

## **DIRETRIZES BÁSICAS PARA AVALIAÇÕES DE LOCAÇÕES EM SHOPPING CENTERS**

### **REALIZAÇÃO IBAPE/SP – ANO 2023**

#### **Presidente IBAPE/SP gestão 2022 – 2023**

Eng<sup>a</sup> Civil Andrea Cristina Klüppel Munhoz Soares

#### **Diretor Técnico IBAPE/SP gestão 2022 – 2023**

Eng<sup>o</sup> Civil Paulo Palmieri Magri

#### **Coordenador Câmara Técnica de Avaliações**

Eng<sup>o</sup> Mecânico Agnaldo Benvenho

#### **Vice coordenadores Câmara Técnica de Avaliações**

Eng<sup>o</sup> Civil Antônio Guilherme Menezes Braga

Eng<sup>o</sup> Civil Gustavo Bortoleto Martins

Eng<sup>o</sup> Agrônomo Marcelo Rossi de Camargo Lima

Arq<sup>o</sup> Leandro Yagome

## EQUIPE TÉCNICA

**COORDENADORES DA PUBLICAÇÃO:** Eng<sup>o</sup> Civil Rodrigo Salton Leites e Arq<sup>o</sup> e Urb. Leandro Yagome.

**RELATORES:** Arq<sup>a</sup> e Urb. Ana Maria Biazzi Dias de Oliveira, Eng<sup>o</sup> Civil Antônio Carlos Dolacio, Eng<sup>o</sup> Civil Gustavo Bortoleto Martins, Eng<sup>o</sup> Civil Horacio Tanze Filho, Arq<sup>o</sup> e Urb. Leandro Yagome, Eng<sup>o</sup> Civil Marcos Mansour Chebib Awad, Eng<sup>o</sup> Civil Paulo Palmieri Magri, Eng<sup>o</sup> Civil Rodrigo Salton Leites.

**REVISORES:** Eng<sup>a</sup> Civil Andrea Cristina Klüppel Munhoz Soares, Eng<sup>o</sup> Civil David Skaf Jr., Eng<sup>a</sup> Civil Luciana Prieto de Paula Favetta, Eng<sup>a</sup> Civil Maíra de Moraes Modotti, Arq<sup>a</sup> e Urb. Mônica D'Amato, Eng<sup>o</sup> Civil Nelson Roberto Pereira Alonso.

**COLABORADORES:** Eng<sup>o</sup> Civil Emilio Daniel, Eng<sup>o</sup> Civil Fernando José Passos Silva, Eng<sup>o</sup> Civil e Adv<sup>o</sup> Francisco Maia Neto, Eng<sup>a</sup> Civil Martha N. Velloso Feitosa, Arq<sup>o</sup> e Urb. Michael W. F. M. Lopes.

## APRESENTAÇÃO IBAPE/SP

O **Instituto Brasileiro de Avaliações e Perícias de Engenharia de São Paulo (IBAPE/SP)**, entidade de classe sem fins lucrativos fundada em 15 de janeiro de 1979. Filiado ao IBAPE – Entidade Federativa Nacional, com representação no CREA/SP e relacionamento institucional com o CAU/SP, tem como objetivo principal a produção e a promoção do conhecimento da **Avaliação de Bens e Valoração Ambiental; Perícias de Engenharia, Arquitetura e Ambiental; Inspeção Predial e Perícias Trabalhistas.**

**Produção** que se dá por meio de proposituras de metodologias; procedimentos; estudos; normas próprias, além da participação ativa nas promovidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT); livros, cartilhas, entre tantas outras formas de publicações disponíveis na **Biblioteca Virtual**; trabalhos esses elaborados pelas câmaras técnicas (Avaliações, Perícias, Inspeção Predial, Ambiental e Engenharia de Segurança).

Em consonância com a produção, o IBAPE/SP zela pela **Promoção** desse conhecimento com a difusão de informações e avanços técnicos e tecnológicos das atividades profissionais que congrega e, conseqüentemente, pelo aprimoramento e pela valorização profissional de seus associados e em benefício da sociedade, com a realização de eventos e cursos, presenciais e virtuais, por meio da plataforma **IBAPE-SP Conecta**, além do curso de pós-graduação em parceria com a Universidade Presbiteriana Mackenzie.

É formado por engenheiros, agrônomos e arquitetos urbanistas, pessoas físicas e jurídicas, dedicados às atividades de sua esfera de atuação no estado de São Paulo, âmbitos judicial, arbitral e extrajudicial, para os quais, além do conhecimento, preza pelo comportamento ético por meio de Código de Ética, além de dispor de Regulamento de Honorários específico.

Conheça um pouco mais do IBAPE/SP na sua página [www.ibape-sp.org.br](http://www.ibape-sp.org.br) e nas mídias sociais YouTube, Facebook, Instagram e LinkedIn.

## PREFÁCIO

Ver com o Mansour.

