

# Relatório de Valoração

---

## **Atrium Shopping**

Rua Giovanni Battista Pirelli, 155, bairro Vila Homero Thon, Santo André/SP  
P.VAL.NNN.1199/25\_v2

Relatório elaborado pela CBRE Brasil – Departamento de Valoração e Aconselhamento Geral exclusivamente para  
HEDGE ATRIUM SHOPPING SANTO ANDRÉ FII  
Representado por HEDGE INVESTMENTS DISTRIBUIDORA DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS LTDA.

31 de dezembro de 2025



# Sumário

**Sumário de Valoração..... 2**

Sumário Executivo.....3

Bases de Valoração.....5

Aviso Legal e Isenção de Responsabilidade .....8

Condições e Limitações.....9

Disposições Finais.....12

**Relatório de Valoração..... 13**

1. Análise do Imóvel.....14

1.1 Características do Imóvel .....15

1.2 Planejamento Urbano.....18

1.3 Considerações Legais.....19

1.4 Análise Operacional .....20

1.5 Análise de Desempenho.....23

2. Condições de Mercado .....36

2.1 Mercado de Shopping Centers.....37

2.2 Mercado de Investimento Imobiliário.....54

3. Análise de Valor .....61

3.1 Considerações de Valor.....62

3.2 Valoração.....66

**Apêndices .....67**

A. Plantas de Localização e Situação .....68

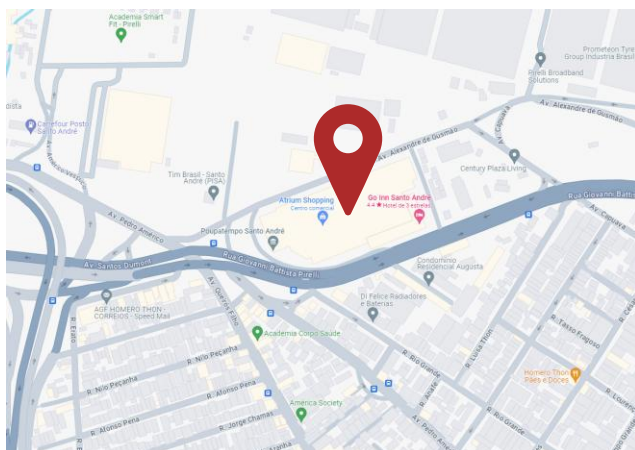
B. Fotografias.....70

C. Fluxo de Caixa Descontado.....73

---

# Sumário de Valoração

# Sumário Executivo



Data do Relatório	31 de dezembro de 2025;
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, Curitiba, Recife, Salvador e Vitória. O departamento de Valoração e Aconselhamento Geral analisa anualmente cerca de 3,6 milhões de m² em ABL em Shopping Centers, incluindo empreendimentos dos principais players do país.
Destinatário	HEDGE ATRIUM SHOPPING SANTO ANDRÉ 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.NNN.1199/25_v2 de 23/09/25;
Tipo	Shopping Center;
Objeto	Atrium Shopping;
Localização	Rua Giovanni Battista Pirelli, 155, bairro Vila Homero Thon, Santo André/SP;



Áreas	Área de Terreno:	26.043,85 m²
	Área Construída:	130.217,07 m²
	Área Bruta Locável (ABL):	32.893,51 m²
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	30 de novembro de 2024;	
Data de Valoração	30 de novembro de 2025;	
Taxas Utilizadas	Taxa de desconto: 11,50% a.a.	
	Taxa de capitalização 11º ano: 9,50%	
Opinião de Valor	<b>Considerando 100% de participação no empreendimento:</b>  <b>R\$ 125.100.000,00 (CENTO E VINTE E CINCO MILHÕES E CEM MIL REAIS).</b>	

# 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:

- Inspeção detalhada na propriedade objeto de estudo, realizada durante o mês de novembro de 2025;
- 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 15.0.

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 mais bem 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 HEDGE ATRIUM SHOPPING SANTO ANDRÉ FII (“CLIENTE”), de acordo com os termos da Proposta P.VAL.NNN.1199/25\_v2 de 23/09/2025, 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 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.

## Condições e Limitações

Sem prejuízo das demais reservas realizadas pela CBRE no presente documento, os trabalhos realizados estão sujeitos às condições e limitações descritas a seguir:

1. O trabalho realizado não buscou exaurir todos os aspectos referentes ao tema do presente relatório e, portanto, não abrangeu necessariamente todas as questões aplicáveis, seja sobre mercado, ambiente macroeconômico, potencial do imóvel ou do empreendimento ou mesmo apontou possíveis erros nas informações subjacentes, casos de fraude ou atos ilegais, se houver;
2. As análises, opiniões, projeções, premissas, estimativas e declarações futuras constantes no presente relatório têm por embasamento, em grande parte, expectativas atuais, dentro das condições de mercado e conjuntura econômica na data da realização do relatório, além de estimativas sobre eventos futuros e tendências que afetam ou podem potencialmente vir a afetar os negócios, o setor de atuação, a situação financeira e os resultados operacionais e prospectivos do empreendimento. Estas estimativas e declarações estão sujeitas a diversos riscos, incertezas e suposições e são feitas com base nas informações de que atualmente dispomos. Havendo modificações no cenário econômico ou mercadológica, poderá haver alterações significativas nos resultados informados e conclusões do presente relatório;
3. "As palavras "acredita", "pode", "poderá", "estima", "continua", "antecipa", "pretende", "espera" e expressões similares que aparecerem no relatório têm por objetivo identificar projeções, estimativas e declarações futuras e se referem 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 e projeções 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 em nosso relatório podem não vir a ocorrer e, ainda, os resultados futuros e desempenho do empreendimento podem diferir substancialmente daquelas previstas no presente relatório;
4. Poderá haver diferenças entre os resultados projetados e os reais porque os eventos e circunstâncias frequentemente não ocorrem como o esperado e essas diferenças podem ser materiais. Por conta dessas incertezas, um potencial vendedor, comprador, investidor ou qualquer parte interessada não deve se basear nessas estimativas e declarações futuras para tomar uma decisão de transação ou investimento, sendo que o presente relatório não deve ser considerado como uma recomendação de compra, venda ou investimento. Uma transação efetiva nem sempre reflete tais elementos, podendo incluir outros, e, conseqüentemente, não ocorre necessariamente aos valores estimados apontados no presente relatório;
5. No melhor conhecimento da CBRE, consideraremos que todas as informações e documentos recebidos para análise são verdadeiros, corretos, completos e suficientes para elaboração do relatório. A CBRE não se responsabiliza pela veracidade das informações que serviram de base para a elaboração das premissas adotadas, conforme listadas a seguir:
  - a. Passadas para nós pelo proprietário do imóvel e/ou pelo destinatário do presente relatório;
  - b. Elaboradas por terceiros, inclusive fundações, entidades governamentais e outras pessoas, naturais ou jurídicas, públicas ou privadas;
  - c. Fornecidas por participantes do mercado (corretores, proprietários etc.);
6. O presente relatório foi devidamente revisado pelo destinatário para confirmar se os procedimentos realizados foram consistentes com os objetivos propostos ou quanto a possíveis divergências em relações às informações recebidas;
7. Não faz parte do escopo do nosso trabalho a realização de uma auditoria de tais premissas citadas acima, 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. Cabe a um potencial interessado a realização de auditorias para a verificação da veracidade e adequação de todos os documentos e informações utilizados. Recomendamos às partes relacionadas anteriormente que tomem todas as medidas necessárias para mitigar os riscos envolvidos, como no caso de uma transação de compra e venda, investimento ou emissão de dívida relacionadas ao imóvel, inclusive prevendo mecanismos de defesa para as demais partes;

8. Ao realizar este trabalho, a CBRE não está fazendo qualquer tipo de julgamento acerca da capacidade das partes relacionadas ao objeto do presente relatório ou qualquer negócio a ele vinculado, seja um estruturador de veículo de investimento, coordenador, construtora, administrador, auditor etc., em realizar suas funções adequadamente e competentemente e/ou conforme as projeções por nós estimadas. 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 presente relatório e, portanto, sua responsabilidade fica limitada apenas à elaboração desse relatório, com base nas informações de mercado disponíveis naquele momento e demais condições aqui informadas;
9. A CBRE declara e garante não ter qualquer controle ou participação, inclusive financeira, nas decisões sobre os contratos ou serviços prestados por terceiros (gestão, administração etc.) relacionados ao objeto do relatório a ser produzido, sejam eles passados, presentes ou futuros, ressaltando que não existe qualquer garantia de que as receitas, despesas, custos e investimentos utilizados nas análises de valor serão efetivamente realizados;
10. Não serão consideradas quaisquer despesas de venda, aquisição ou de tributação que possam surgir em caso de alienação do objeto do presente relatório;
11. Não consideraremos qualquer saldo pendente de hipotecas, garantias, empréstimos ou quaisquer outras dívidas que possam existir para com o objeto do trabalho, sejam em termos de principal ou dos juros relativos ao mesmo;
12. Não consideraremos quaisquer acordos entre empresas ou quaisquer obrigações ou outros encargos;
13. Não serão considerados quaisquer incentivos fiscais ou de outra natureza por parte dos governos federal, estadual ou municipal. Será assumido que o objeto do presente documento cumpre os requisitos da legislação em vigor quanto à saúde, segurança, encargos trabalhistas e responsabilidade civil;
14. Não serão realizadas quaisquer pesquisas sobre a situação financeira dos ocupantes atuais do imóvel, se houver, sendo considerado que eles cumprem com suas obrigações financeiras, que não há atraso ou inadimplência na quitação de suas obrigações ou que haja quaisquer descumprimentos contratuais ou das leis;
15. Todos os cálculos serão baseados na análise das qualificações físicas do objeto em estudo e de informações diversas levantadas no mercado, que são tratadas adequadamente para serem utilizadas na determinação do valor deste objeto;
16. Se algum dos dados ou hipóteses em que o presente relatório se basear for posteriormente considerado como incorreto, nossas conclusões de valores também podem e devem ser reconsideradas;
17. Foram consideradas as condições gerais do objeto do presente relatório, sendo que todas as medidas citadas são aproximadas;
18. A CBRE não realizou medições in loco, tanto do terreno quanto das benfeitorias do imóvel, se existentes;
19. Na falta de informações precisas, foram adotadas premissas estimadas baseadas na experiência da CBRE, sendo passíveis de revisão e alteração do trabalho, caso tais informações sejam comprovadas ou complementadas com novas evidências;
20. Na falta de qualquer informação em contrário, assumiu-se 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 objeto em estudo;
  - b. Atualmente não há conhecimento de materiais nocivos, perigosos ou tecnicamente suspeitos, que tenham sido utilizados na construção, nem em posteriores alterações ou adições ao objeto em estudo;
  - c. Os sistemas prediais e outros controles associados ou softwares estão em perfeita ordem e livres de defeitos;
  - d. imóvel possui um título firme e alienável, livre de qualquer ônus ou restrições;
  - e. 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;

- f. imóvel não é adversamente afetado por propostas de planejamento urbano;
  - g. Todas as edificações cumprem os requisitos estatutários e de autoridades legais, incluindo normas construtivas, de segurança contra incêndio, salubridade e segurança;
  - h. Não há melhorias feitas pelos inquilinos, se houver, que irá afetar materialmente a nossa opinião sobre a renda que seria obtida na revisão ou renovação;
21. A CBRE não foi instruída a fazer investigações em relação à presença ou potencial de contaminação no imóvel ou a presença potencial de outros fatores de risco ambiental. Assim, não realizamos nenhum levantamento topográfico ou avaliação ambiental e não investigamos dados históricos ou de usos anteriores, no imóvel ou quaisquer adjacentes, para poder determinar se o imóvel 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;
22. As tendências e riscos a serem identificados no presente relatório não foram considerados restritivos, sendo que poderá haver considerações que não fomos capazes de identificar dentro do prazo para a realização do presente trabalho. Além disso, mudanças nas condições e regulamentos do respectivo mercado podem impactar os riscos identificados e criar outros após a apresentação do presente relatório;
23. Em geral, projeções apresentam graus significativos de subjetividade e incertezas, sendo as premissas baseadas em expectativas futuras, as quais podem ser confirmadas ou não, tendo em vista que os eventos projetados podem não ocorrer devido a uma série de fatores econômicos e operacionais exógenos. Dessa forma, não há garantias de que quaisquer premissas, estimativas, projeções, resultados ou conclusões apresentadas no presente relatório de avaliação serão efetivamente observadas e/ou verificadas, no todo ou em parte. Os números observados no futuro podem ser diferentes e as diferenças podem ser significativas. Essas possibilidades não são um viés ou defeito do processo de avaliação e são reconhecidas como parte de sua natureza. Portanto, a CBRE não é responsável e não pode ser responsabilizada por quaisquer diferenças entre os resultados da avaliação e os resultados observados a posteriori;
24. A CBRE não se pronuncia se as premissas consideradas nas projeções financeiras estão corretas ou em relação à probabilidade de os resultados futuros do empreendimento atingirem os valores projetados. Deve-se enfatizar que a realização real futura da projeção depende da validade contínua das suposições nas quais elas se baseiam. Qualquer conselho, opinião ou recomendação fornecida pela CBRE como parte do trabalho não deve constituir qualquer forma de garantia que a CBRE determinou ou previu eventos ou circunstâncias futuras;
25. Nosso relatório será de uso exclusivo do destinatário a quem se dirige e para a finalidade aqui definida, não aceitando qualquer responsabilidade atribuída a terceiros, seja à totalidade ou parte de seu conteúdo;
26. A CBRE não assume qualquer responsabilidade, direta ou indireta, (i) pelas assunções feitas em âmbito do relatório 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 a ele relacionado;
27. 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 relatório de avaliação, efetuada por terceiros, ou mesmo representados por seus administrador e/ou gestores, bem como pelas pessoas responsáveis pela constituição de veículos financeiros, pelo coordenador líder destes e/ou pelos potenciais investidores.
28. A vistoria foi realizada em 07/11/2025.



# Disposições Finais

## Independência

Ressaltamos que a relação entre a CBRE e a HEDGE ATRIUM SHOPPING SANTO ANDRÉ FII 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.

## Publicação

Nenhuma parte do nosso relatório, nem quaisquer referências, poderá ser incluída em qualquer documento, circular ou declaração 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.

De forma a atender às resoluções vigentes da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), fica o cliente (HEDGE BRASIL SHOPPING FII) desde já autorizado a publicar este relatório na íntegra.

Atenciosamente,



Responsável Técnico:

**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

---

# Relatório de Valoração

1

Análise do Imóvel

# 1.1 Características do Imóvel

## 1.1.1 Localização

O imóvel está localizado na Rua Giovanni Battista Pirelli, 155, bairro Vila Homero Thon, Santo André/SP.

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

## 1.1.2 Situação

O imóvel está situado na região sul do município.

Como referência, o imóvel está a cerca de:

- Em frente à Rua Giovanni Battista Pirelli;
- 300 m do Hipermercado Carrefour e da C&C;
- 4,0 km da região central de Santo André;
- 18,0 km da região central da cidade de São Paulo;
- 39,5 km do Aeroporto Internacional de Guarulhos.

A planta de situação está anexada ao Apêndice A.

## 1.1.3 Ocupação Circunvizinha

O imóvel está localizado em uma região de uso misto, residencial e comercial, composto por casas e apartamentos residências de médio padrão, além de estabelecimentos comerciais de pequeno, médio e grande porte, com destaque para grandes redes varejistas como o hipermercado Carrefour, a C&C e o Assaí.

## 1.1.4 Melhoramentos Urbanos

O local é bem 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 Giovanni Battista Pirelli possui quatro faixas de rolamento para cada sentido, e passeio para pedestres de ambos os lados da via, encerrando uma largura de aproximadamente 30 metros.

## 1.1.5 Comunicações

O imóvel possui frente para a Rua Giovanni Battista Pirelli, importante via de acesso de Santo André. Além disso, o imóvel está localizado a um raio de 1,0 km da Avenida do Estado, que interliga o município de Santo André com São Paulo.



Quanto ao transporte público urbano, a região é servida por linhas de ônibus regulares, que ligam a região aos demais bairros da cidade, com pontos localizados ao longo da via de situação, inclusive na altura do imóvel objeto de análise.

Em relação ao transporte aéreo, o Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos, está localizado a 39,5 km do imóvel, funcionando com voos domésticos e internacionais.

## 1.1.6 Descrição

O Atrium Shopping foi inaugurado em outubro de 2013, e faz parte de um complexo composto por cinco torres residenciais, dois hotéis e uma torre comercial.

O empreendimento conta com 3 pisos, com a seguinte distribuição e usos:

- Térreo: Âncoras, megalojas e satélites;
- 1º pavimento: Âncoras, megalojas e satélites;
- 2º pavimento: Âncora, megalojas, satélites, praça de alimentação e Cinema.

As fotografias do imóvel estão anexadas ao Apêndice B.

### Características Construtivas

As construções possuem estrutura em concreto armado e fachada mista com pintura texturizada e vidro.

### Acabamentos

Com relação ao acabamento, a seguinte tabela mostra os acabamentos dos principais ambientes:

Local	Piso	Paredes	Teto
Sanitários	Cerâmico	Cerâmico/Pintura acrílica	Gesso/Pintura látex
Área de lojas	Granito	Pintura acrílica	Gesso/Pintura látex
Praça de alimentação	Granito	Pintura acrílica	Gesso/Pintura látex

### 1.1.6.1 Instalações e Equipamentos

#### Circulação Vertical

- Elevadores e escadas rolantes;

#### Sistema de Ar-Condicionado

- Ar-Condicionado central.

#### Sistema de Abastecimento de Água e Combate a Incêndio

- Sistemas de hidrantes, sprinklers e extintores.

#### Sistema de Segurança

- CFTV.

