

Resumo estratégico

Fundada em 1980 em Blumenau (SC), a Almeida Junior Shopping Centers S.A. (Almeida Jr) é um dos principais *players* do mercado de shoppings centers do Sul do Brasil. O portfólio da companhia é composto por seis shoppings centers estrategicamente distribuídos nas principais regiões urbanas de SC. Ao todo, são mais de 1.500 lojas e 225 mil metros quadrados (m²) de área bruta locável (ABL). Apesar da concentração geográfica, SC é um estado bastante propício para o desenvolvimento de shoppings centers por causa da qualidade dos indicadores socioeconômicos e de desenvolvimento social (ex. IDH, emprego, nível de pobreza, renda *per capita*, e expectativa de vida).

Além do foco no estado de SC, a estratégia de crescimento da companhia contempla a (i) adição de valor às comunidades da região, (ii) fidelização dos clientes e (iii) *market share* relevante nas regiões de atuação. De acordo com o *management*, a Almeida Jr detém uma fatia de aproximadamente 30% da ABL de SC. Quando considerados os ativos de médio e grande porte (mais de 20 mil m²), o *market share* do operador de shopping centers é de 70%.

O *track record* na entrega de ativos, a verticalização de toda cadeia são dois dos principais diferenciais estratégicos da companhia. A Almeida Jr atua desde a prospecção do terreno, planejamento, desenvolvimento e construção dos ativos, até o gerenciamento da estrutura e gestão financeira, comercial e operacional das unidades. Vale ressaltar que a companhia foi uma das primeiras do setor a desenvolver soluções orgânicas para aprimorar a participação do ambiente digital dentro dos shoppings centers.

Mesmo com um longo histórico, o portfólio da companhia é moderno e 75% da ABL existente é resultante de entregas realizadas há 10 anos ou menos. Ou seja, a necessidade de investimentos em manutenção é baixa. Além do padrão construtivo diferenciado e localização estratégica das unidades existentes, a companhia possui áreas já pré-aprovadas para expansão da ABL atual (41 mil metros quadrados).

Apesar do endividamento acima da média do setor, o ritmo de expansão menos agressivo, a rápida retomada da performance operacional desde o ápice da pandemia e a otimização do *mix* de locatários reforçam a qualidade de crédito da companhia. De acordo com consultores especializados (EY e JLL), o valor dos ativos da Almeida Jr era de R\$ 4,2 bilhões em dez-20 (vs. uma dívida líquida de R\$ 1,2 bilhões em set-21).

Principais pontos da análise

Pontos fortes

1. Sólido *track record* operacional em toda a cadeia do setor de shopping centers.
2. Localização estratégica dos empreendimentos e relevância em SC.
3. Empreendimentos modernos e que requerem pouca manutenção.
4. Pró-atividade e sucesso na integração física e *online*.
5. Rápida recuperação da performance operacional nos últimos trimestres.
6. Liquidez confortável num horizonte de 24 meses.

Pontos de sensibilidade

1. Possíveis adoções de novas medidas de isolamento social.
2. Endividamento elevado por causa da expansão do portfólio entre 2006 e 2016.
3. Consumo de caixa com investimentos em expansão.

Principais mitigantes

1. Apesar dos riscos de novas variantes da COVID-19, a maior parte da população está vacinada e as doses de reforço continuam avançando rapidamente.
2. Perfil da dívida diluído e alongado.
3. Valor dos ativos quase 4,0x superior ao endividamento líquido.
4. Bom acesso ao mercado de capitais e instituições financeiras.
5. Estrutura de garantias das operações junto ao mercado de capitais.

Fonte(s): BTG Pactual.

BTG Pactual – Credit Research

Thomas Tenyi, CFA
São Paulo – Banco BTG Pactual S.A.

Gisela Muto
São Paulo – Banco BTG Pactual S.A.

Guilherme Aleixo
São Paulo – Banco BTG Pactual S.A.

BTG Pactual Digital – Credit Research
analise_credito@btgpactual.com

Odilon Costa
São Paulo – Banco BTG Pactual S.A.

Frederico Khouri
São Paulo – Banco BTG Pactual S.A.

Daniilo Barbosa
São Paulo – Banco BTG Pactual S.A.