MINUTA

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>ABNT:</b>	Associação Brasileira de Normas Técnicas
<b>ABL:</b>	Área Bruta Locável
<b>ABRASCE:</b>	Associação Brasileira de Shopping Centers
<b>AMM:</b>	Aluguel Mínimo Mensal
<b>CMM:</b>	Custo Mínimo Mensal
<b>CRD:</b>	Coefficiente de Rateio de Despesas
<b>CTO:</b>	Custo Total de Ocupação
<b>FPP:</b>	Fundo de Promoção e Propaganda
<b>LGPD:</b>	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

## **PRESSUPOSTOS, RESSALVAS E FATORES LIMITANTES**

Os procedimentos apresentados nesta cartilha propõem abranger os casos típicos e usuais de avaliação de locações em shopping centers, permanecendo necessário analisar eventuais solicitações extraordinárias do contratante ou proferidas pelo juiz nas perícias.

**MANUTIDA**

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	7
<b>2 REFERÊNCIAS DOCUMENTAIS</b>	9
<b>3 FINALIDADES E OBJETIVO DA AVALIAÇÃO</b>	11
<b>4 TIPOS DE LOJAS</b>	13
4.1 Lojas Âncora	13
4.2 Semi-Âncora	14
4.3 Megalojas	14
4.4 Lojas Satélite	14
4.5 Conveniência / Serviços	15
4.6 Entretenimento	15
4.7 Mall & Merchandising	15
<b>5 METODOLOGIA</b>	17
5.1 Tratamento por Fatores	17
5.2 Tratamento Científico	18
<b>6 COLETA DE DADOS</b>	23
6.1 Empreendimentos	24
6.2 Boas Práticas para Atender à LGPD nas Perícias Judiciais	24
6.3 Contrato de Locação	24
6.3.1 Aluguel Mínimo e Aluguel Percentual	25
6.3.2 Escalonamento	26
6.3.3 Custo Total de Ocupação (CTO)	27
6.3.4 Período de Vigência e Direito à Renovação	28
<b>7 CÁLCULO DE ATUALIZAÇÃO</b>	28
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	30
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	31
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	32

## 1 INTRODUÇÃO

A avaliação do valor locativo de lojas em Shopping Center exige conhecimentos específicos dos Arquitetos e Engenheiros Civis. E, em vista da bibliografia disponível, as normas são generalistas e a literatura atualizada é escassa.

Tal condição dificulta que os profissionais atuem de forma eficiente, gerando um extenso trabalho para justificar procedimentos particulares desse nicho.

Por isso, propõe-se a difusão do conhecimento através de algumas diretrizes básicas. Objetiva-se, assim, uniformizar critérios e registrar as melhores práticas avaliatórias existentes, em conformidade com as normas vigentes da ABNT e do IBAPE-SP.

Estas práticas foram elencadas e discutidas na Câmara de Avaliações, pelos membros do IBAPE-SP atuantes na área, seja como perito, assistente técnico judicial ou avaliador extrajudicial. Portanto, isentas de viés dos contratantes e alinhadas à expectativa pericial.

Estima-se que a aplicação das diretrizes ocorra principalmente na avaliação de lojas em perícias de ações judiciais renovatórias e revisionais de contrato de locação. O que **não exclui** o uso em avaliações do mesmo objeto, mas para outras finalidades.

Serão apresentados, ainda, os tipos de lojas existentes no Shopping Center, em função de cada um no *tenant mix* e os critérios de classificação da ABRASCE, usualmente adotados.

Na sequência, há uma breve análise sobre a metodologia e tratamentos usualmente aplicados, em conformidade com as normas vigentes da ABNT e do IBAPE-SP.



Em seguida, explica-se a coleta de dados ideal e as exceções cabíveis. Além disso, destaca-se a documentação necessária e sua apresentação a todos os envolvidos em conformidade à LGPD<sup>1</sup>.

Durante a pesquisa verificam-se eventuais peculiaridades nos contratos a serem observados, como: o aluguel mínimo e percentual, o escalonamento de aluguéis, o Custo Total de Ocupação (CTO) e os contratos não renováveis.

Em outro aspecto, as normas exigem a atualização dos dados para a data base avaliatória. Portanto, destaca-se a atenção sobre a data base de atualização contratual e a contemporaneidade dos dados coletados.

Por fim, adentra-se no método Comparativo Direto de Dados de Mercado com tratamento por fatores e tratamento científico. Ressalta-se a inaplicabilidade de alguns fatores e a importância da validação dos fatores empregados na homogeneização da amostra.

Veja os tópicos a seguir e entenda mais sobre a avaliação de locações em Shopping Center. Com esta cartilha o IBAPE/SP, através de sua Câmara Técnica, pretende fornecer maiores subsídios para que os laudos e pareceres dos profissionais que atuam na área possam ser mais precisos e assertivos.

---

<sup>1</sup> Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

## 2 REFERÊNCIAS DOCUMENTAIS

Os documentos relacionados a seguir são referências auxiliares e complementares à aplicação do conteúdo técnico explicitado nesta publicação. Para referências datadas, aplicam-se somente as edições citadas. Para referências não datadas, aplicam-se as edições mais recentes do referido (incluindo emendas).