### 1.1.6.2 Vagas de Estacionamento

O imóvel possui 1.688 vagas demarcadas para automóveis, o que representa uma relação de vagas por ABL de cerca de 1:19.

### 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:	26.043,85 m <sup>2</sup>
Construída:	130.217,07 m <sup>2</sup>
Área Bruta Locável (ABL)	32.893,51 m <sup>2</sup>

### 1.1.8 Estado de Conservação

Verificamos no local que, de modo geral, o imóvel encontra-se em bom estado de conservação, não necessitando de reparos emergenciais.<sup>1</sup>

### 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.<sup>2</sup>

### 1.1.10 Projetos de Expansão

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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. Tal informação foi suprimida deste relatório, a pedido do cliente, conforme previsto pela Instrução da Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”) nº 472, de 31 de outubro de 2008, considerando sua confidencialidade e relevância estratégica.

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, o histórico da vacância, o fluxo histórico de veículos e pessoas.

Os dados aqui expostos referem-se ao período entre setembro de 2020 e agosto de 2025.

### 1.4.1 Administração do Empreendimento

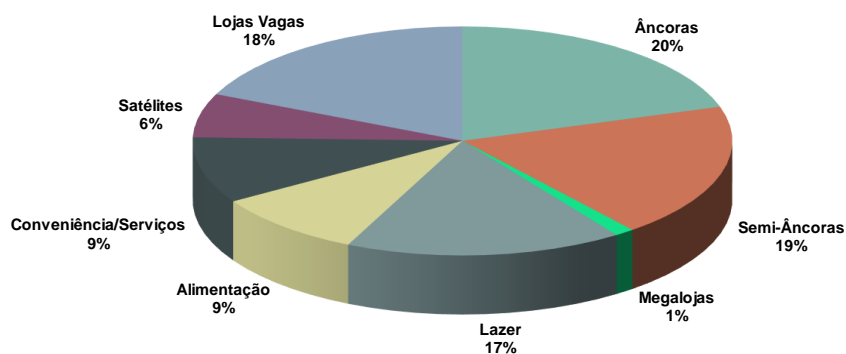
Na data base desta avaliação, a administração do empreendimento estava a cargo da empresa AD Shopping.

### 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 agosto de 2025. De acordo com essas informações, o empreendimento apresentava o seguinte mix de lojas:

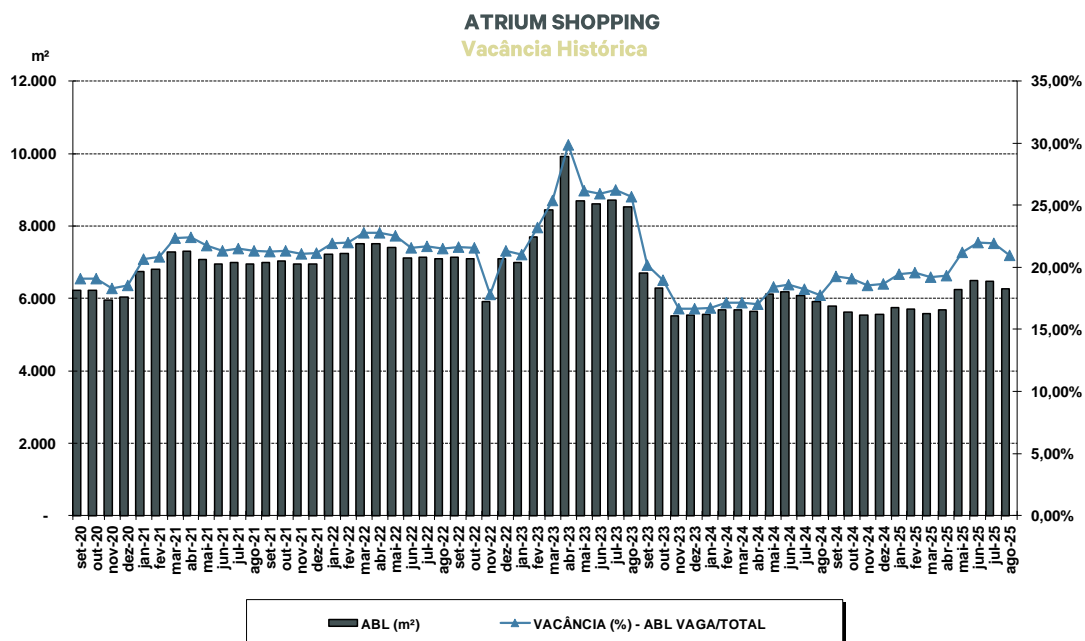
Segmento	# Lojas	ABL	
		m²	%
Âncoras	4	6.637,84	20%
Semi-Âncoras	8	6.246,74	19%
Megalojas	1	385,11	1%
Lazer	8	5.464,26	17%
Alimentação	29	3.021,99	9%
Conveniência/Serviços	18	3.072,97	9%
Satélites	37	2.036,93	6%
Lojas Vagas	0	6.027,67	18%
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>32.893,51</b>	<b>100%</b>

### ATRIUM SHOPPING Composição do Mix



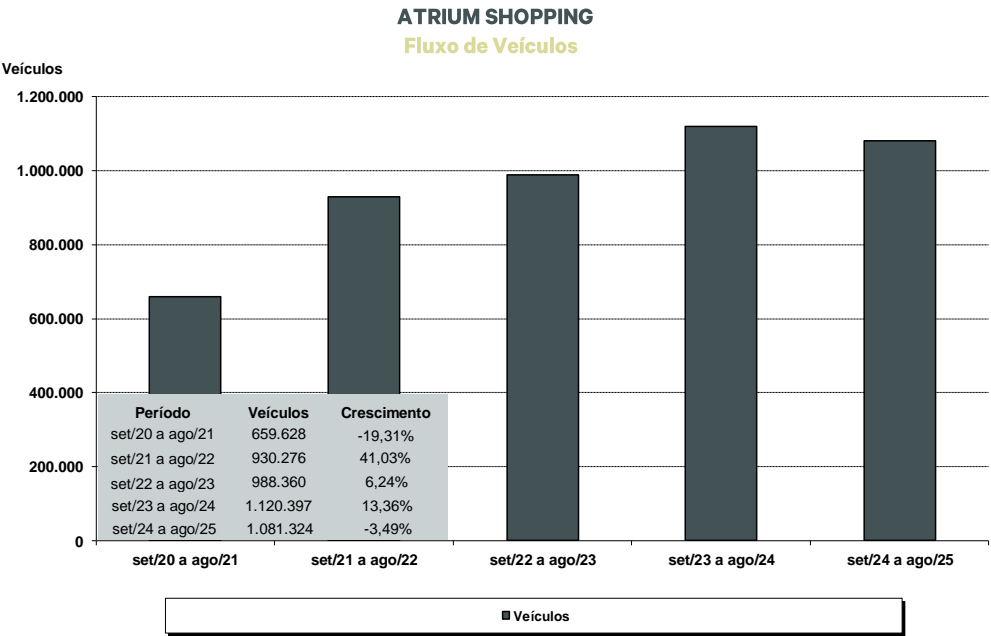
### 1.4.3 Taxa de Vacância

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

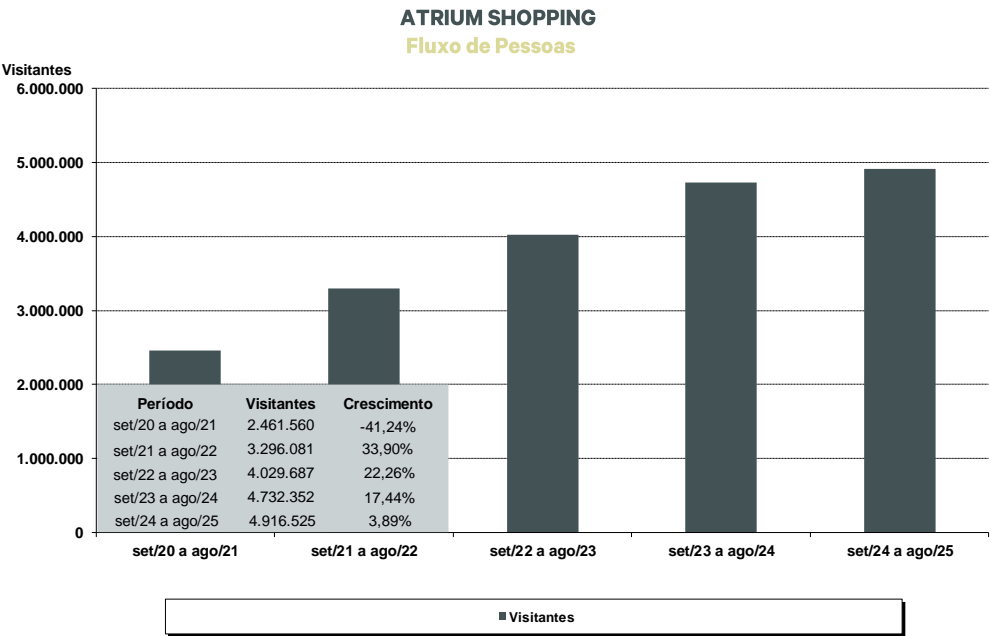


1.4.4 Fluxo de Veículos e Pessoas

O gráfico a seguir ilustra a evolução do fluxo de veículos no empreendimento no período analisado:



O gráfico a seguir ilustra a evolução do fluxo de pessoas no empreendimento no período analisado:



## 1.5 Análise de Desempenho

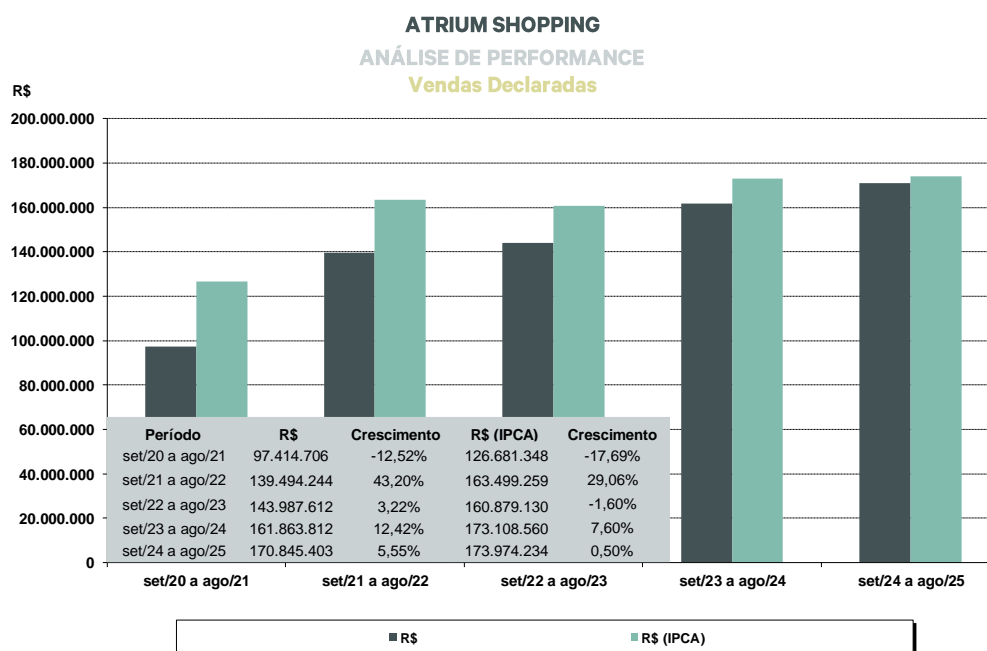
Esta etapa do trabalho tem por objetivo identificar o desempenho financeiro do empreendimento, sua performance quanto às vendas, aos aluguéis praticados e outras fontes de receitas e às despesas, o que nos dará subsídios para as análises de valor.

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 setembro de 2020 e agosto de 2025, e provêm do cruzamento das informações prestadas pela administração do Shopping Center e, também, pelo empreendedor do empreendimento.

### 1.5.1 Vendas Declaradas

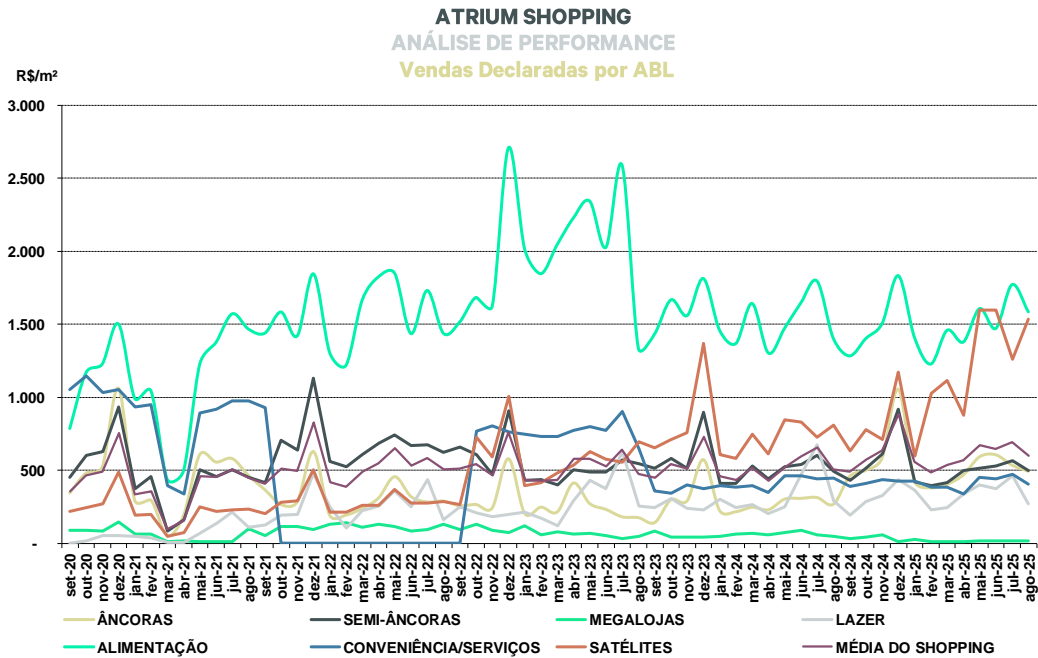
O gráfico a seguir ilustra a evolução das vendas globais declaradas de operação do empreendimento no período analisado:



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	1.823.646	1.858.358	530	541
Semi-Âncoras	3.225.204	3.286.370	516	526
Megalojas	17.316	17.755	21	22
Lazer	1.705.127	1.734.001	321	327
Alimentação	4.760.111	4.847.061	1.464	1.491
Conveniência/Serviços	1.270.990	1.293.829	406	413
Satélites	1.434.723	1.460.478	983	1.001
<b>TOTAL</b>	<b>14.237.117</b>	<b>14.497.853</b>	<b>602</b>	<b>613</b>

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



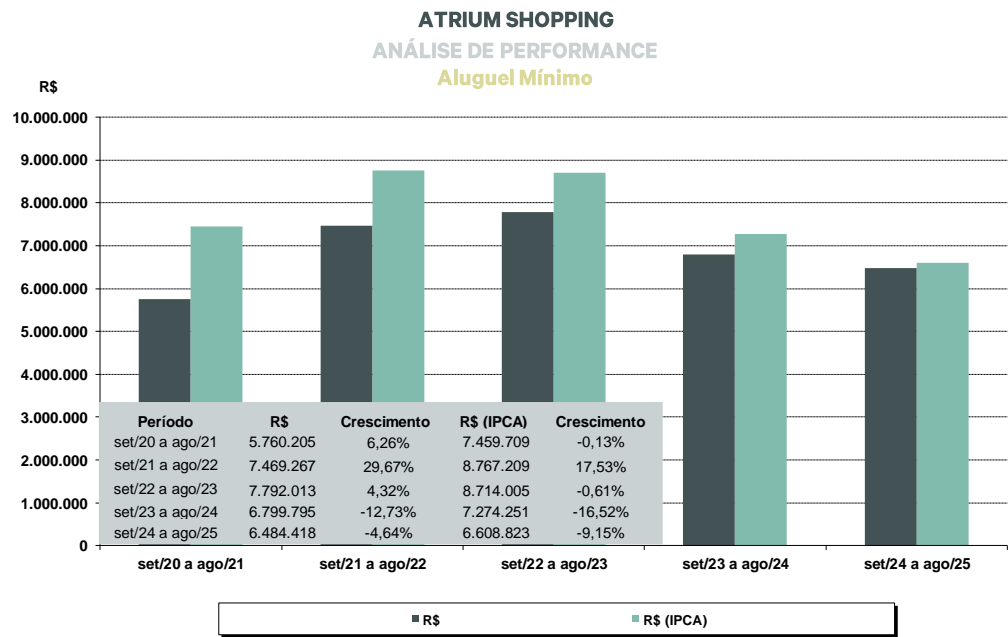
Nota: Evidentemente, o peso do IPCA sobre os dados de vendas, receitas e despesas pode, em muitas ocasiões, ser mais crítico do que a realidade. Mesmo assim, para esta análise, considera-se que toda a inflação do período tivesse sido repassada incondicionalmente aos preços, mês a mês, e que, como sabemos,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

