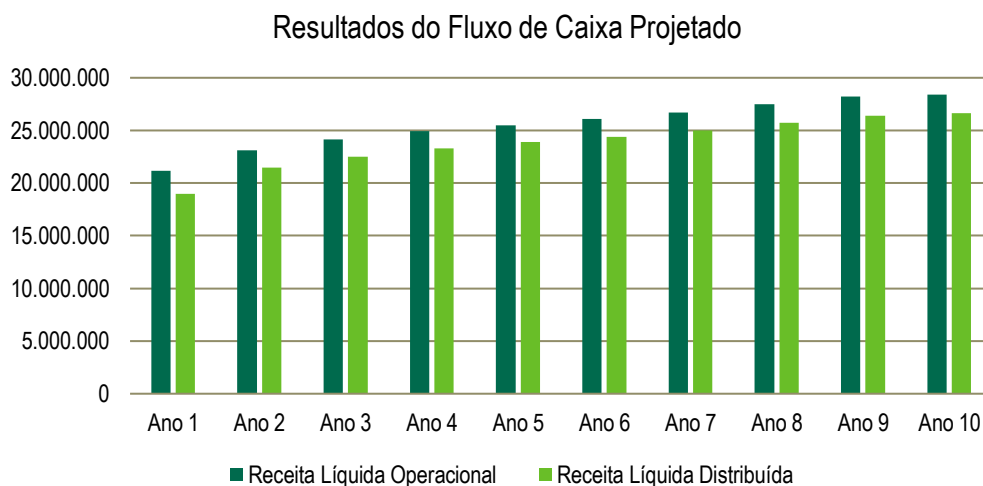
1,0% da Receita Líquida Operacional.

Investimentos Programados:

R\$ 918.531 para o Ano 1, conforme estimativa da administração do empreendimento.

h. Resultados

O Fluxo de Caixa Projetado apresentou os seguintes resultados:



O Fluxo de Caixa Descontado apresentou Valor Presente Líquido conforme análise de sensibilidade a seguir:

Perpetuidade	Taxa de desconto		
	8,75%	9,25%	9,75%
7,25%	321.000.000	309.900.000	299.300.000
7,75%	310.000.000	299.400.000	289.300.000
8,25%	300.400.000	290.300.000	280.500.000

O fluxo de caixa gerado é apresentado no Apêndice C deste relatório.

Face às características do empreendimento, localização, desempenho, potencial de crescimento e mercado, acreditamos que o valor de mercado para venda de 100% de participação do imóvel em análise, na data base de avaliação, estava em torno de R\$ 280.500.000 a R\$ 321.000.000.

3.2 VALORAÇÃO

3.2.1 Opinião de Valor

Somos da opinião que o **Valor de Mercado** para venda de 100% do imóvel em questão, na data de 30 de junho de 2021, considerando-o no estado em que se encontrava, estava em torno de **R\$ 299.400.000,00 (Duzentos e Noventa e Nove Milhões e Quatrocentos Mil Reais)**.

3.3 ANÁLISE DE VALOR CONSIDERANDO A RENDA MÍNIMA GARANTIDA

Conforme informado pelo Hedge Brasil Shopping FII, a aquisição da participação de 15% do Suzano Shopping incluiu um acordo de renda mínima garantida (RMG) para este imóvel até dezembro de 2021.

A pedido do Hedge Brasil Shopping FII, realizamos uma análise de valor considerando esta RMG para sua participação no imóvel.

O quadro a seguir apresenta as principais premissas da análise e o resultado.

Premissas da RMG e valor da participação

RMG mensal:	R\$ 312.500
Término da RMG:	Dezembro de 2021
Participação no imóvel:	15%
Demais premissas de projeção:	Vide item 3.1.1
Valor da participação, considerando o acordo de RMG:	R\$ 45.300.000 (Quarenta e Cinco Milhões e Trezentos Mil Reais)

A

PLANTAS DE LOCALIZAÇÃO E SITUAÇÃO

PLANTAS DE LOCALIZAÇÃO E SITUAÇÃO



PLANTA DE LOCALIZAÇÃO



PLANTA DE SITUAÇÃO

B

FOTOGRAFIAS

FOTOGRAFIAS

Não foi possível realizar a vistoria presencial no imóvel avaliando decorrente da situação excepcional causada pela pandemia do COVID-19.

As fotografias apresentadas a seguir foram recebidas pela administração do empreendimento, não fomos informados em qual data elas foram tiradas, e são meramente ilustrativas.