**ABNT NBR 14653-1:** Avaliação de Bens Parte 1: Procedimentos Gerais. 1 ed. Rio de Janeiro.

**ABNT NBR 14653-2:** Avaliação de Bens Parte 2: Imóveis Urbanos. 2 ed. Rio de Janeiro.

**IBAPE/SP: (2011)** - Norma para Avaliação de Imóveis Urbanos.

**IBAPE/SP: (2021)** - Glossário de Terminologia Aplicável à Engenharia de Avaliações e Perícias do IBAPE/SP.

### 3 FINALIDADES E OBJETIVO DA AVALIAÇÃO

As principais finalidades da avaliação de locações em shopping center são para perícias em ações renovatórias e revisionais de contrato de locação. Estas constituem um significativo momento no planejamento financeiro de um shopping center e também do lojista, visto que, os resultados do cálculo do valor locativo repercutirão tanto no faturamento do empreendimento, no mínimo nos 3 (três) anos seguintes (prazo necessário para solicitar uma nova revisão), quanto nos lucros dos lojistas.

Uma **ação renovatória** de contrato de locação se dá quando, no período legal de renovação do contrato, as partes não chegam a um consenso acerca do justo valor locativo. Então, é proposta uma ação com intuito de renovar o contrato, entre outros possíveis pontos, fixar um novo aluguel de forma justa. A data base avaliatória da perícia será a **data de início do contrato renovando**. Logo, soma-se 1 (um) dia à data de término do contrato que está expirando.

Já a **ação revisional de aluguel** se dá quando o contrato de locação está em vigor há mais de 3 (três) anos, porém uma das partes identifica um desequilíbrio no valor locativo. Neste caso, a data base avaliatória será a **data de citação do réu** na ação judicial.

Para as demais finalidades da avaliação de locações em shopping center, como a negociação extrajudicial, a instrução de ação judicial e entre outros interesses, as condições específicas devem ser alinhadas junto ao cliente solicitante por ocasião da contratação.

Ressalta-se que para todas as finalidades aqui descritas, o objetivo da avaliação é **exclusivamente** determinar o aluguel mínimo mensal<sup>2</sup> (AMM).

---

<sup>2</sup> Tal conceito é melhor descrito no subitem '6.3.1 Aluguel Mínimo e Aluguel Percentual' desta Cartilha.

O eventual estudo do aluguel percentual não deve ser abordado com os critérios técnicos apresentados nesta cartilha.

E também **não é escopo** da avaliação técnica eventual medição e/ou verificação da área bruta locável (ABL) da loja, a escolha do índice de correção monetário, bem como a periodicidade do contrato. **Exceto** quando constar expressamente determinado.

Eventual análise de mezanino cabe ao uso específico de cada lojista (estoque, instalações, etc.), sendo que tal área **não** interfere no cálculo do valor unitário de locação se não estiver especificado na ABL de contrato.

A **exceção** ocorre quando a área de mezanino constar na ABL de contrato, ocasião em que recomenda-se estudar a influência do valor unitário locativo para a área locável equivalente ou ponderada.

## 4 TIPOS DE LOJAS

A ABRASCE - Associação Brasileira de Shopping Centers, referência do setor em pesquisas e informações nacionais, apresenta definições e classificação dos diversos ramos de varejo em Shopping Centers.

Na publicação do Plano de Mix 2022/2023 (ABRASCE, 2023) as lojas podem ser classificadas em âncora, semi-âncora, megalojas, satélite, conveniência/serviços, entretenimento e *mall & merchandising*.

Esta classificação é comumente utilizada como referência para a seleção de dados semelhantes na avaliação do aluguel pelo método comparativo direto. Destaca-se, no entanto, que a coleta de dados não necessita ficar restrita à mesma tipologia, caso o profissional entenda que elementos de tipologias distintas tenham suficiente semelhança com o avaliando.

A seguir resume-se as principais características para a identificação e classificação de cada tipo de loja em função da área locada. Pode haver variação conforme o perfil do empreendimento.

**Tabela 1 – Resumo do Tipo de Loja e Área**

<b>Tipo de Loja</b>	<b>Área</b>
Âncora	Acima de 1.000 m <sup>2</sup>
Semi-âncora	Entre 500 e 999 m <sup>2</sup>
Megalojas	Entre 250 e 499 m <sup>2</sup>
Satélite	Menor que 250 m <sup>2</sup>
Conveniência / Serviço	Não se aplica
Entretenimento	Acima de 1.000 m <sup>2</sup>
<i>Mall &amp; Merchandising</i>	Não se aplica

Fonte: Resumido do Plano de Mix ABRASCE 2022/2023.

### 4.1 Lojas Âncora

Em geral, apresentam áreas maiores que 1.000 m<sup>2</sup>. Pode variar de acordo com o perfil do empreendimento, mas destaca-se pela relevância em atrair o maior número de frequentadores, que são os potenciais consumidores.

Podem ser do segmento de moda, hipermercado / supermercado / atacarejo, artigos esportivos / praia, construção e decoração, eletrodomésticos e

eletroeletrônicos, magazines e/ou utensílios para o lar e conveniência, material para escritório, papelaria, informática, brinquedos, puericultura, artigos para festas, livrarias, pet centers, academias, centros médicos, centros educacionais / escolas / faculdades / universidades, serviços, alimentação e bebidas, dentre outros.

As lojas âncora são evidenciadas nos sites dos shopping centers.