#### Aluguel Mínimo

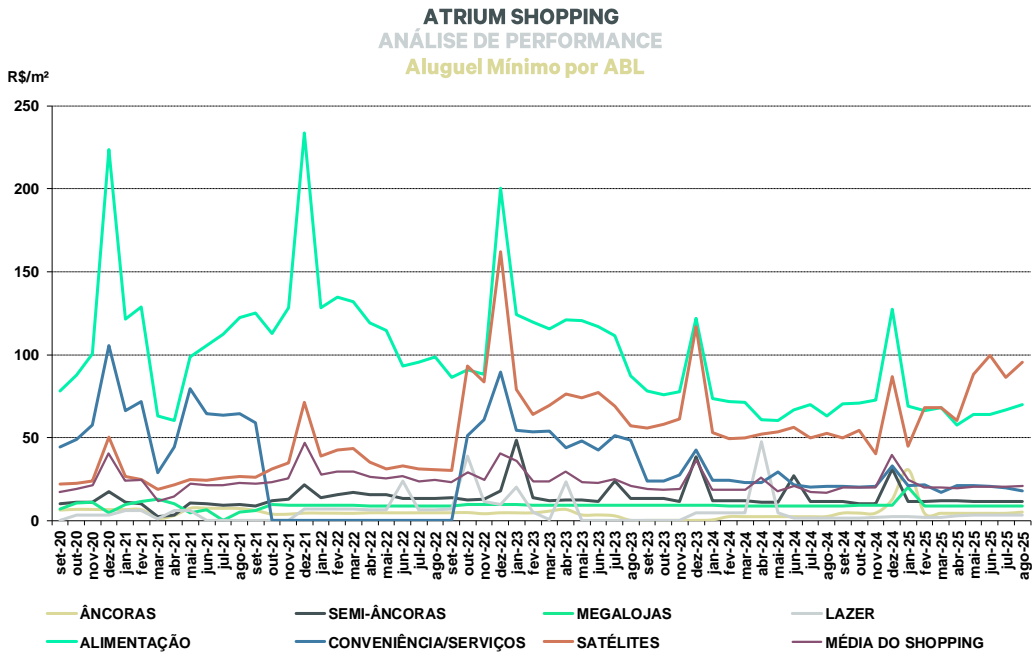
O gráfico a seguir ilustra a evolução do faturamento com aluguel mínimo no empreendimento no período analisado:



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

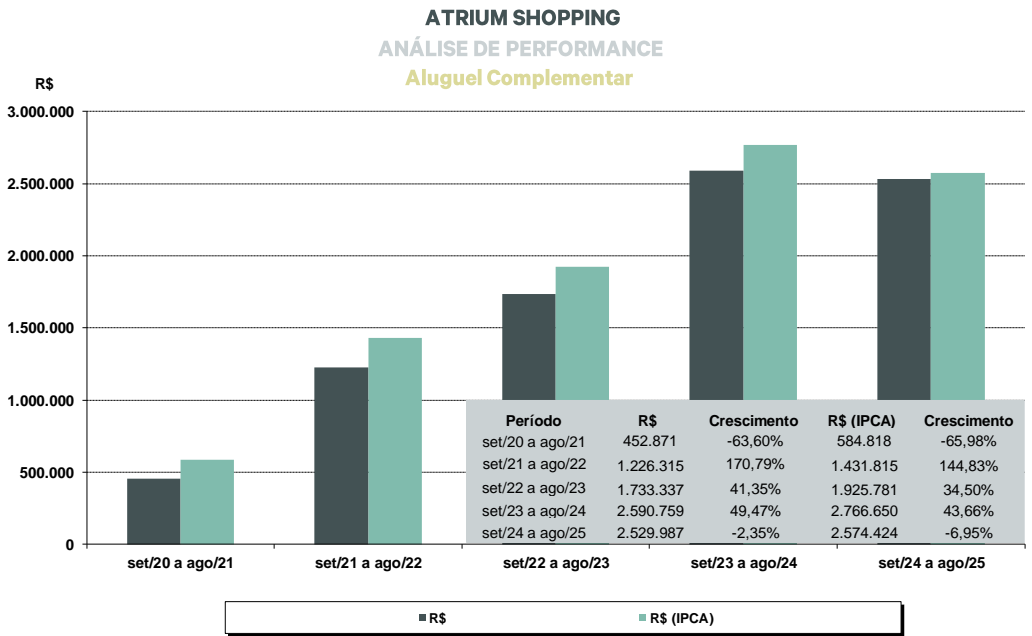
Aluguel Mínimo	Média Nominal (R\$)	Média Atualizada (pelo IPCA) (R\$)	Média Nominal (R\$/m²)	Média Atualizada (pelo IPCA) (R\$/m²)
Âncoras	24.489	25.052	7	7
Semi-Âncoras	80.155	81.721	13	13
Megalojas	7.621	7.762	9	9
Lazer	13.152	13.333	2	3
Alimentação	230.684	235.352	71	72
Conveniência/Serviços	65.350	66.600	21	21
Satélites	94.978	96.767	65	66
TOTAL	516.429	526.586	22	22

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



Aluguel Complementar

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

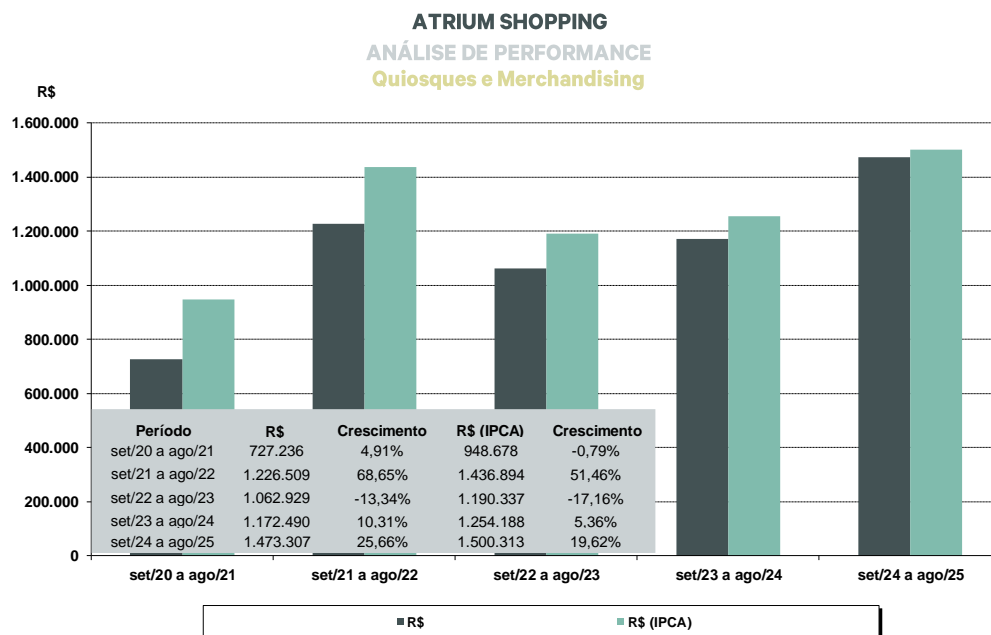




## Quiosques & Merchandising

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

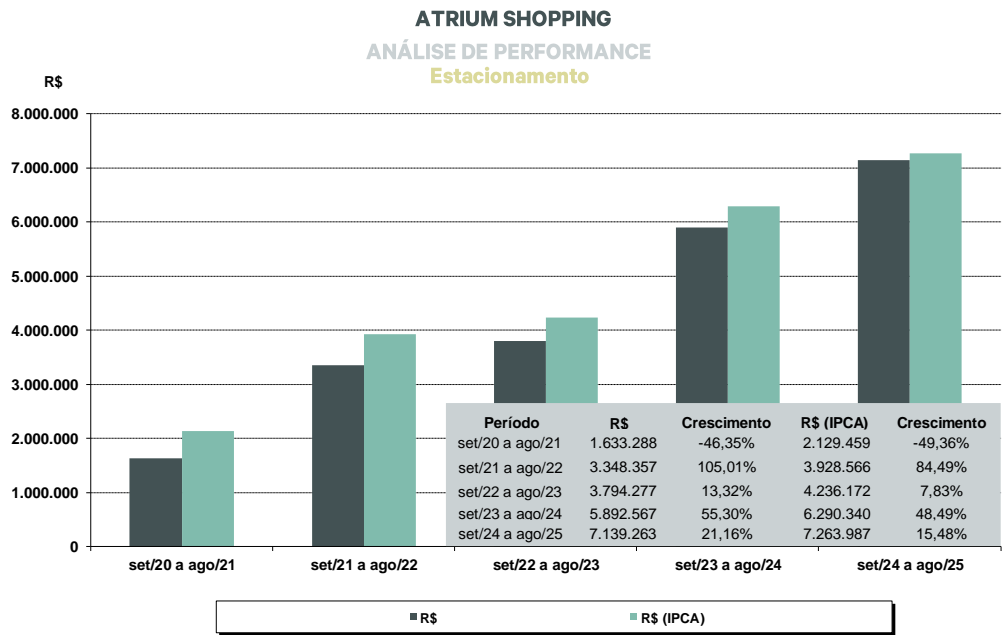
O gráfico a seguir ilustra a evolução do faturamento com Quiosques e Merchandising no empreendimento no período analisado:



## 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.

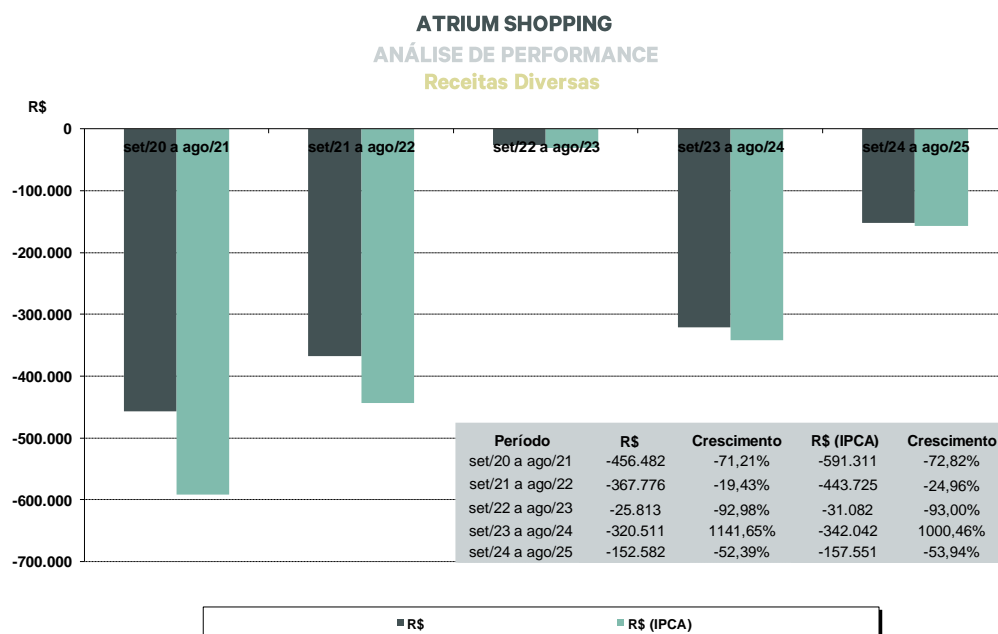


Receitas Diversas

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.

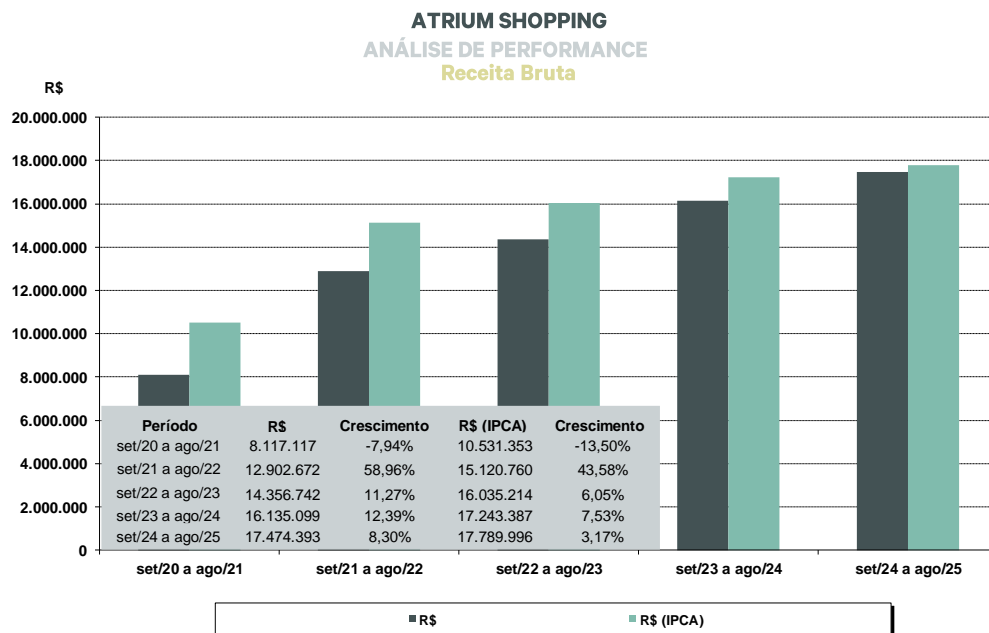


### Receita Bruta

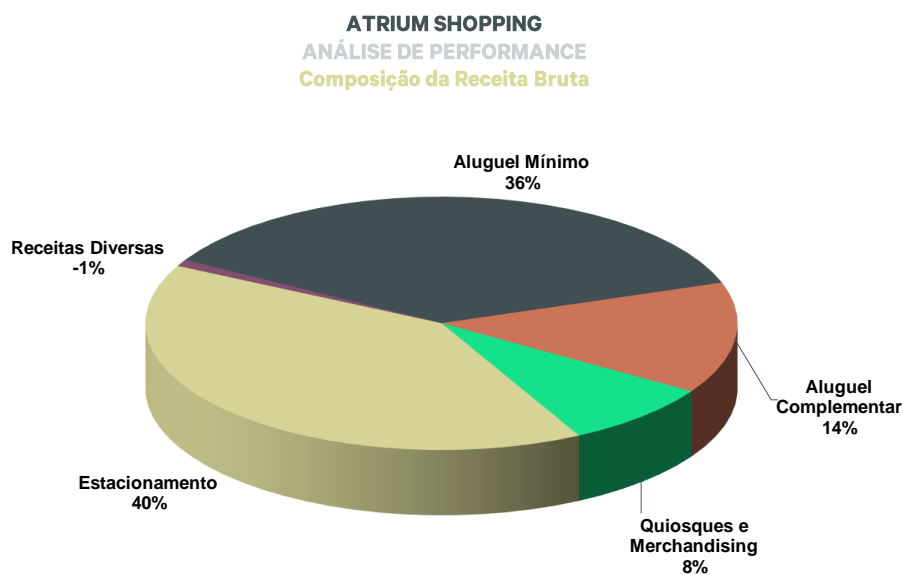
A receita bruta do empreendimento corresponde à receita total gerada pelo shopping center, sendo representada pela soma dos seguintes itens:

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

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



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

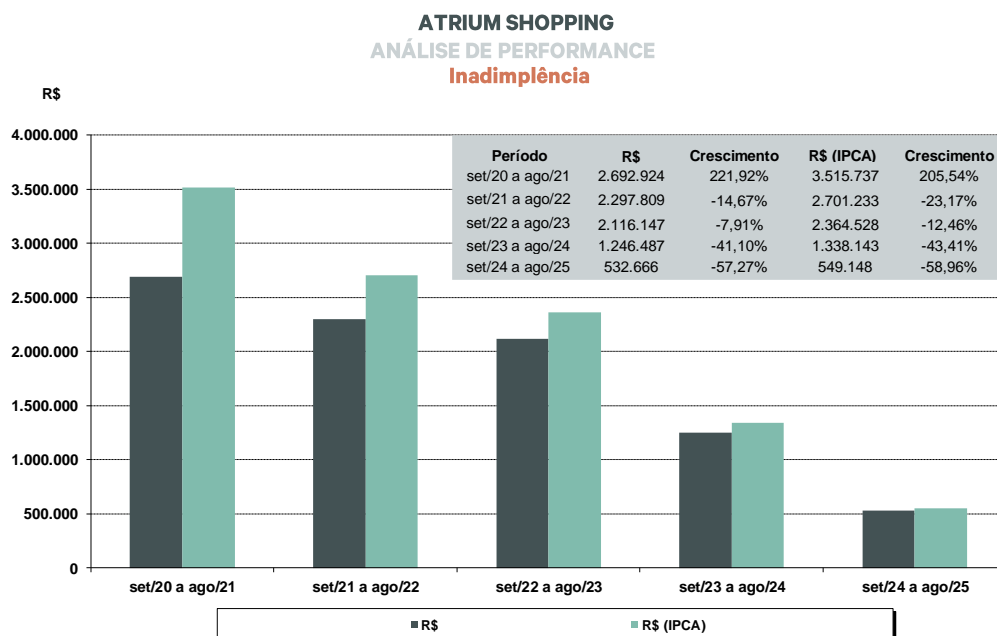


### Inadimplência Líquida

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.