FACHADA DO IMÓVEL



FACHADA DO IMÓVEL



ÁREA DE MALL



ÁREA DE MALL



ÁREA DE MALL



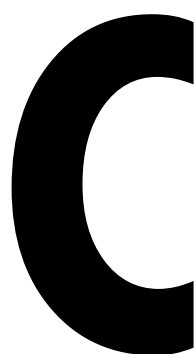
ÁREA DE MALL



ÁREA DE MALL



PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO



FLUXO DE CAIXA PROJETADO

FLUXO DE CAIXA PROJETADO – 100% DO EMPREENDIMENTO

Valores em Reais (R\$), em termos reais (acima da inflação), com data base em jun/21

	Ano 1 jun/22	Ano 2 jun/23	Ano 3 jun/24	Ano 4 jun/25	Ano 5 jun/26	Ano 6 jun/27	Ano 7 jun/28	Ano 8 jun/29	Ano 9 jun/30	Ano 10 jun/31	Ano 11 jun/32
Para Os Anos Terminados Em											
Receitas de Aluguel											
Aluguel Mínimo Potencial	19.860.839	20.198.269	20.215.879	20.216.590	20.216.972	20.217.411	20.216.543	20.202.249	20.192.046	20.191.323	20.191.311
Vacância: Absorção e Renovações	-1.611.962	-1.238.846	-636.150	-276.980	-110.203	-409.594	-340.751	-376.137	-346.648	-159.035	-386.929
Aluguel Mínimo Efetivo	18.248.877	18.959.423	19.579.729	19.939.609	20.106.768	19.807.817	19.875.793	19.826.112	19.845.398	20.032.288	19.804.381
Aluguel Complementar	782.810	997.147	1.102.964	1.176.137	1.217.527	1.215.184	1.267.938	1.334.735	1.361.787	1.430.767	1.432.062
Receitas de Aluguel Total	19.031.687	19.956.570	20.682.692	21.115.746	21.324.295	21.023.001	21.143.730	21.160.847	21.207.185	21.463.055	21.236.444
Outras Receitas											
Descontos de Aluguel (-)	-2.554.843	-2.464.725	-2.349.567	-2.193.357	-2.010.677	-1.782.704	-1.590.063	-1.387.828	-1.190.724	-1.201.937	-1.188.263
Quiosques e Merchandising	2.800.000	3.220.000	3.316.600	3.382.932	3.416.761	3.450.929	3.485.438	3.520.293	3.555.496	3.591.050	3.626.961
Estacionamento	3.300.000	3.795.000	3.984.750	4.004.674	4.024.697	4.044.821	4.065.045	4.085.370	4.105.797	4.126.326	4.146.957
Receitas Diversas	327.048	357.193	373.145	385.219	394.009	403.481	412.722	425.470	436.021	439.239	440.396
Outras Receitas Operacionais	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Outras Receitas Total	5.872.205	6.907.468	7.324.928	7.579.467	7.824.791	8.116.527	8.373.141	8.643.305	8.906.590	8.954.678	9.026.052
Receita Bruta Potencial	24.903.892	26.864.039	28.007.620	28.695.214	29.149.086	29.139.527	29.516.871	29.804.152	30.113.775	30.417.733	30.262.496
Vacância e Inadimplência											
Vacância Financeira Mínima	-245.966	-456.787	-856.169	-1.113.547	-1.175.867	-769.199	-733.473	-593.027	-515.505	-705.849	-478.006
Inadimplência	-2.854.753	-2.594.354	-2.275.096	-1.900.417	-1.705.944	-1.471.610	-1.268.624	-846.434	-530.180	-429.261	-424.729
Vacância e Inadimplência Total	-3.100.719	-3.051.142	-3.131.265	-3.013.964	-2.881.810	-2.240.809	-2.002.097	-1.439.461	-1.045.685	-1.135.110	-902.735
Receita Bruta Efetiva	21.803.173	23.812.897	24.876.355	25.681.250	26.267.276	26.898.718	27.514.774	28.364.691	29.068.090	29.282.624	29.359.761
Despesas Operacionais											
Despesas Diversas	654.095	714.387	746.291	770.437	788.018	806.962	825.443	850.941	872.043	878.479	880.793
Despesas Operacionais Total	654.095	714.387	746.291	770.437	788.018	806.962	825.443	850.941	872.043	878.479	880.793
Receita Líquida Operacional	21.149.078	23.098.510	24.130.065	24.910.812	25.479.257	26.091.757	26.689.331	27.513.750	28.196.047	28.404.145	28.478.968
Custos de Comercialização											
Comissões de Locação	102.820	227.868	200.171	129.675	46.668	116.079	113.703	117.218	109.500	48.284	114.338
Investimentos e Taxa de Adm											
Investimentos	107.288	230.985	241.301	249.108	254.793	260.918	266.893	275.138	281.960	284.041	284.790
Investimentos Programados	918.532	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Taxa de Administração	1.052.313	1.143.532	1.196.495	1.239.057	1.271.629	1.298.784	1.328.781	1.369.827	1.404.327	1.417.793	1.418.232
Inv. + Taxa de Adm Total	2.078.132	1.374.517	1.437.795	1.488.165	1.526.422	1.559.701	1.595.675	1.644.964	1.686.288	1.701.835	1.703.021
Custos Total	2.180.952	1.602.385	1.637.966	1.617.840	1.573.090	1.675.780	1.709.377	1.762.182	1.795.788	1.750.118	1.817.359
Receita Líquida Distribuída	18.968.126	21.496.125	22.492.098	23.292.972	23.906.167	24.415.977	24.979.953	25.751.568	26.400.259	26.654.027	26.661.609