#### **4.2 Semi-Âncora**

Normalmente a área varia entre 500 e 999 m<sup>2</sup> de superfície de loja e podem ser do segmento de moda, hipermercado / supermercado / atacarejo, artigos esportivos / praia, construção e decoração, eletrodomésticos e eletroeletrônicos, magazines, utensílios para o lar e conveniência, material de escritório / papelaria / informática, brinquedos, puericultura, artigos para festas, livrarias, pet centers, geek, academias, centros médicos, centros educacionais / escolas / faculdades / universidades, serviços, alimentação e bebidas, dentre outros.

#### **4.3 Megalojas**

Considera-se as lojas especializadas em determinada linha de mercadoria, em grande escala, com ampla variedade de produtos. Assim, as áreas variam de 250 a 499 m<sup>2</sup> e podem ser do segmento de moda, hipermercado / supermercado / atacarejo, artigos esportivos / praia, construção e decoração, eletrodomésticos e eletroeletrônicos, magazines, utensílios para o lar e conveniência, material de escritório / papelaria / informática, brinquedos, puericultura, artigos para festas, livrarias, pet centers, geek, academias, centros médicos, centros educacionais / escolas / faculdades / universidades, serviços, alimentação e bebidas, dentre outros.

#### **4.4 Lojas Satélite**

São destinadas ao comércio em geral. Apresentam áreas menores que 250 m<sup>2</sup>, e englobam segmentos de vestuário, calçados, artigos para o lar,

telefonia e acessórios, artigos diversos, óticas, perfumaria, maquiagem e cosméticos, relojoarias e joalherias, alimentação e bebidas, dentre outros.

Para alimentação, é usual restaurantes do tipo 'fast food' que operam na Praça de Alimentação. São operações típicas de pequenas lojas em que os consumidores se servem num balcão, porém sentam-se em mesas de uso comum. Deve-se evitar a comparação entre lojas satélites dentro e fora da Praça de Alimentação, dada às condições distintas sob pena de trazer distorções aos resultados obtidos.

#### **4.5 Conveniência / Serviços**

Abrange as seguintes categorias de serviços, independente da área que ocupem<sup>3</sup>: empórios, alimentos especiais, farmácias e drogarias, floricultura, bazar, serviços financeiros, correios, serviços estéticos, foto revelação, educação / ensino, serviços médicos (clínicas / laboratórios), lotérica, agência de viagens, lavanderia, chaveiro, consertos, massagem / SPA, postos de combustíveis, tatuagem / piercing, pet, serviços automotivos, serviços gráficos, serviços públicos, venda e locação de veículos, serviços omnichannel e logística, dentre outros.

#### **4.6 Entretenimento**

Enquadram os cinemas, teatros, casas de show / espaço para eventos, parques e games, boliche, bingo, arena gamer e outros (museu, espaço cultural, etc.). São sempre consideradas atividades de lazer, mesmo que atraiam um grande fluxo de consumidores e ocupem áreas locáveis maiores que 1.000 m<sup>2</sup>.

#### **4.7 Mall & Merchandising**

Engloba quiosques, *vending machines* (máquinas de venda automática que comercializam itens em geral), mídia (espaços internos e externos

---

<sup>3</sup> Exceto para educação / ensino e pet acima de 250 m<sup>2</sup>, que enquadram em outra tipologia.

disponíveis para locação de *merchandising*), eventos (feiras, festivais gastronômicos, exposições, campeonatos e entre outros), antenas de operadoras.

MINUTA



## 5 METODOLOGIA

A metodologia recomendada para determinação do valor locativo de lojas em shopping centers é o Método Comparativo Direto de Dados de Mercado.

A homogeneização dos dados comparativos pode ser efetuada, em função da quantidade e qualidade dos dados disponíveis, com tratamento por fatores ou tratamento científico, como a inferência estatística.

Para uma amostra homogênea e com menos elementos coletados, o recomendado é o tratamento por fatores. Já para uma amostra heterogênea e com mais elementos, recomenda-se o tratamento científico.

### 5.1 Tratamento por Fatores

No tratamento por fatores, devem ser utilizados os elementos amostrais mais semelhantes possíveis ao avaliando, em todas as suas características, cujas diferenças perante o mesmo, para mais ou para menos, são levadas em conta. É admitida a priori a existência de relações fixas entre as diferenças dos atributos específicos e os respectivos preços.

Para a homogeneização sugere-se ponderar para cada caso a aplicação de fatores como: i. dimensão da testada/vitrine; ii. múltiplas frentes/vitrines ou esquina; iii. área térrea (eventualmente do mezanino, se definido em contrato); iv. pavimento ou piso; v. localização no pavimento, a exemplo da proximidade de elemento gerador de fluxo de clientes ou de atratividade comercial.

E estando a amostra no mesmo empreendimento, o padrão construtivo, a idade e o estado de conservação **não** devem ser aplicados como fatores de homogeneização, visto que o objeto da avaliação é a casca (*shell*) e cada locatário é responsável por definir os ambientes internos.

Tendo em vista as características específicas de cada empreendimento, é de suma importância a validação dos fatores utilizados, a fim de se evitar a eventual distorção dos resultados obtidos.

O conjunto de fatores aplicado a cada elemento da amostra será considerado como homogeneizante quando, após a aplicação dos respectivos ajustes, se verificar que o conjunto de novos valores homogeneizados apresenta menor coeficiente de variação dos dados que o conjunto original.