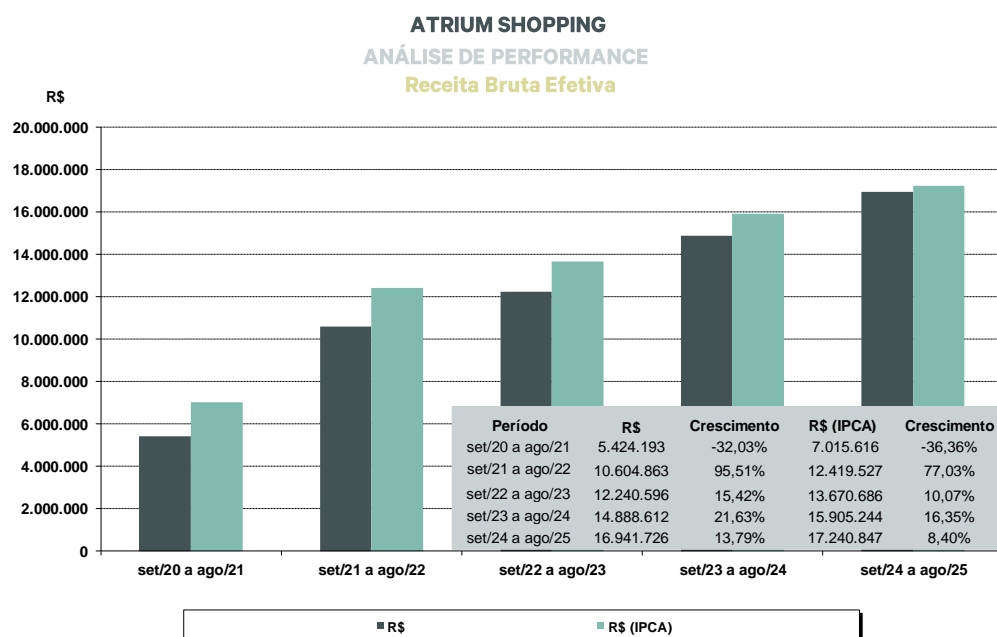
A tabela a seguir apresenta a inadimplência como um percentual das receitas de aluguel (mínimo e complementar) no período analisado:

set/20 a ago/21	set/21 a ago/22	set/22 a ago/23	set/23 a ago/24	set/24 a ago/25
43,34%	26,43%	22,22%	13,27%	5,91%

### 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.

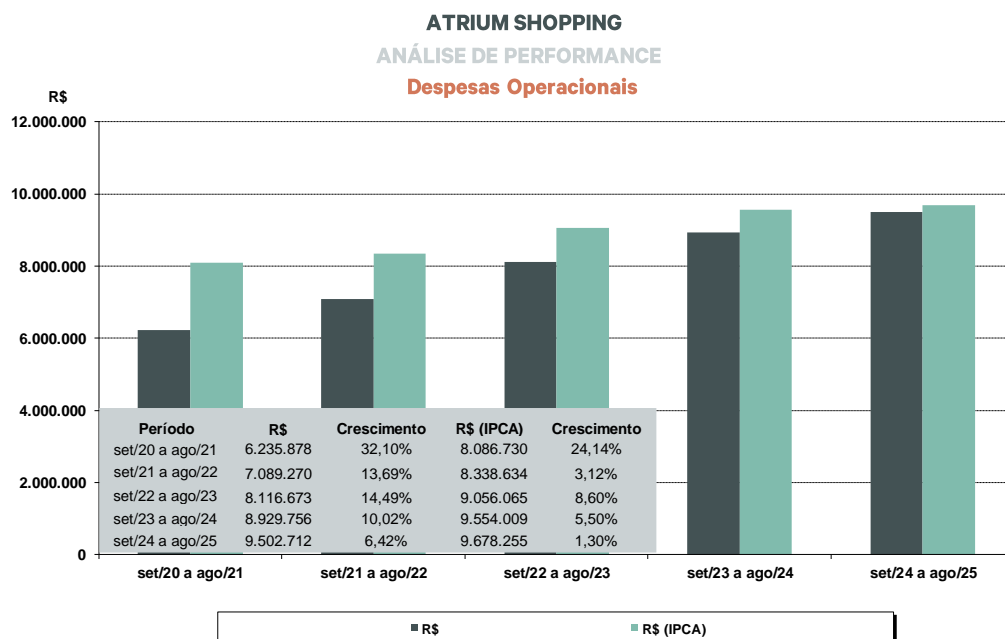


### 1.5.3 Despesas Operacionais

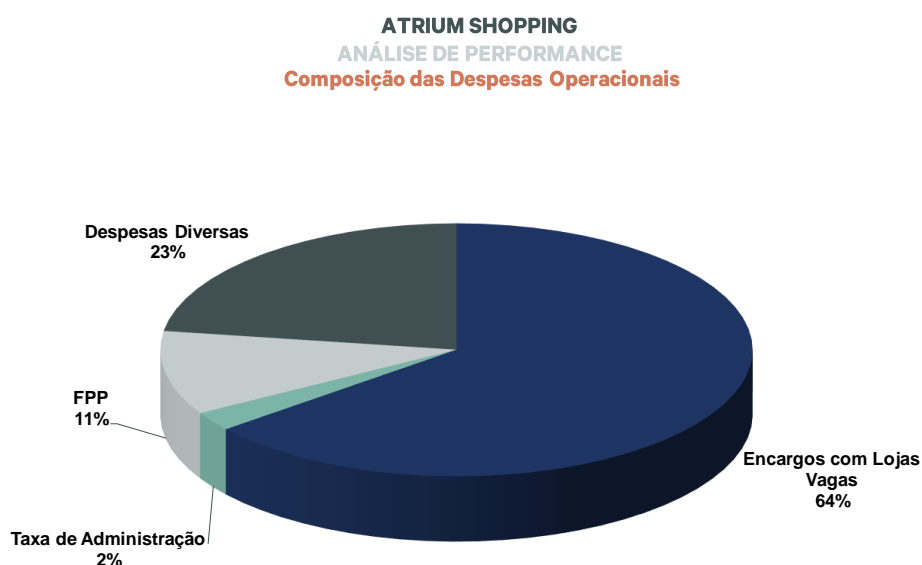
As despesas dos proprietários são aquelas relativas à operação do empreendimento não contempladas pelo custo do condomínio, à exceção das lojas vagas. As despesas dos proprietários podem ser assim divididas:

- 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.



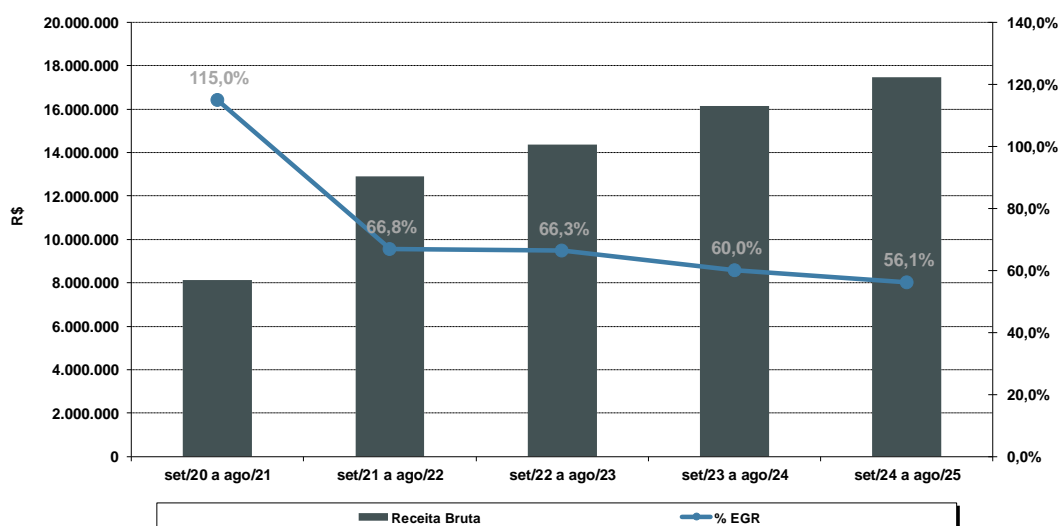
O gráfico a seguir mostra a composição das despesas operacionais do shopping center, considerando o último período de 12 meses analisado.



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



**ATRIUM SHOPPING**  
**ANÁLISE DE PERFORMANCE**  
**Despesas Operacionais/ Receita Bruta**

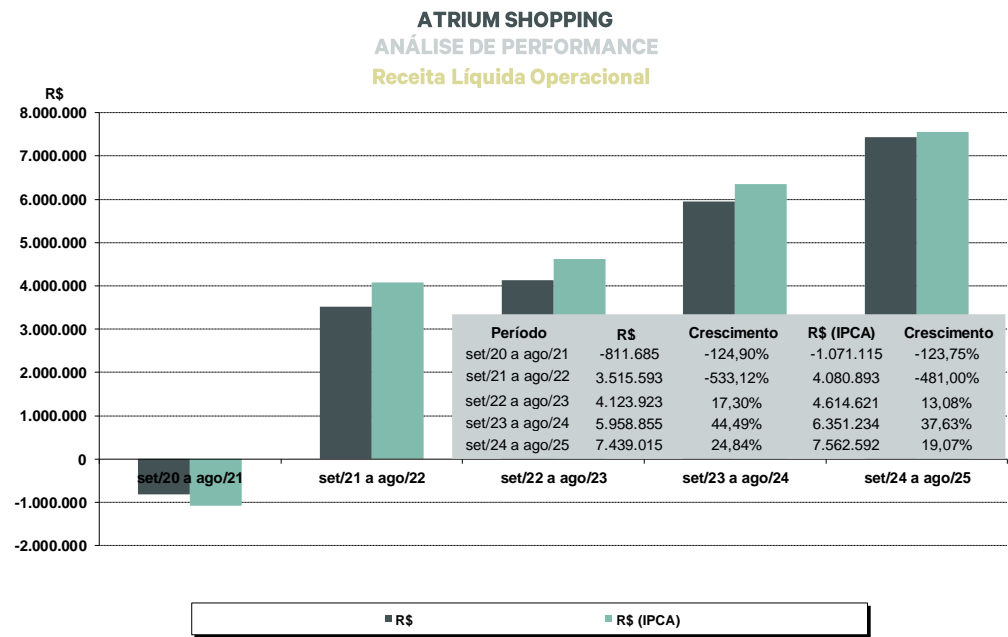


## 1.5.4 Taxa de Administração

O valor da taxa de administração cobrada dos empreendedores foi fornecido pelo cliente e utilizado como base para avaliação. Tal informação foi suprimida deste relatório, a pedido do cliente, conforme previsto pela Instrução da Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”) nº 472, de 31 de outubro de 2008, considerando sua confidencialidade e relevância estratégica.

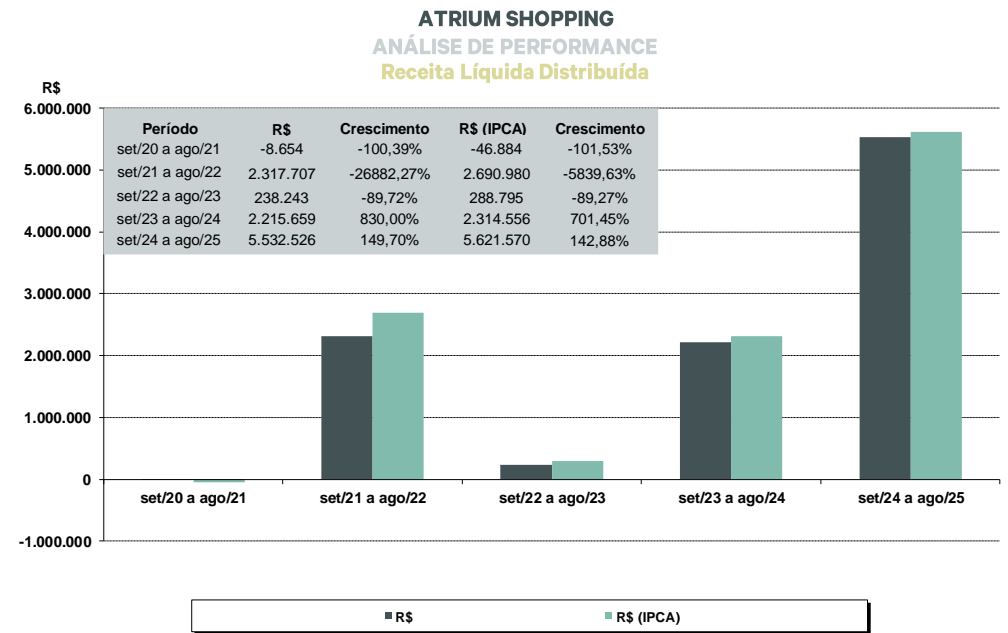
## 1.5.5 Receita Líquida Operacional e Distribuída

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\$ 20,98/m² de ABL total. Em valores corrigidos pela inflação, a distribuição corresponde a uma média de R\$ 21,32/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\$ 15,60/m² de ABL total. Em valores corrigidos pela inflação, a distribuição corresponde a uma média de R\$ 15,85/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.

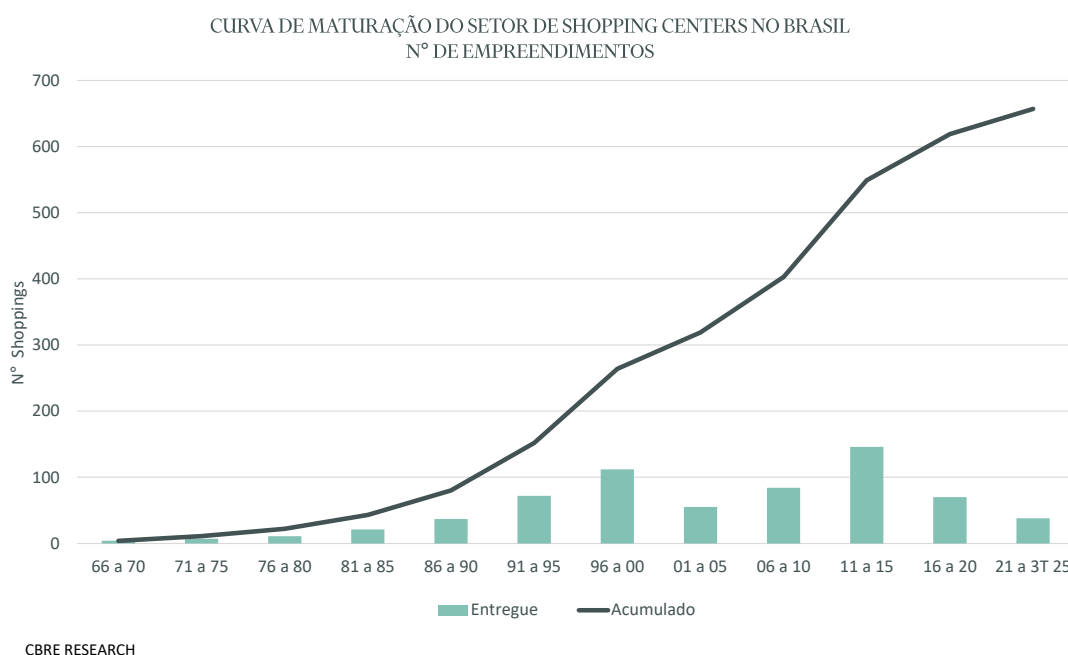
Do ponto de vista de investimento, podemos citar as seguintes vantagens:

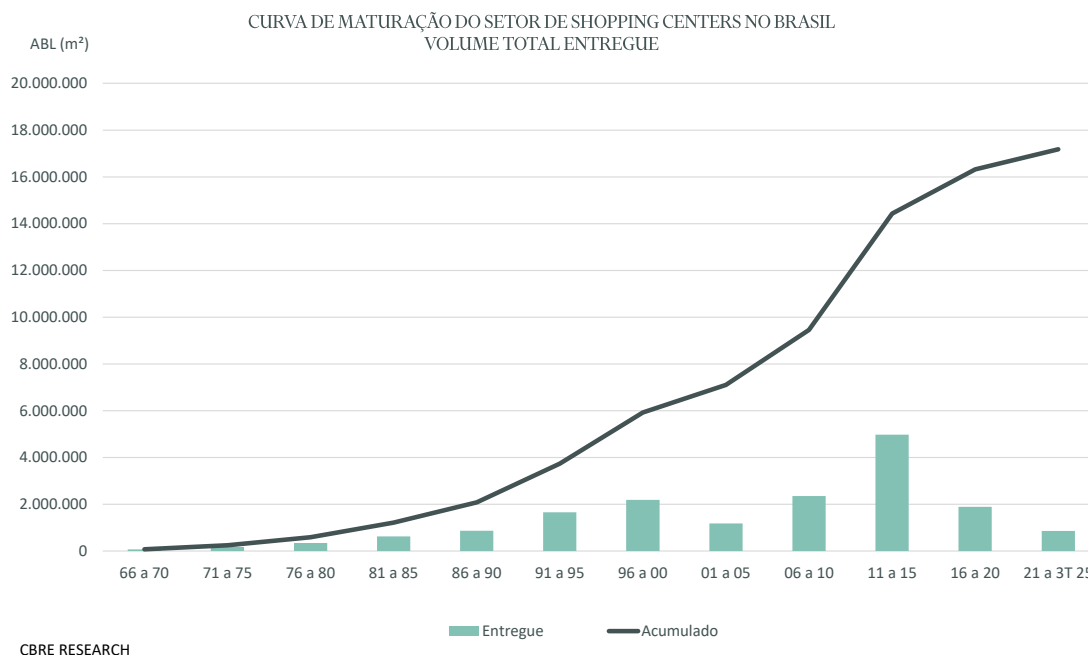
- Existência de ocupantes de boa qualidade;
- Contratos de longo prazo;
- Receita potencial em constante crescimento;
- Baixos custos de administração.

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.





*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, conseqüentemente, 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, muito 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:

<b>Vizinhança:</b>	(2.800 a 13.900 m² de ABL - população entre 10.000 e 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;
<b>Comunidade:</b>	(9.300 a 32.500 m² ABL - população entre 50.000 e 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;
<b>Regional:</b>	(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 m<sup>2</sup> 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;

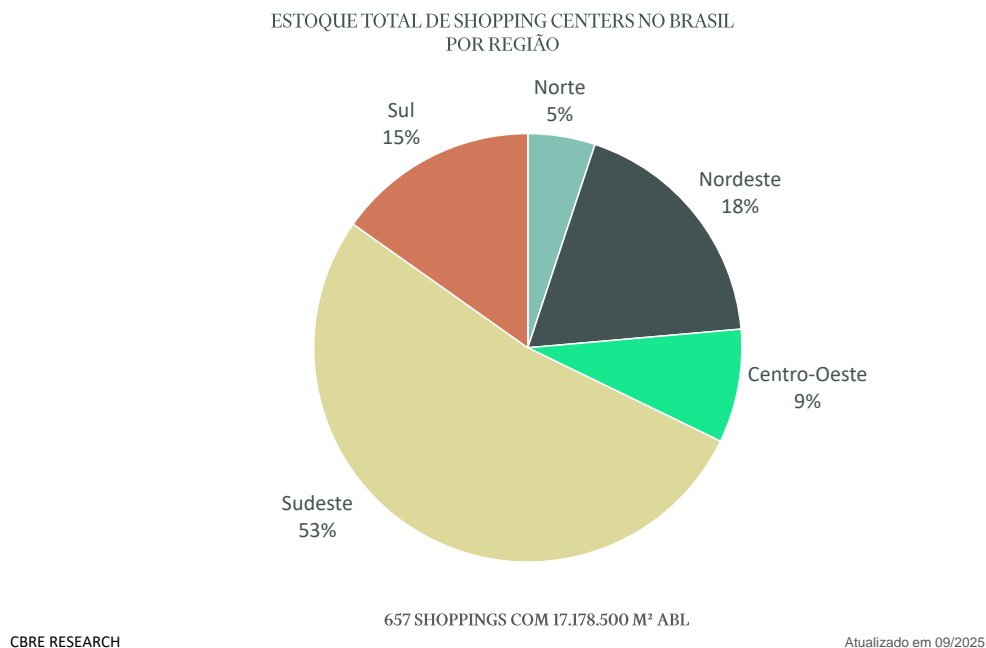
**Factory Outlet Center:** conceito parecido com o do Off Price, mas os próprios fabricantes são os proprietários dos pontos de vendas. Consiste em sua maior parte de lojas de fábrica vendendo suas próprias marcas com desconto, além de varejistas. Este tipo de empreendimento é o mais difundido no Brasil 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 657 shoppings centers no Brasil, que somam uma área bruta locável de 17.185.500 m<sup>2</sup>. No entanto, a distribuição do estoque pelo território nacional é bastante heterogênea, como pode ser observado no gráfico a seguir:





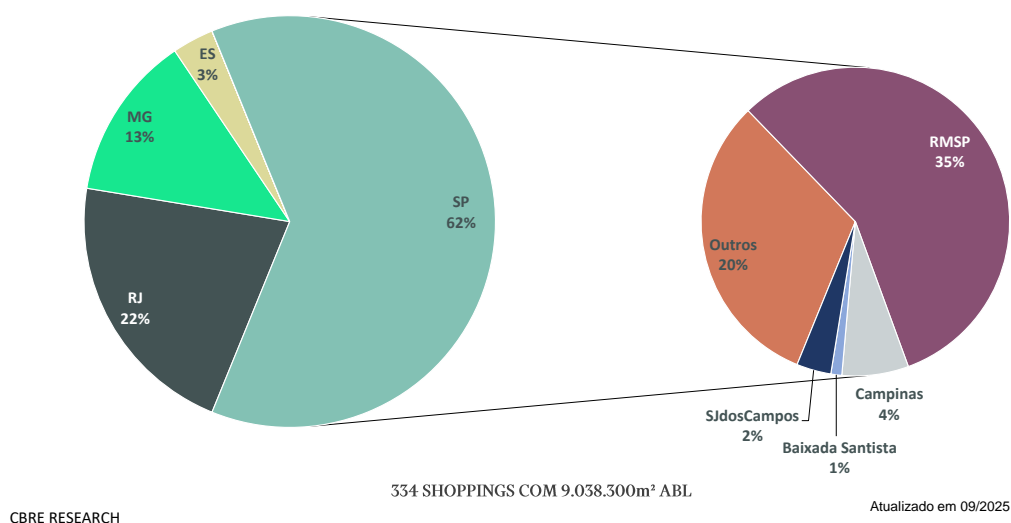
A região Sudeste, pioneira no lançamento de shopping centers no país, continua sendo a principal região em termos de número de empreendimentos em operação e estoque de ABL, pois possui o maior mercado consumidor do país com mais de 87 milhões de habitantes, segundo dados do IBGE, além de apresentar a 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 por que o Sudeste concentra aproximadamente 53% da ABL nacional.

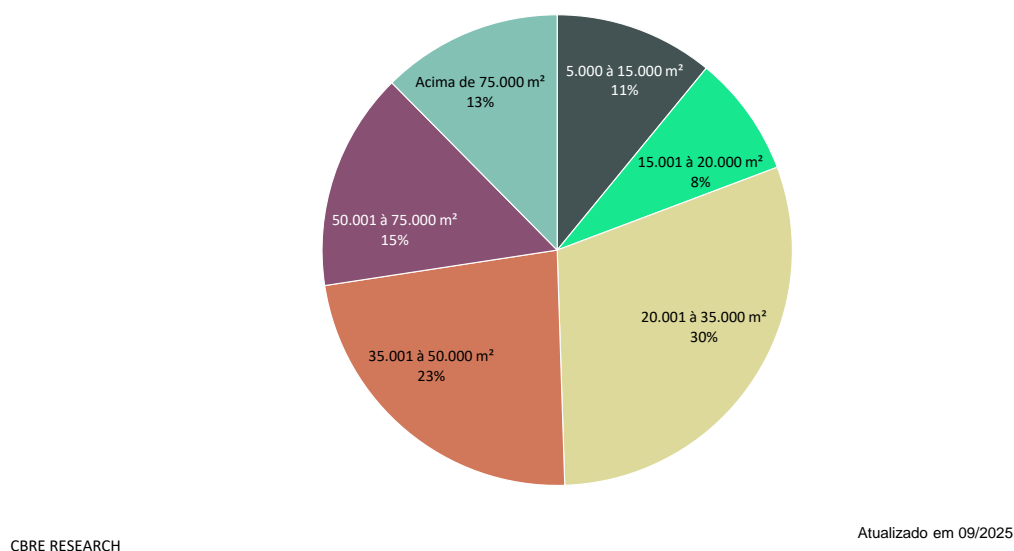
### a. Sudeste

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 35% 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

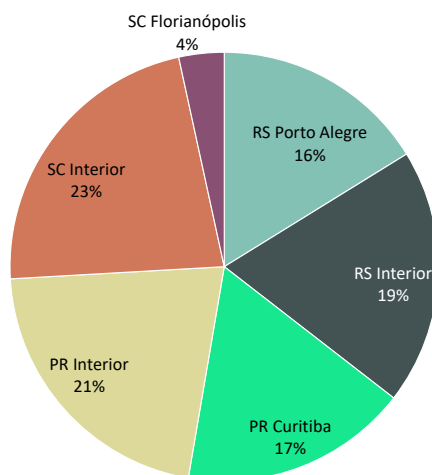


Cerca de 19% dos empreendimentos em operação na região Sudeste possuem ABL inferior a 20.000 m² e metade dos shoppings podem ser considerados regionais, pois possuem área acima de 35.000 m².

## b. Sul

A região Sul, segunda em termos de renda per capita, responde hoje por 15% do estoque brasileiro de shopping centers. O estado do Paraná possui cerca de 38% do estoque regional e sua capital, Curitiba, juntamente com Porto Alegre, RS, possuem as maiores concentrações de shopping centers do Sul do país.

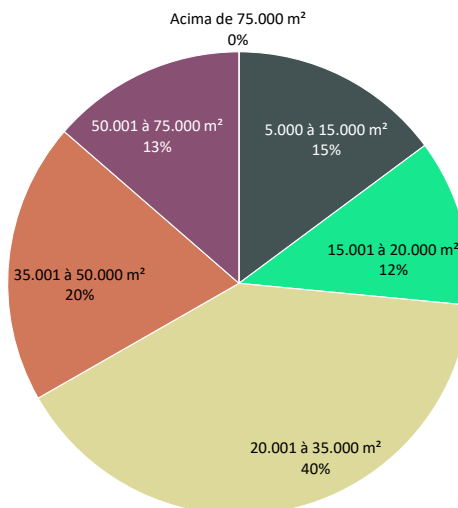
ESTOQUE TOTAL POR ESTADO  
MERCADO DE SHOPPING CENTERS - REGIÃO SUL



CBRE RESEARCH

Atualizado em 09/2025

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



CBRE RESEARCH

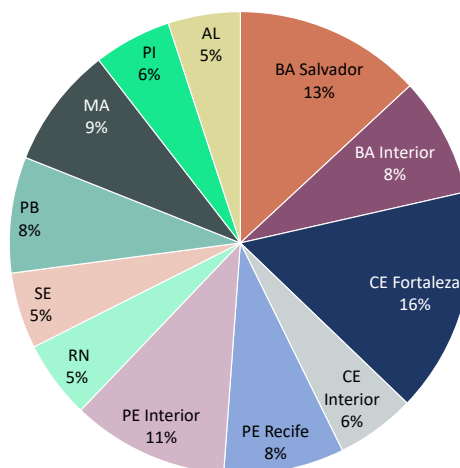
Atualizado em 09/2025

Quanto ao porte, 73% dos empreendimentos da região possuem ABL superior a 20.000 m² e os empreendimentos de pequeno porte representam 27% do total.

### c. Nordeste

A região Nordeste, segunda maior população brasileira em termos absolutos, responde por cerca de 19% da ABL nacional, com empreendimentos concentrados nas capitais dos estados, com destaque para Salvador, Recife e Fortaleza, que possuem juntas 37% da ABL da região, como mostra o gráfico a seguir:

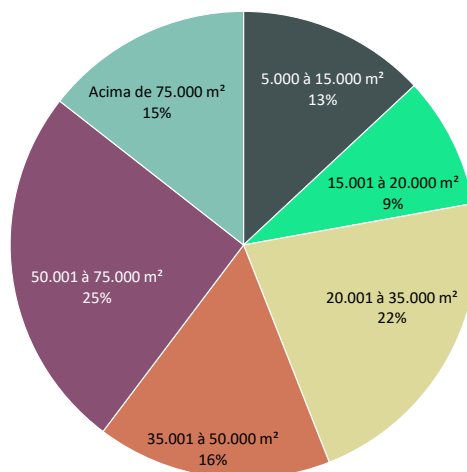
ESTOQUE TOTAL POR ESTADO  
MERCADO DE SHOPPING CENTERS - REGIÃO NORDESTE



CBRE RESEARCH

Atualizado em 09/2025

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



CBRE RESEARCH

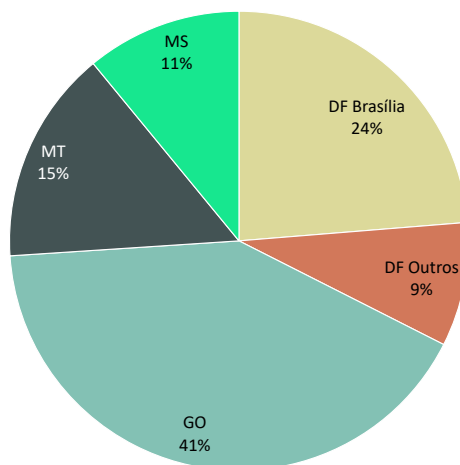
Atualizado em 09/2025

Quanto ao porte, 78% dos empreendimentos da região possuem ABL superior a 20.000 m² e os empreendimentos de pequeno porte representam apenas 22% do total, demonstrando a grande participação de empreendimentos regionais no Nordeste.

#### d. Centro-Oeste

A região Centro-Oeste não possui grande estoque, cerca de 9% da ABL nacional, e seu principal mercado é a capital federal, Brasília, que representa cerca de 24% do estoque da região, seguida por Goiânia e Cuiabá.

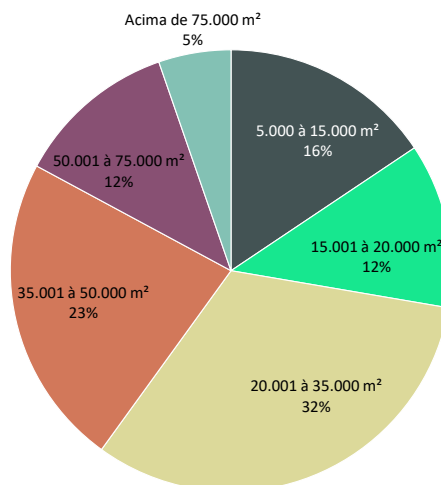
ESTOQUE TOTAL POR ESTADO  
MERCADO DE SHOPPING CENTERS - REGIÃO CENTRO OESTE



CBRE RESEARCH

Atualizado em 09/2025

ESTOQUE TOTAL POR FAIXA DE ÁREA  
MERCADO DE SHOPPING CENTERS - REGIÃO CENTRO - OESTE



CBRE RESEARCH

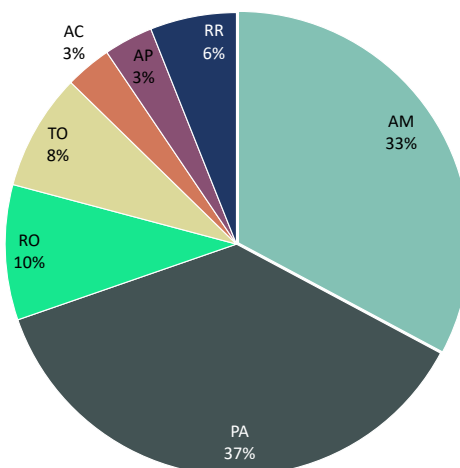
Atualizado em 09/2025

Como nas regiões Sudeste, Nordeste e Sul, grande parte dos empreendimentos possui ABL superior a 20.000 m².

### e. Norte

A ABL da região Norte é muito pouco representativa – apenas 5% do estoque nacional – e similar ao estoque de algumas cidades médias, como Campinas, por exemplo.

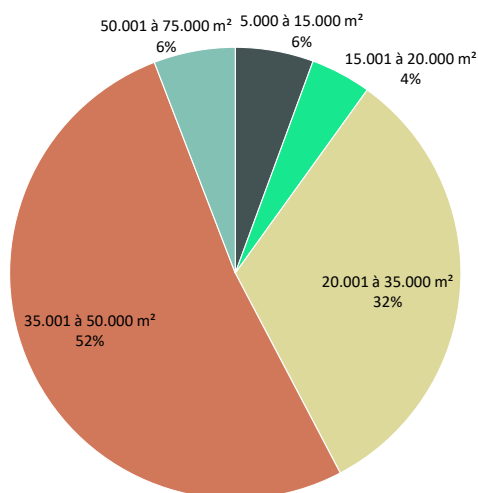
ESTOQUE TOTAL POR ESTADO  
MERCADO DE SHOPPING CENTERS - REGIÃO NORTE



CBRE RESEARCH

Atualizado em 09/2025

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

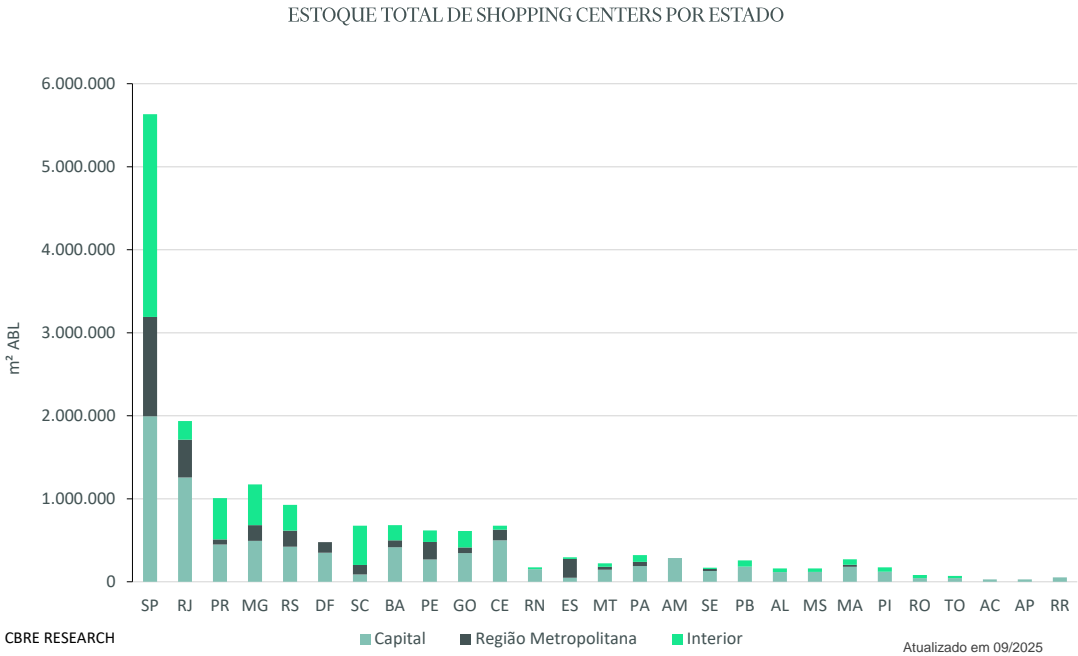


CBRE RESEARCH

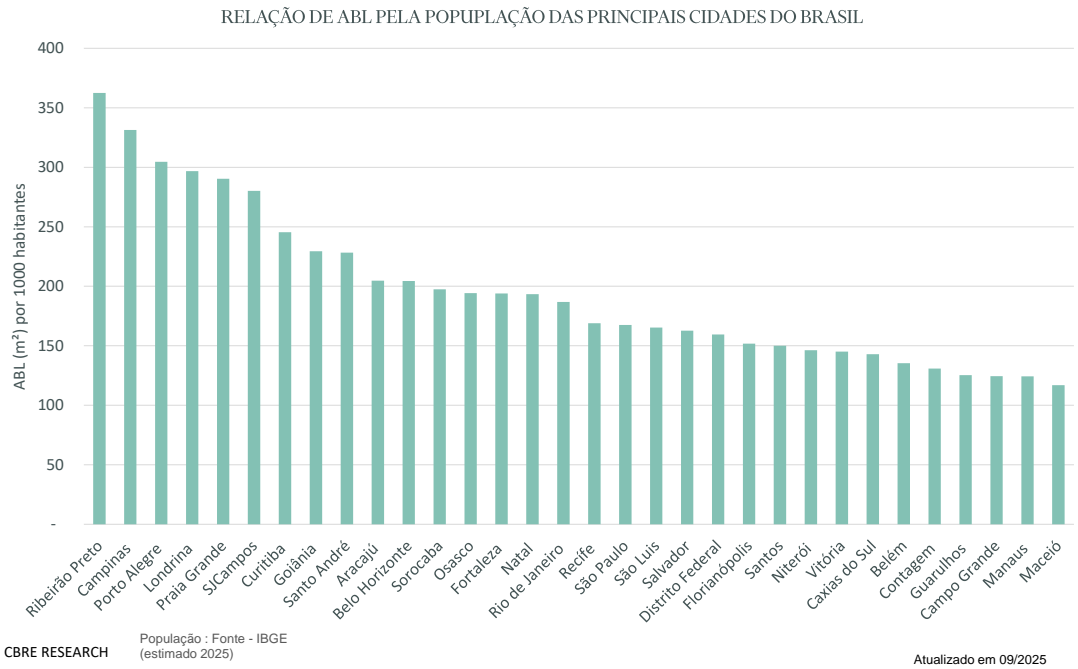
Atualizado em 09/2025

Quanto ao porte, 90% dos empreendimentos da região possuem ABL superior a 20.000 m², demonstrando a grande participação de empreendimentos regionais no Norte do Brasil.