Para evitar a heterogeneidade dos dados e minimizar a eventual distorção dos resultados, recomenda-se a coleta de comparativos com características quantitativas, como a área, com diferença dentro da amplitude preferencial de 30% em torno da característica do imóvel avaliando.

Caso não atinja o número mínimo de dados comparativos, sugere-se então a ampliação do limite da amplitude para 50%. E apenas se persistir a escassez de elementos, recomenda-se a justificativa técnica da eventual extrapolação do limite.

Quanto à área, mesmo que a amostra esteja inserida dentro do limite estabelecido, deve-se cuidar para preservar ou homogeneizar a equivalência do tipo de loja e da função no plano de variedades do Shopping Center para a amostra.

Além disso, aconselha-se obter dados comparativos no mesmo piso e segmento comercial com similaridades na equidade entre os aluguéis, desde que as demais características, como a distância ao imóvel avaliando, não distorça a avaliação.

## **5.2 Tratamento Científico**

No tratamento científico, a determinação do valor locativo é realizada com modelos construídos com base em uma amostra representativa e deduzidos

por inferência estatística, ou análise de regressão<sup>4</sup>, técnica tradicional da econometria que ocupa um lugar de destaque, por ser a de uso mais difundido na avaliação de bens pelo método comparativo de dados de mercado.

A análise de regressão é o procedimento estatístico que permite estimar uma equação algébrica (modelo probabilístico) para calcular o valor locativo (variável dependente) em função das variações dos principais atributos identificados para representar o comportamento de mercado do valor de locação do empreendimento estudado (variáveis independentes).

Não existem critérios ou orientações universais para seleção da amostra e escolha das variáveis que influenciam a formação do valor de locação de lojas em shopping centers. Não obstante, é consenso que as variáveis independentes devem apresentar determinadas características com um certo grau de afinidade com a variável dependente.

As variáveis (a) dependentes e (b) independentes de uso mais frequente na construção do modelo para determinação do valor locativo de lojas em shopping centers são listadas a seguir:

- a) **Variável Dependente:** na especificação da variável dependente para representar o mercado de aluguéis em shopping, considera-se geralmente o **valor locativo unitário**, que descreve o valor do aluguel da loja por metro quadrado nos contratos ou deduzido em relação a área da loja.
- b) **Variáveis Independentes:** a escolha das variáveis independentes está diretamente relacionada com a diversidade dos dados da amostra e são identificadas por alguma variação com poder de explicação no estudo da variedade do valor do aluguel unitário, sendo indispensável analisar as seguintes:

---

<sup>4</sup> Além da regressão, é possível destacar outros processos, tais como redes neurais artificiais, análise envoltória de dados, regressão espacial e lógica *fuzzy*.

- **Área da loja:** variável quantitativa que descreve a dimensão, em metros quadrados, da loja, normalmente com uma correlação negativa com o valor locativo unitário.
- **Localização:** variável qualitativa que representa importante contribuição na formação do valor locativo, geralmente representada pela posição das lojas em relação à circulação de pessoas, escadas rolantes, área central do shopping, enfim, algum aspecto valorizante ou de destaque no empreendimento.

Pode ser expressa sob a forma de Variável Dicotômica (se localizada na área central do shopping ou áreas de destaque: 1; demais posições: 0)

Para o caso de ser constatado mais de duas posições, pode-se, também, construir uma escala qualitativa baseada na montagem de Códigos Alocados, onde a amostra é ordenada pela importância relativa a seu posicionamento, iniciando-se com o valor natural 1 – posicionamento de menor atratividade.

- **Atividade** variável expressa por algum tipo de escala lógica para evidenciar diferenças em função do segmento/nicho/setor ou atividade, construída mediante agrupamentos em Códigos Alocados que reflita a importância dos diferentes segmentos (entretenimento, conveniência, eletroeletrônico, fast-food, agência bancária, joalheria, roupas, esportes, diversos etc.)
- **Data do evento:** variável a ser testada quando utilizados dados de contratos não contemporâneos à data da avaliação, estabelecida com base na data de ocorrência de cada contrato, tomado com base inicial o mais antigo, com valor inicial igual a 1.

A lista de variáveis acima não encerra o assunto, pelo contrário, demonstra apenas uma possibilidade de tratamento para o tema. Outras variáveis ou de diferentes formas de mensuração podem ser consideradas modelos elaborados se utilizando desta metodologia.

Nesse sentido, e a depender das peculiaridades do empreendimento estudado e da amostra selecionada, recomenda-se, na formulação do modelo, investigar eventuais variações de valores entre pavimentos, aspectos relacionados com a localização em praça de alimentação, confrontos entre valor locativos unitários de lojas âncoras, megalojas e lojas satélites, influência da extensão da vitrine, posicionamento em esquina, dentre outros atributos que se revelem importantes no decorrer dos trabalhos.

As variáveis utilizadas na inferência estatística devem ser classificadas, estudadas e aceitas através de testes estatísticos, além de refletir aspectos prioritários no cálculo do valor locativo das lojas, sem serem redundantes, evitando-se a multicolinearidade entre variáveis independentes.

Todas as variáveis independentes utilizadas no modelo de regressão devem apresentar comportamento coerente em relação ao valor locativo, bem como o exame de suas elasticidades em torno do ponto de estimação.