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.



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.

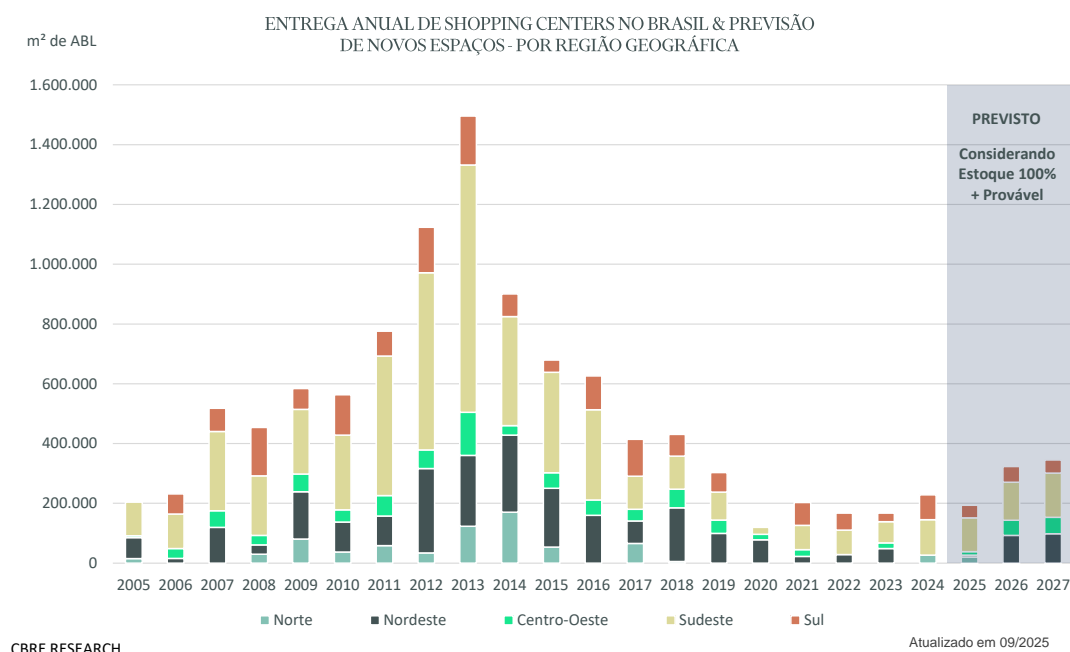




O gráfico mostra também algumas grandes discrepâncias, como Londrina, no Paraná além de Praia Grande e Campinas, em São Paulo, cujos coeficientes são bem elevados, indicando grande concorrência no setor ou até mesmo uma superestimava do potencial local.

## 2.1.4 Novo Estoque

O gráfico a seguir apresenta as entregas de novos shoppings nos anos seguintes.



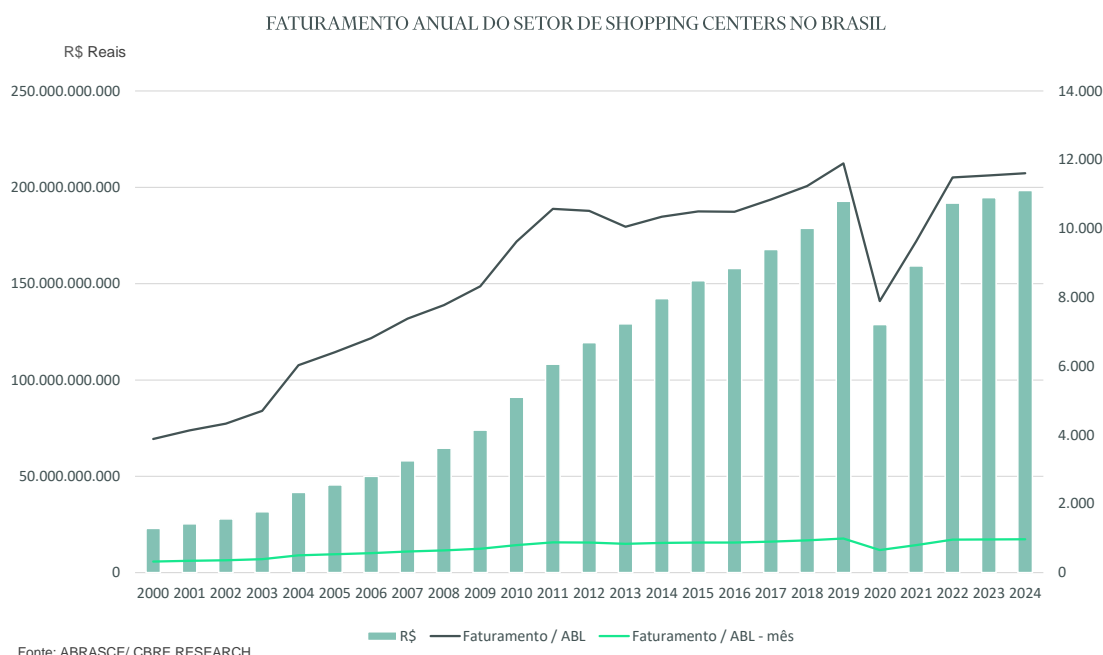
## 2.1.5 Desempenho

### 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 nos anos de 2020 e 2021 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.

Já em 2023 é possível notar que os empreendimentos mais resilientes e maturados tem conseguido retomar e/ou superar o faturamento do período pré pandemia.



## b. Aluguéis

Em relação aos valores praticados de locação, encontramos no Sudeste os maiores valores praticados e 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.

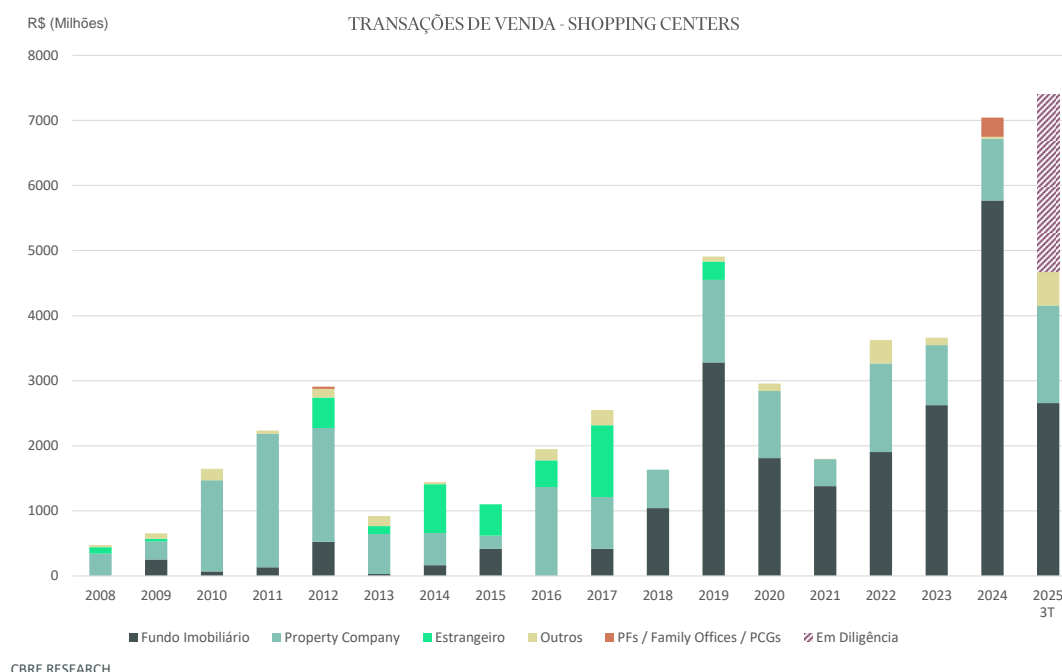
A partir de 2015, com a chegada da crise político-financeira no Brasil, principalmente em empreendimentos localizados em regiões descentralizadas e em fase de maturação, houve uma queda significativa nos valores de aluguéis, chegando em alguns casos ao pagamento apenas do custo de ocupação. Notou-se 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 foi vista durante a pandemia da COVID-19, principalmente para novos contratos de lojistas ocupando as áreas vagas nos shopping centers.

Atualmente as concessões de descontos estão diminuindo drasticamente ou até mesmo não existindo e o valores dos aluguéis estão voltando a apresentar reajustes e crescimentos.

## 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.

A partir de 2022, o segmento de shopping centers experimentou um aumento em sua receita, impulsionado pela retomada do fluxo de visitantes, pelo crescimento das vendas e redução da vacância.

Entre os anos de 2023 e 2024, levantamentos indicam que a maioria dos shoppings passaram a apresentar resultados nominais superiores em comparação ao mesmo período de 2019, o que fomenta um panorama de recuperação do mercado, mesmo que ainda de forma contida.

No ano de 2024 houve um recorde em transações anual com aproximadamente 7 bilhões em valores transacionados.

## 2.1.7 Transações de Shopping Centers

A seguir listamos as principais transações de Shopping Center ocorridas a partir de 2025.

Shopping Center	Cidade	UF	ABL (m²)	Part. %	ABL da Part. (m²)	Cap Rate Estimado	Data da Transação
RIO ANIL SHOPPING CENTER	São Luís	MA	35.315	45,00%	17.892	9,15%	jan-25
RIO ANIL SHOPPING CENTER	São Luís	MA	39.760	5,00%	1.988	12% a 13%	jan-25
SHOPPING FIESTA	São Paulo	SP	27.107	100,00%	27.107	n/i	jan-25
SHOPPING TIJUCA	Rio de Janeiro	RJ	35.050	10,00%	3.505	n/i	jan-25
CARIOCA SHOPPING	Rio de Janeiro	RJ	34.345	20,00%	6.869	n/i	jan-25
SHOPPING PLAZA SUL	São Paulo	SP	23.596	9,90%	2.336	9,51%	jan-25
SHOPPING PARQUE PONTA NEGRA	Manaus	AM	36.718	18,00%	6.609	n/i	jan-25
SHOPPING PÁTIO HIGIENÓPOLIS	São Paulo	SP	34.200	45,00%	17.134	n/i	abr-25
SHOPPING PÁTIO PAULISTA	São Paulo	SP	41.300	5,00%	23.087	n/i	abr-25
GALLERIA SHOPPING	Campinas	SP	31.483	10,00%	15.427	n/i	jun-25
MARKET PLACE SHOPPING CENTER	São Paulo	SP	26.017	20,00%	12.748	n/i	jun-25
SHOPPING CIDADE JARDIM	São Paulo	SP	47.080	9,90%	2.430	n/i	jul-25
SUPER SHOPPING OSASCO	Osasco	SP	17.542	50,10%	529	9,60%	ago-25
SHOPPING INTERLAGOS	São Paulo	SP	76.608	55,90%	38.304	n/i	ago-25
SUPER SHOPPING OSASCO	Osasco	SP	17.542	49,00%	790	9,60%	ago-25
SHOPPING PARALELA	Salvador	BA	57.800	49,00%	14.450	10,10%	ago-25
SHOPPING JARDIM SUL	São Paulo	SP	30.503	5,16%	3.050	8,0%-8,5%	set-25
SHOPPING PÁTIO HIGIENÓPOLIS	São Paulo	SP	34.200	3,02%	2.394	n/i	set-25

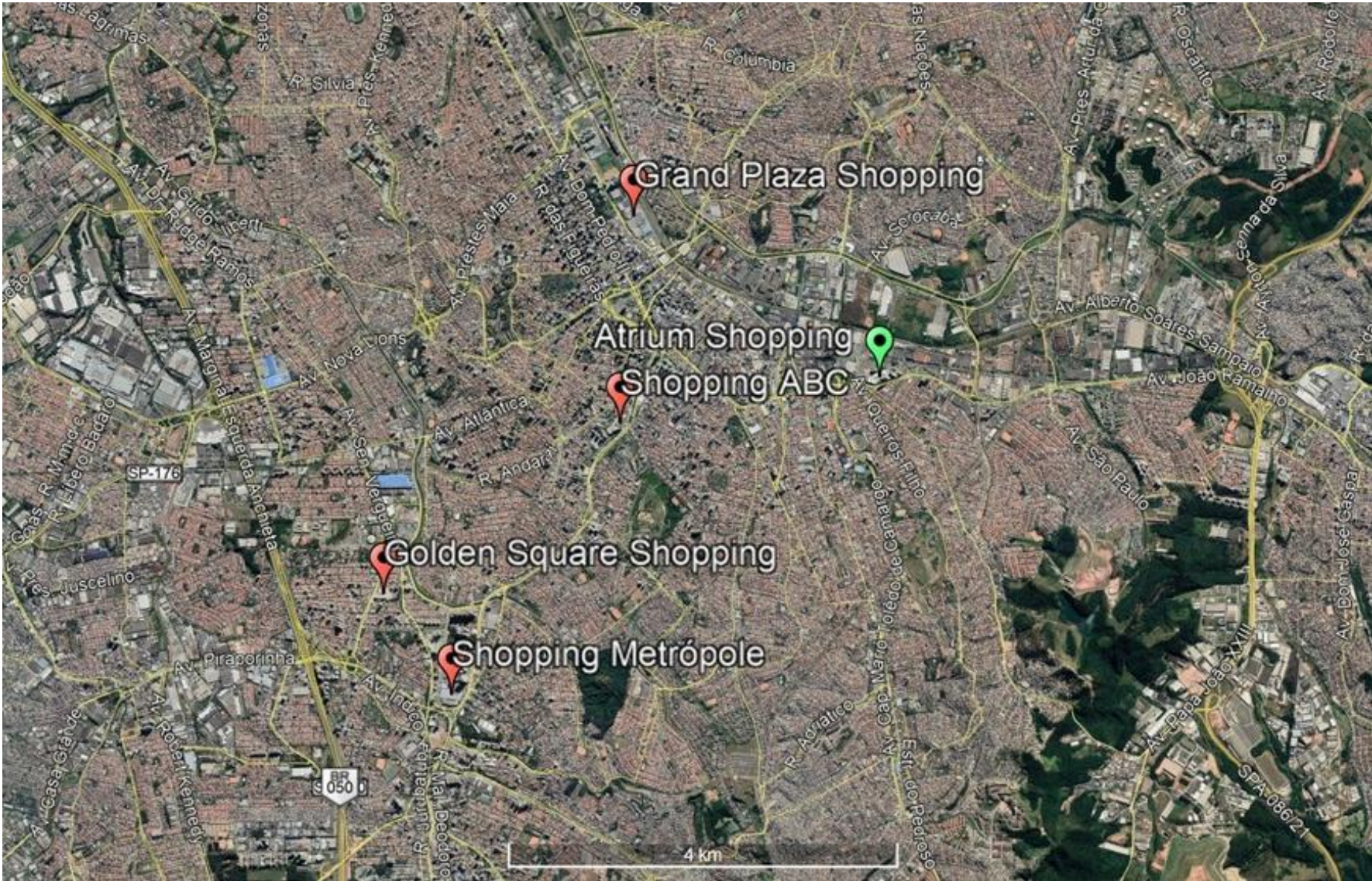
## 2.1.8 Principais Concorrentes

A tabela a seguir apresenta as principais informações dos concorrentes do shopping, e a imagem a seguir apresenta a localização destes empreendimentos no mapa.

Nome	Inauguração	ABL (m²)	Lojas		Total de Pisos	Vagas de Estacionamento	Administradora	Perfil dos Frequentadores			
			Total	Âncoras				A	B	C	D
Atrium Shopping Santo André	out-13	33.203	224	3	3	1.688	AD Shopping	7%	44%	49%	0%
Grand Plaza Shopping	set-97	71.940	284	8	1	2.757	SYN	10%	59%	31%	0%
ABC	Ago-96	45.591	234	9	7	2.015	AD Shopping	50%	38%	10%	2%
Metrópole	mai-80	29.900	183	5	1	1.200	ALLOS	11%	56%	23%	10%
Golden Square Shopping	out-13	31.300	161	5	5	1.420	Ancar Ivanhoe	24%	61%	15%	0%

Fonte: ABRASCE





MAPA DE LOCALIZA  O 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

#### 2.2.1.1 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.

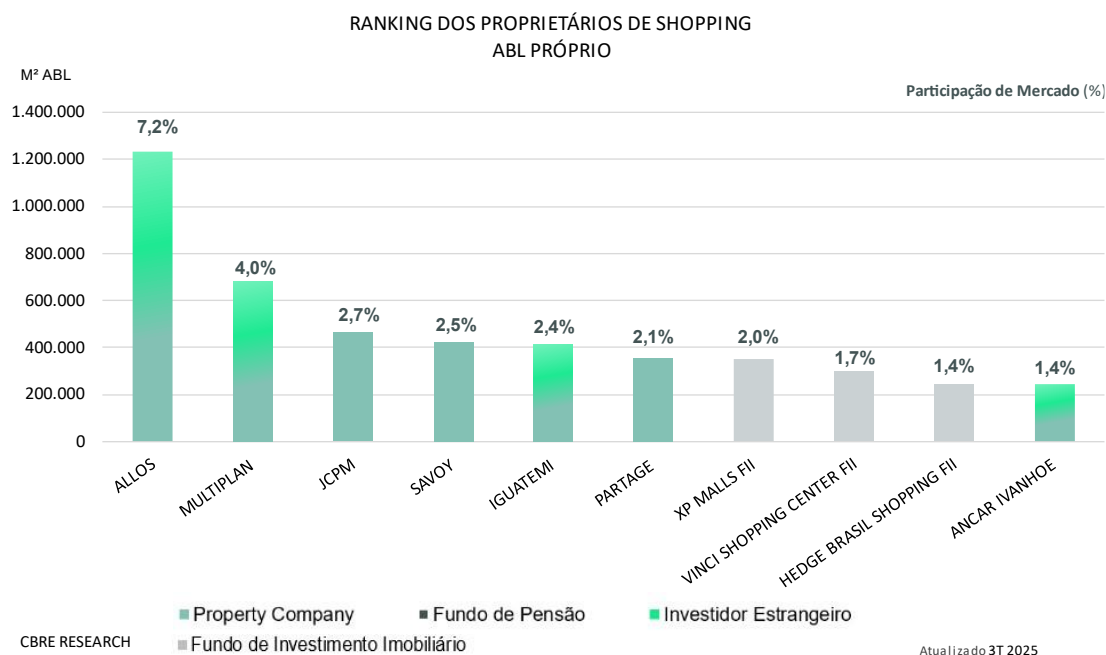
Além das estratégias de investimento listados acima, as empresas também apresentam portfólios diversificados em termos do tipo de imóvel em que investem (escritório, industrial/logística, varejo, shopping centers). A seguir são listadas as principais empresas, conforme seus respectivos mercados imobiliários:

PRINCIPAIS INVESTIDORES POR SEGMENTO DE MERCADO IMOBILIÁRIO	
Varejo:	Grupo Pão de Açúcar, Grupo Carrefour, Grupo Mateus e Assaí.
Escritórios:	BR Properties e São Carlos.
Logístico:	GLP, Prologis e Log Commercial Properties.
Shopping Centers:	Allos, Iguatemi, Multiplan, General Shopping, JCPM e Ancar Ivanhoe.
Híbridos:	SYN, Barzel, Partage, Savoy, Brookfield, VBI e HSI.

##### 2.2.1.1.1 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 através de abertura de capital.

Atualmente os maiores players neste mercado são Allos, Multiplan, JCPM, Ancar Ivanhoe Shopping Centers, 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 Allos, que possui a maior ABL própria, construiu seu portfólio inicialmente seguindo a estratégia de aquisição de participações minoritárias.

### 2.2.1.2 Fundos de Investimento Imobiliário

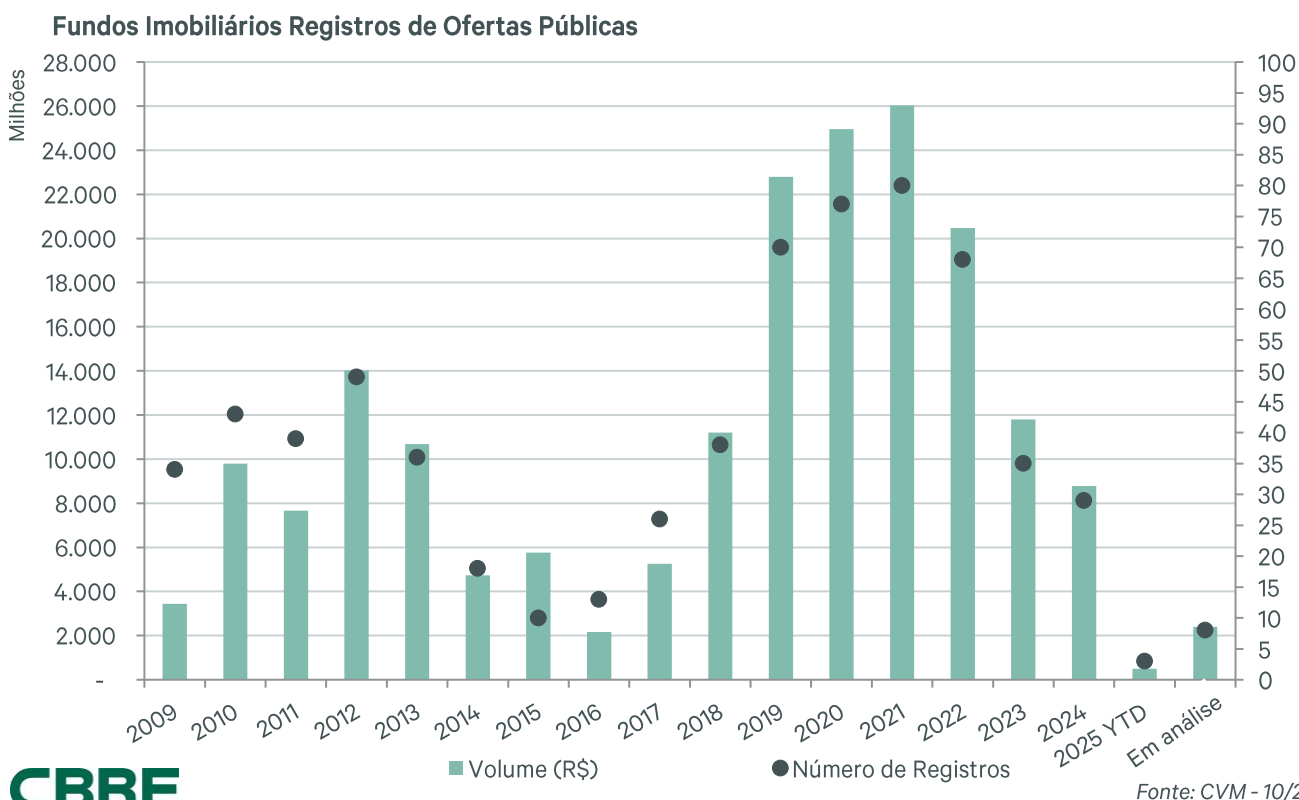
Os fundos imobiliários, que tomaram força nas economias mais maduras nos anos de 1990, surgiram como forma de ampliar o leque de investidores, antes restrito às instituições com grande disponibilidade de capital e capacidade de gestão do portfólio.

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:





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\$ 9,8 bilhões e R\$ 14 bilhões em registros. Em 2013 e 2014, houve uma retração no registro de ofertas públicas, para cerca de R\$ 10,7 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, de 2019 a 2021, os volumes de ofertas foram recordes, com 70 a 80 registros totalizando R\$ 22,8 bilhões a R\$ 26 bilhões. No ano de 2022 houve uma leve queda no número de registros para 68 registros que totalizaram R\$ 20,5 bilhões. Já de 2023 em diante o número de registros apresentou uma queda mais relevante, com 35 e 29 registros que totalizaram R\$ 11,8 bilhões e R\$ 8,8 bilhões nos anos de 2023 e 2024, respectivamente.

Em 2025, até o momento foram registradas 3 ofertas que totalizam 500 milhões, além de existirem 7 ofertas em análise que totalizam cerca de R\$ 2,4 bilhões.

### 2.2.1.3 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.

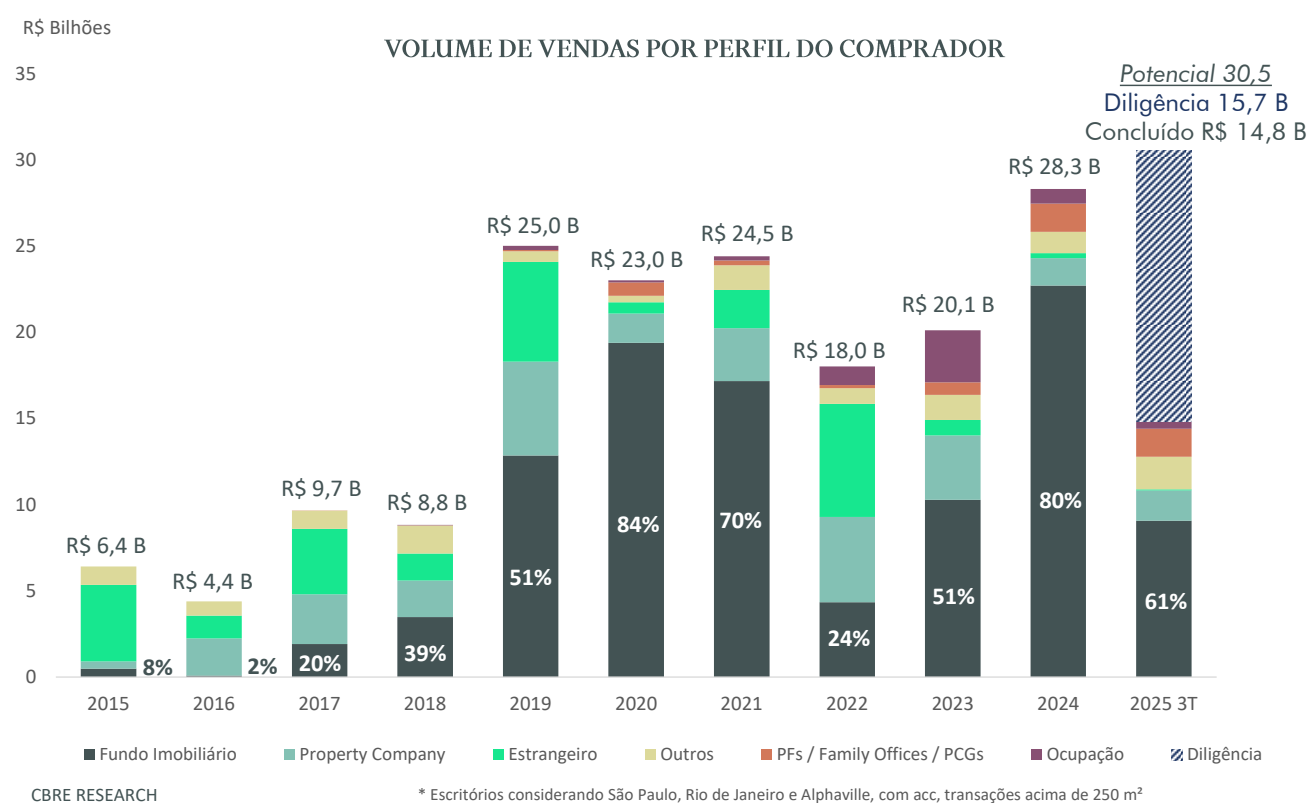
Nos últimos anos, o crescimento da economia com consequente acumulação de capital e o cenário favorável para investimento em imóveis (queda na taxa de juros), permitiu maior demanda neste segmento e até aumento no “ticket” médio dos investidores. No entanto, com o aumento da taxa básica de juros (Selic), houve uma diminuição da demanda deste tipo de investidor que migrou para investimentos de renda fixa.

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.

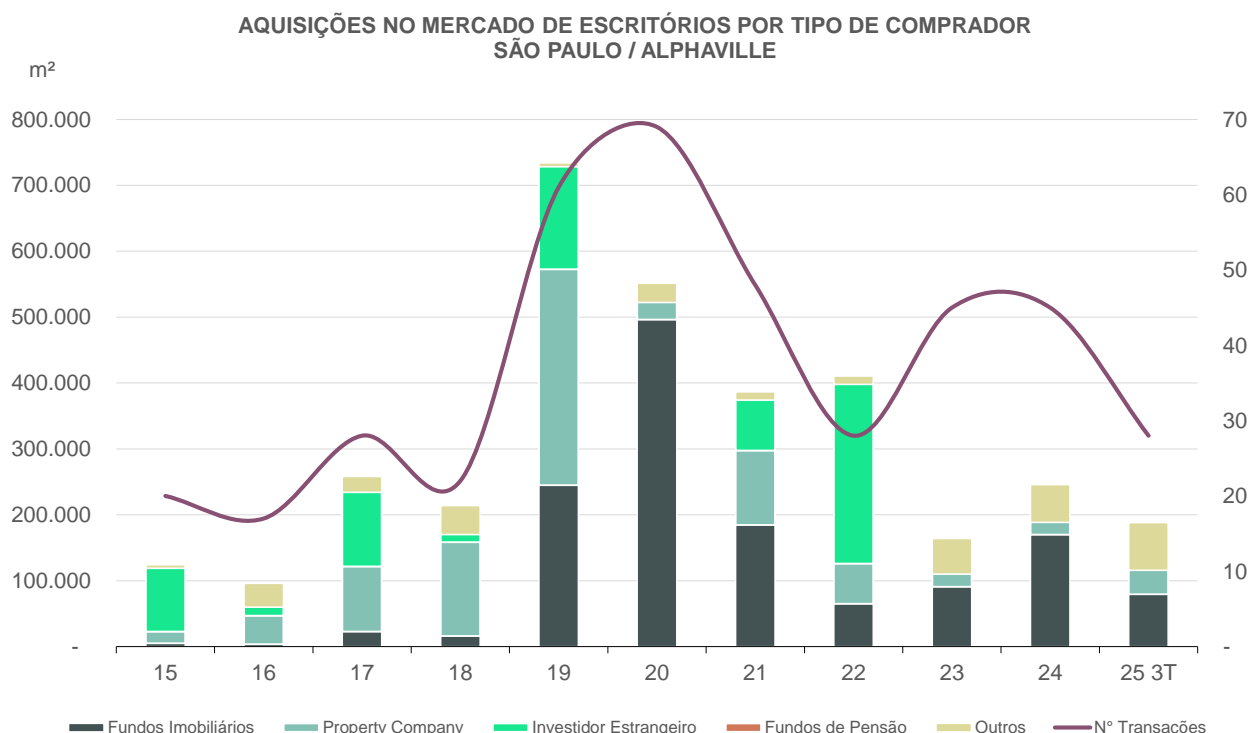
## 2.2.2 Investidores Estrangeiros

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 o volume de vendas por perfil do comprador nos mercados mais demandados do Brasil: São Paulo e Rio de Janeiro.



O gráfico abaixo mostra investimento direto por estrangeiros no maior mercado de escritórios brasileiro – São Paulo.



## CBRE

No período entre 2014 e 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 750.000 m² transacionados. Em 2020 e 2021, houve uma redução no volume de transações, porém com grande destaque para os fundos imobiliários, que se tornaram os principais compradores de imóveis aproveitando um cenário de mínima histórica na taxa básica de juros.

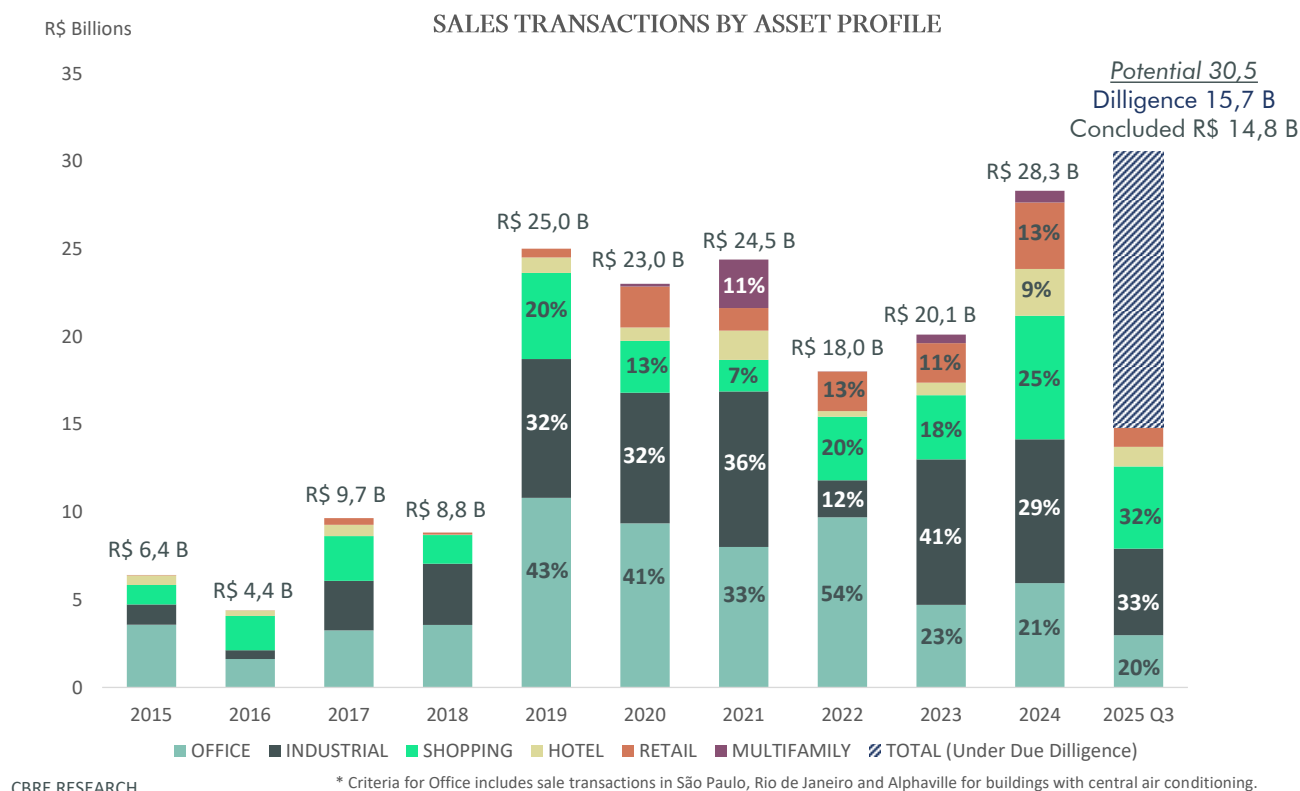
A partir do novo ciclo de alta na taxa básica de juros, iniciado em março de 2021, houve uma mudança no perfil dos principais compradores do mercado imobiliário. Os fundos de investimento deram espaço aos investidores estrangeiros, porém é importante destacar que houve uma redução no número de transações, sendo que os volumes apresentados em 2022 e 2023 se concentram em algumas poucas transações.