As modalidades de contratos e os tipos existentes de lojas e o critério de coleta de dados comparativos devem ser explanadas por completo no laudo de avaliação.

No caso de uso de contratos comparativos com previsão de aluguel escalonado ou progressivo, recomenda-se ajustar para obter o aluguel inicial, para representar a variável dependente na modelagem estatística.

A metodologia para construção de um modelo de regressão linear múltipla para estimar o valor locativo de lojas em shopping center deve apresentar um bom ajuste aos dados observados e fornecer uma estimativa calibrada, não distante da realidade.

Para que a análise estatística seja validada, fundamental a verificação dos pressupostos no modelo adotado, de modo a analisar a especificação, linearidade, normalidade, homoscedasticidade, não-autocorrelação, não-colinearidade ou não-multicolinearidade e independência e inexistência de

pontos atípicos, a fim de obter avaliação não tendenciosa e consistente, conforme recomendações contidas no Anexo da ABNT NBR 14.653- 2.

A avaliação deve ser especificada quanto aos graus de fundamentação e de precisão, em conformidade com as recomendações das normas da ABNT NBR 14.653-1 e 2 no caso de modelos de regressão linear.

MANUATA

## 6 COLETA DE DADOS

A coleta de dados é uma etapa importante no processo avaliatório e compreende planejamento, pesquisa e vistoria de elementos, quando possível.

Durante a vistoria o profissional identifica a loja objeto, verifica as características físicas (área locada e tipologia), a localização e eventuais pontos influenciadores do empreendimento (valorizantes e/ou depreciativos) a partir dos quais são, previamente, selecionados os dados que possam ser tomados como elementos comparativos para determinação do aluguel.

Após a escolha dos dados comparativos, são solicitados pelo profissional (no caso de perícia judicial, o Perito) à administração do shopping center os documentos necessários para o trabalho como: as plantas arquitetônicas dos pisos do shopping center que contenham informações mínimas de localização e identificação das lojas, o quadro de áreas, o tamanho das vitrines e todos os acessos; os contratos de locação, eventuais aditamentos contratuais e os boletos de todas as lojas selecionadas; e outros.

Ressalta-se que em conformidade ao Art. 473, § 3º, do Código de Processo Civil, na avaliação pericial as partes envolvidas (em especial os Assistentes Técnicos) têm direito ao acesso à documentação dos elementos usados na avaliação. Para a apresentação desta documentação, recomenda-se observar as orientações do subitem '6.2 Boas Práticas para Atender à LGPD nas Perícias Judiciais' desta cartilha.

Complementa-se ainda que o compartilhamento da documentação utilizada na avaliação pelo Perito com os Assistentes Técnicos é requisito essencial com recomendação explícita na norma da ABNT NBR 14653-1:2019 (alínea "e" do item '9 Apresentação do laudo de avaliação').

A seguir, discorre-se sobre a pesquisa de dados comparativos em um mesmo empreendimento e sobre a atipicidade dos contratos de locação em shopping center.

## 6.1 Empreendimentos

Durante a pesquisa de mercado, recomenda-se obter dados comparativos que pertençam ao mesmo shopping center da loja avalianda.

Afinal, trata-se de um centro comercial autônomo, com potencial próprio, instalações e características gerais distintas tanto do comércio de rua, como de outros centros de compras.

E **comprovada a inexistência** de dados comparativos localizados no mesmo shopping center, a eventual adoção de outros parâmetros ou até mesmo a extrapolação para um empreendimento diverso deve ser precedida de estudo específico com a devida validação, que considere as particularidades inerentes a cada empreendimento e que justifique as suas equivalências ao shopping center analisado.

## 6.2 Boas Práticas para Atender à LGPD nas Perícias Judiciais

Todo e qualquer acesso à documentação que se refere aos elementos comparativos, como contratos, boletos e outros, devem obrigatoriamente respeitar a Lei Geral de Proteção de Dados, Lei nº 13.709/2018.

E se houver cláusula de confidencialidade no contrato, o Perito deverá respeitá-la e ser o controlador dos dados, facultando às partes e Assistentes Técnicos, obterem os dados de forma presencial em seu escritório ou em lugar a ser combinado.

Por fim, recomenda-se que não sejam fornecidos esses dados confidenciais através de mídias digitais, como e-mails ou redes sociais, e/ou mídias físicas, como *pendrive*.

## 6.3 Contrato de Locação

O contrato de locação em shopping center possui uma série de particularidades que o fazem ser distinto de uma locação comum.



O grande diferencial dos contratos de locação em Shopping Centers é a forma de cobrança do aluguel mensal dos espaços comerciais que podem prever variadas modalidades, tais como, aluguel mínimo mensal, aluguel percentual, custo total de ocupação, entre outros, dependendo do empreendimento.

Estas variações de cobrança do aluguel podem ser constatadas, preliminarmente, na análise dos contratos dos dados coletados para a avaliação pelo método comparativo direto de dados de mercado.

Para determinação do aluguel pelo método comparativo direto, é imprescindível verificar a compatibilidade entre a modalidade de cobrança prevista no contrato objeto e as dos contratos selecionados para extrair as informações pertinentes ao cálculo.

A seguir, destacam-se as principais particularidades e propõem-se como tratá-las durante a avaliação do aluguel.

### **6.3.1 Aluguel Mínimo e Aluguel Percentual**

O **aluguel percentual** - ou renda variável - é calculado sobre o faturamento bruto da loja, e a porcentagem pode variar de acordo com o tipo de comércio.

O **aluguel mínimo**, é um valor locativo fixo estabelecido em contrato, reajustados por meio de indexador e data base definida estabelecidos contratualmente. Este é o valor pago na eventualidade do valor do aluguel percentual não alcançar o valor da quantia fixa, ou seja, é o locativo garantido ao empreendedor.

Nas perícias envolvendo ações renovatórias e revisionais de contrato de locação, geralmente, o objetivo é a determinação do aluguel mínimo mensal reajustável. Neste caso, a metodologia recomendada pelas normas avaliatórias é o Método Comparativo Direto de Dados de Mercado, observadas as características de semelhança dos contratos das lojas, selecionados no próprio empreendimento ao objeto da ação.

Quanto ao aluguel percentual, em regra, cláusulas dessa espécie de contrato são imutáveis, ressalvadas situações excepcionais, em que por decisão do magistrado, é determinada a realização de perícia de engenharia e arquitetura.

Nestas situações excepcionais em que é determinada a produção de prova pericial para análise do aluguel percentual, analisa-se, do ponto de vista estritamente técnico, a disponibilidade de elementos para subsidiar a demonstração do equilíbrio econômico do contrato.

A modalidade de aluguel percentual - diferente do aluguel mínimo que tem metodologia prevista e regradada nas normas de avaliação - implicam no desenvolvimento de método específico, estudos de modelos que permitam identificar percentuais pertinentes ao ramo de negócio, ao faturamento, dentre outras inúmeras variáveis intrínsecas à estrutura dos contratos de locação e infraestrutura do shopping center.

### **6.3.2 Escalonamento**

O escalonamento é um acordo facultativo entre as partes do contrato de locação. Apresenta-se na fixação de diferentes valores locativos por períodos definidos ao longo da vigência contratual. Tais valores devem ser, conforme o contrato, pagos efetiva e independentemente dos reajustes.

Os valores do escalonamento são estipulados na data base contratual que, naturalmente, também são reajustados periodicamente pelo índice econômico pactuado. Por essa razão, não se confundem com os reajustes legais, uma vez que não visam repor perdas causadas pela inflação. E deve-se, portanto, observar a contemporaneidade entre a data de avaliação e os contratos analisados.

Assim, cabe ao avaliador analisar os contratos da amostra e, se houver valores escalonados, adotar e justificar o tratamento que melhor represente o período locativo da avaliação.

Além disso, ressalta-se atenção na análise e no eventual tratamento do escalonamento em cenários econômicos sob significativa influência inflacionária.

Por fim, a eventual incidência de 13º aluguel ou o pagamento de aluguéis extras também devem ser analisados caso a caso conforme especificado nos contratos, tanto nos elementos comparativos como no imóvel avaliando, para que os resultados reflitam as reais condições contratuais.

### **6.3.3 Custo Total de Ocupação (CTO)**

Deve-se proceder a leitura atenta das cláusulas contratuais, pois muitas vezes, embora não seja utilizada, de forma clara e direta, as expressões **Custo Total de Ocupação (CTO)** ou **Custo Mínimo Mensal (CMM)**, é esta a modalidade especificada quando da definição do aluguel e forma de pagamento.

Em outras palavras, quando resta designado em contrato que do valor fixado à título de "preço" da locação, devem ser subtraídos os custos para enfrentamento de outras despesas atinentes à locação além do próprio aluguel (como por exemplo, mas não se restringindo a estes, os encargos comuns, também designados como encargos condominiais), está caracterizada, então, modalidade de CTO.

Esta modalidade pode apresentar diversas variações, tais como: contrato que especifica, à título de preço da locação, apenas aluguel percentual, do qual deve ser descontado o valor dos encargos (estes a serem calculados conforme Coeficiente de Rateio de Despesas - CRD do espaço locado). Ou ainda, contrato que especifica que será pago à Locadora, a título de aluguel, encargos comuns e fundo de promoção e propaganda (FPP), uma quantia fixa ou a importância equivalente a certo percentual do faturamento obtido pela Locatária, o que for maior. Destaca-se, ainda, que este montante arrecadado será destinado, inicialmente, para pagamento dos encargos comuns, e que eventual saldo será recebido à título de aluguel e FPP.

Independentemente da configuração que define a modalidade de CTO, é certo que nos casos em que a avaliação versar sobre contrato nesta modalidade, o avaliador deve se cercar de todos os cuidados e análises, no sentido de evitar que o valor aferido em mercado (que representaria o justo valor do AMM) possa sofrer distorções ao ser transportado para a realidade do contrato objeto da análise. Em tais casos, é necessário apresentar todas as particularidades da avaliação desenvolvida.

Por fim, sempre que possível na coleta de dados, é preferível a seleção apenas de contratos firmados na mesma modalidade.

#### **6.3.4 Período de Vigência e Direito à Renovação**

O direito à renovação do contrato de locação de loja em shopping center é garantido pela Lei do Inquilinato<sup>5</sup>. Contudo, dentre os requisitos necessários para usufruir deste direito está a vigência mínima de 60 (sessenta) meses do contrato.