Em 2024, as poucas transações concretizadas têm os fundos imobiliários como principais compradores. Enquanto em 2025, apesar da forte presença dos fundos imobiliários, observou-se um aumento de participação das property companies e de outros tipos de compradores nas transações.

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*)

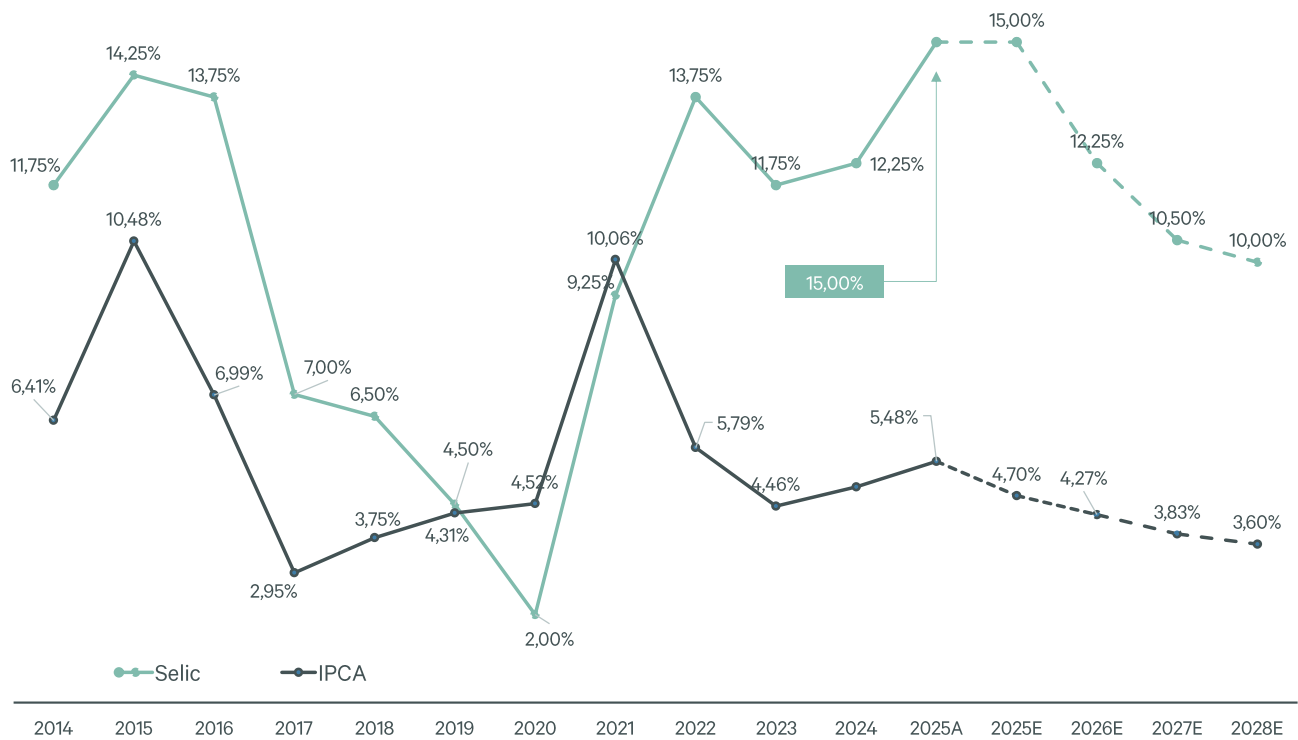
A taxa básica de juros (Selic), índice pelo qual as taxas de juros cobradas pelos bancos no Brasil se balizam, tem importante influência na expectativa de retorno inicial de investimentos imobiliários. É sabido que uma Selic baixa reduz o retorno de investimentos em renda fixa e há uma “migração” de capital para ativos imobiliários. Paralelamente, há maior liquidez no mercado de capitais e os investidores podem “alavancar” aquisições a um custo menor.

Nos últimos anos, a Selic apresentou um comportamento bastante variável, oscilando entre tendências de alta e de queda, seja aumentando para controlar a inflação ou diminuindo para estimular o consumo e/ou combater o desemprego.

Na data de valoração, a SELIC encontrava-se em 15,00% a.a.<sup>1</sup> e perspectiva de atingir patamares de 10,00% no longo prazo. O gráfico a seguir ilustra a evolução histórica da Taxa Selic e do IPCA (inflação anual) nos últimos anos:

<sup>1</sup> 273ª Reunião Copom de 17 de setembro de 2025.

Juros (Selic) vs. Inflação (IPCA)



Fonte: Banco Central do Brasil – BACEN e CBRE. Editado pela CBRE.

Como referência, a tabela a seguir apresentam os cap rates das transações e faixas de *initial yields* por tipo de shopping, respectivamente:

TIPO DE IMÓVEL	INITIAL YIELD
Shopping Center “Prime”	7,0% - 9,5%
Shopping Centers	9,0% - 11,5%

# 3

## Análise de Valor

# 3.1 Considerações de Valor

## 3.1.1 Raciocínio de Valor

### Fluxo de Caixa Descontado

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 15.0.

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:	11,50%	a.a.	(cenário neutro)
Taxa de Capitalização (11º ano):	9,50%	a.a.	(cenário neutro)
As taxas foram adotadas conforme descrito no item "Bases de Valoração" na página 6 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	32.894
ABL Ocupada	26.866
% Ocupação	82%
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 agosto de 2025.

Crescimentos %	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 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	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

## c. Absorção das Áreas Vagas

**Vacância:** Refere-se a perda de receita com as áreas atualmente vagas e a vacância estimada na renovação dos contratos.

**Absorção e Renovações:** 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 (-):** 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
%Aluguel mínimo (-)	4,5%	4,0%	3,5%	3,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%

	Ano 1 (R\$)	Crescimentos %								
		A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
<b>Quiosques e Merchandising :</b>	1.500.000	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%

	Ano 1 (R\$)	Crescimentos %								
		A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
<b>Estacionamento:</b>	7.300.000	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%

**Receitas Diversas:** 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
% Receita Bruta Efetiva	2,0%	1,0%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%

## 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
<b>Vacância Financeira*:</b>	30,0%	30,0%	25,0%	22,0%	20,0%	16,0%	12,0%	10,0%	10,0%	10,0%
<b>Inadimplência Líquida:</b>	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	2,0%	2,0%	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:** Estimados conforme os encargos atuais do empreendimento.



**Taxa de administração:** Adotada conforme contrato de administração vigente no empreendimento. Tal informação foi suprimida deste relatório, a pedido do cliente, conforme previsto pela instrução da Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”) nº 472, de 31 de outubro de 2008, considerando sua confidencialidade e relevância estratégica.

**Fundo de Promoção (FPP):** Estimado conforme quadro abaixo:

	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10
-	1.000.000	700.000	650.000	600.000	550.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000

**Despesas Diversas:** 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
% Receita Bruta Efetiva	14,0%	12,0%	11,0%	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%

#### g. Custos de Comercialização / Investimentos

**Comissão de locação:** Adotada conforme prática de mercado. Tal informação foi suprimida deste relatório, a pedido do cliente, conforme previsto pela instrução da Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”) nº 472, de 31 de outubro de 2008, considerando sua confidencialidade e relevância estratégica.

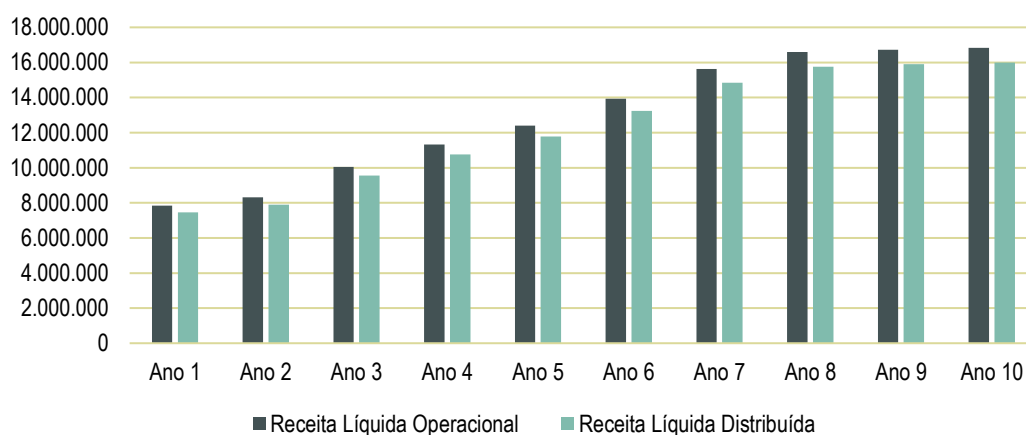
**Investimentos Recorrentes:** 5,0% da Receita Líquida Operacional.

**Investimentos Programados:** Não recebemos informações sobre CAPEX previsto ou aprovado.

#### h. Resultados

O Fluxo de Caixa Projetado apresentou os seguintes resultados:

##### Resultados do Fluxo de Caixa Projetado



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

Perpetuidade	Taxa de desconto		
	11,00%	11,50%	12,00%
9,00%	132.900.000	128.400.000	124.100.000
9,50%	129.400.000	125.100.000	120.900.000
10,00%	126.300.000	122.100.000	118.100.000

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\$118.100.000 a R\$132.900.000.

## 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 novembro de 2025**, considerando-o no estado em que se encontrava, estava em torno de **R\$ 125.100.000,00 (CENTO E VINTE E CINCO MILHÕES E CEM MIL REAIS)**.

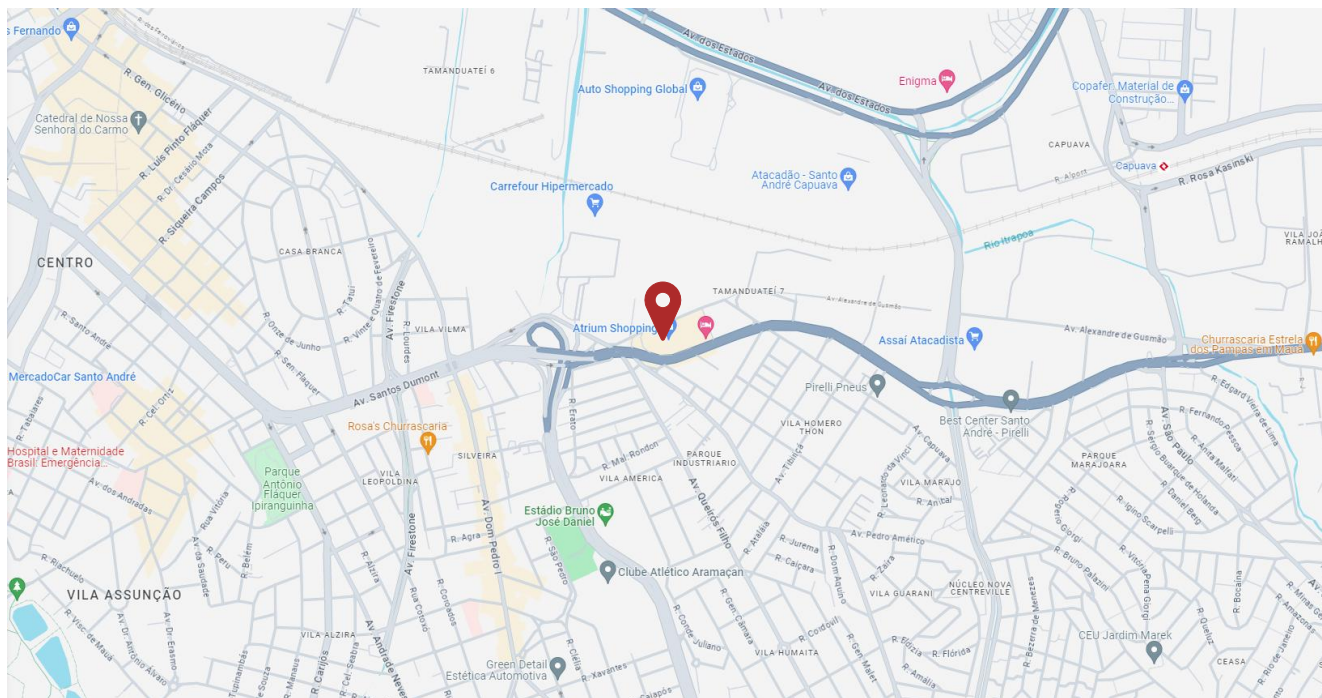
---

# Apêndices

# A

Plantas de  
Localização e  
Situação

# Plantas de Localização e Situação



PLANTA DE LOCALIZAÇÃO



PLANTA DE SITUAÇÃO

B

Fotografias



# Fotografias



FACHADA DO IMÓVEL



ÁREA DE MALL



ÁREA DE MALL



ÁREA DE MALL





ÁREA DE MALL



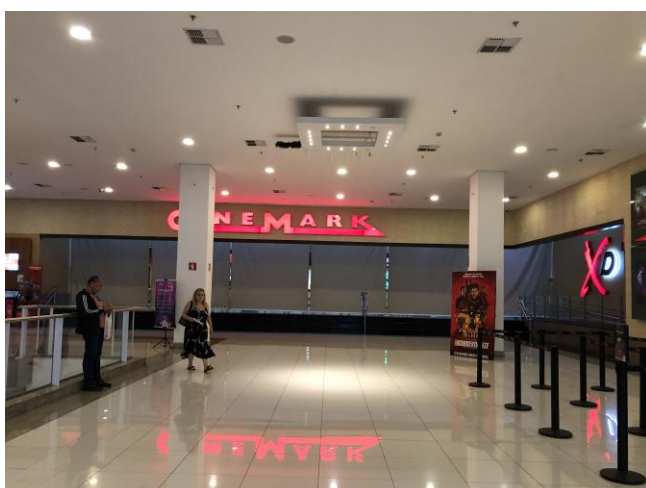
ÁREA DE MALL



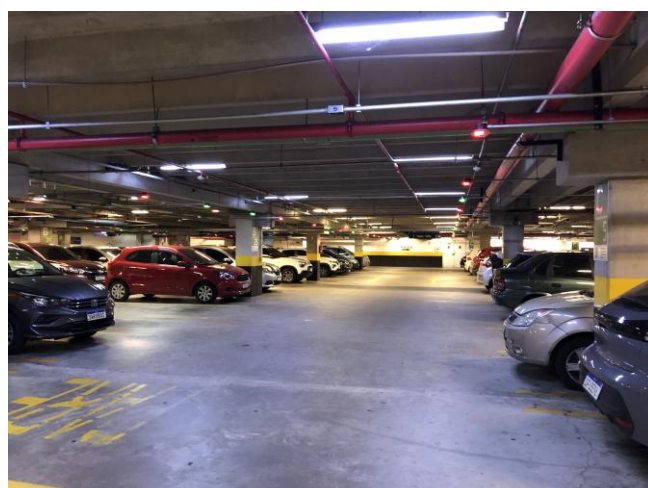
PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO



PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO



CINEMA



ESTACIONAMENTO

C

Fluxo de Caixa  
Descontado

# Fluxo de Caixa Descontado – 100% do empreendimento

Valores em Reais (R\$), em termos reais (acima da inflação), com data base em nov/25

	Ano 1 nov/26	Ano 2 nov/27	Ano 3 nov/28	Ano 4 nov/29	Ano 5 nov/30	Ano 6 nov/31	Ano 7 nov/32	Ano 8 nov/33	Ano 9 nov/34	Ano 10 nov/35	Ano 11 nov/36
Para Os Anos Terminados Em											
Receita Bruta Potencial	18.372.201	18.829.012	19.486.893	20.351.870	21.207.114	21.611.828	22.294.790	22.461.472	22.742.961	22.916.925	22.753.701
Despesas Operacionais Total	9.416.090	8.886.921	7.857.921	7.180.084	6.638.325	5.747.203	4.872.189	4.490.357	4.490.884	4.477.539	4.512.417
Receita Líquida Operacional	7.842.524	8.308.479	10.053.656	11.330.136	12.405.582	13.941.153	15.631.474	16.593.894	16.730.394	16.837.765	16.806.105
Receita Líquida Distribuída	7.450.398	7.893.055	9.550.973	10.763.629	11.785.303	13.244.095	14.849.900	15.764.199	15.893.874	15.995.876	15.965.800

Para mais informações

**EDUARDO P. G. Christiano, MRICS, RICS RV**

Diretor

[eduardo.christiano@cbre.com](mailto:eduardo.christiano@cbre.com)

**CBRE BRASIL**

**DEPARTAMENTO DE VALORAÇÃO E ACONSELHAMENTO GERAL**

Avenida das Nações Unidas, 14.171

Rochaverá, Crystal Tower - 27º andar

CEP 04794-000

São Paulo - SP

Creci J-02.569