Ciente disso, alguns contratos são celebrados com prazo inferior, em caráter temporário, e com valores distintos aos praticados nos contratos que possibilitam a renovação legal.

Para reduzir eventuais distorções na avaliação, recomenda-se a separação de elementos comparativos com contratos vigentes em prazo menor de 60 (sessenta) meses que não teriam direito à renovação de contrato.

---

<sup>5</sup> Lei nº 8245/91.

## 7 CÁLCULO DE ATUALIZAÇÃO

O profissional avaliador deve se atentar à atualização dos valores recomendada pela norma da ABNT NBR 14.653-2:2011 no subitem 11.4.1.2 transcrito a seguir:

Especial atenção deve ser dada quando forem comparados aluguéis com distintos períodos de reajuste ou estágios do contrato, admitindo-se os seguintes procedimentos:

- a) tornar os dados homogêneos, com o auxílio de modelos que levem em conta a previsão inflacionária.
- b) utilizar modelos de regressão com variáveis que considerem as diferenças contratuais ou o estágio do contrato.

Assim, deve-se respeitar a data base do contrato de cada elemento comparativo pois, eventualmente, a data de início de vigência e/ou assinatura do contrato **pode não coincidir** com a data base de atualização do valor. Em geral, isto pode ocorrer quando a assinatura do contrato ocorre antes da inauguração da loja.

Além disso, recomenda-se a utilização de elementos comparativos contemporâneos à data da avaliação. Pois retratam o empreendimento para a mesma situação, levando-se em conta eventuais ocorrências que possam alterar significativamente os valores praticados no empreendimento.

A eventual utilização de elementos comparativos não contemporâneos à data da avaliação pode trazer distorções aos resultados obtidos.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta cartilha demonstra-se as diversas especificidades e a complexidade da avaliação de locações em Shopping Center. E não houve pretensão de esgotar o assunto. Trata-se de mais uma ação do IBAPE/SP, através de sua Câmara Técnica, para que os laudos e pareceres dos profissionais que atuam na área sejam mais precisos e assertivos.

Portanto, nos demais temas pertinentes à avaliação que não abordados nesta cartilha, deve-se permanecer em conformidade às normas de avaliação de imóveis urbanos da ABNT e do IBAPE-SP.

Afinal, avaliar não é uma média. Não é um "achismo". Não é uma opinião.

É uma constatação fundamentada em técnicas e conhecimentos específicos. E apenas o profissional atualizado, com competência e habilitação legais, conseguirá superar a excelência gradativamente mais desafiadora, em um mercado em constante avanço e modernização.

Profissional este que, isento e alheio à finalidade da avaliação, pode proporcionar a segurança requerida em uma avaliação.

E aos profissionais entusiastas na área, caso tenham surgido dúvidas sobre a Engenharia de Avaliações, podem contar com o IBAPE-SP através de seus cursos e informações oferecidas.

## GLOSSÁRIO

Expressões técnicas usuais no contexto de shopping centers:

**Fast food:** Praça de alimentação. (D'amato e Alonso, 2019)

**Gross leasable area:** Área bruta locável (ABL). (D'amato e Alonso, 2019)

**Layout:** Organização espacial e funcional da planta arquitetônica.

**Mall:** Galeria social. (D'amato e Alonso, 2019)

**Tenant Mix:** Arranjo físico das várias áreas destinadas à locação, estando definidas para cada uma o ramo de comércio, loja, forma, dimensões e sua localização. (D'amato e Alonso, 2019) Também apresentado como plano de mix, plano de variedades ou mix de locatários.

## BIBLIOGRAFIA

ABUNAHMAN, Sérgio Antônio. **Engenharia Legal e de Avaliações**. 5. ed. São Paulo: Oficina de Textos, 2022.

D'AMATO, Mônica; ALONSO, Nelson Roberto Pereira. **Avaliação de Aluguéis: imóveis urbanos**. 4. ed. São Paulo: LEUD, 2019.

MAIA NETO, Francisco. **A Evolução dos Shopping Centers: definição, conceitos e estudos de locação e venda**. Belo Horizonte.

SKAF JUNIOR, David. O PERITO JUDICIAL E AS PERÍCIAS EM AÇÕES RENOVATÓRIAS E REVISIONAIS EM SHOPPING CENTERS. In: BARBARESCO, Marcelo; ISMAEL, Luciana (org.). **Shopping Center: da prática à teoria e seu reverso**. São Paulo: Ibradim Editora, 2021. Cap. 18. p. 299-310.

SOARES, Andrea Cristina Klüppel Munhoz Soares; FAVETTA, Luciana Prieto de Paula. **Avaliação de Locação para Lojas em Shopping Centers**. Artigo inscrito, Congresso Brasileiro de Engenharia de Avaliações e Perícias. São Paulo, 2019.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS. **Plano de Mix:** ABRASCE 2022/2023. São Paulo, 2023. Disponível em: <[https://www.intranetmall.com/Abrasce/app/download/PlanoDeMix-2022\\_v3.pdf](https://www.intranetmall.com/Abrasce/app/download/PlanoDeMix-2022_v3.pdf)>. Acesso em: 27 de janeiro de 2023.

MINUTA