Resumo dos principais ativos

Rating: não há

Código	Tipo	Vencimento
2110801132	CRI	15-set-33

As principais características desse(s) ativo(s) podem ser encontradas no final do relatório.

Para maiores informações consulte a(s) Escritura(s) do(s) título(s).

Sobre a Almeida Junior Shopping Centers

Após passar por um período de rápida expansão do portfólio entre 2006 e 2016, a Almeida Jr passou a figurar entre os 10 principais *players* do setor de shopping centers do país. Seu portfólio é composto por 6 empreendimentos estrategicamente distribuídos nas principais regiões urbanas de SC. Os ativos são de médio e grande porte (ABL entre 30 e 50 mil m²), sendo que da ABL total (225 mil m²), 86,7% são próprios. De acordo com consultores especializados (EY e JLL), o valor dos ativos da Almeida Jr era de R\$ 4,2 bilhões em dezembro de 2020 (vs. uma dívida líquida de R\$ 1,2 bilhões em setembro de 2021).

Os principais sócios da companhia nos empreendimentos são os terrenistas, que, em geral, detém uma fatia de 15%. Nos últimos anos, o operador de shoppings centers passou a priorizar a maximização do retorno sobre o capital investido (ROIC) nos empreendimentos existentes (ex. otimização do *mix* de lojistas, desenvolvimento de novos produtos e serviços para os lojistas e clientes finais, e investimentos em tecnologia e inovação).

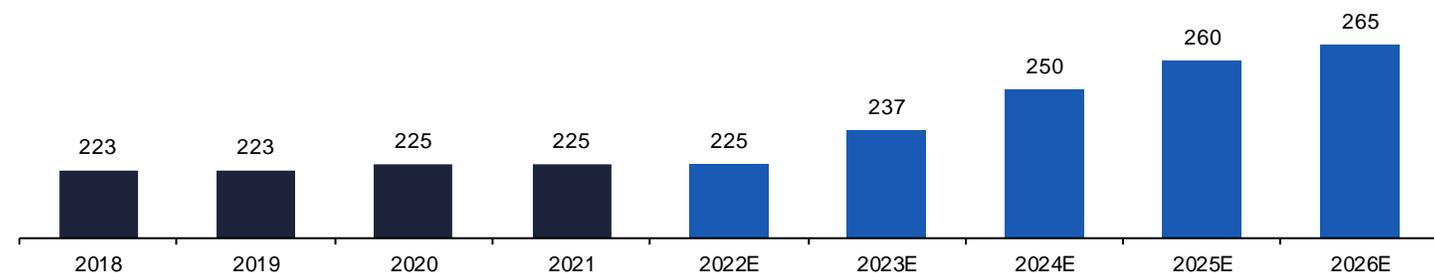
Principais características dos shoppings centers

Shopping	Neumarkt	Balneário	Garten	Norte	Continente	Nações	Total
Localização	Blumenau	Balneário Camboriú	Joinville	Blumenau	São José	Criciúma	-
Participação da Almeida Jr	100%	80%	85%	85%	85%	85%	87%
Inauguração	1993	2007	2010	2011	2012	2016	-
Área Bruta Locável Atual (mil m ²)	29	42	36	36	43	37	225
Área Bruta Locável Expansão (mil m ²)	8	12	10	5	6	-	41
Núm. Lojas	229	314	263	232	271	240	1549
Vagas de Estacionamento	1.100	1.300	1.400	1.400	2.000	2.000	9.200

Fonte(s): Formulário de referência e releases de resultados.

Expansões previstas. A companhia possui alguns projetos pré-aprovados para expansão orgânica do seu portfólio de ativos. As entregas de áreas adicionais nas unidades Balneário e Neumarkt são os projetos mais relevantes ao longo dos próximos trimestres. Os investimentos no Balneário se iniciaram em 2022 e a entrega está prevista para 2023. Ao todo, a companhia espera 145 lojas adicionais (ABL adicional de 12 mil m²). A expansão do Neumarkt está prevista para ocorrer em 2024 (+67 lojas e +8 mil m² de ABL). Os demais projetos em consideração estão previstos entrega em 2023 (Continente), 2025 (Garten) e 2026 (Norte). Mesmo com as expansões previstas à frente, a companhia tem flexibilidade para postergar investimentos, caso necessário. A companhia não divulga publicamente o montante desses investimentos, porém esperamos algo próximo de R\$ 150-200 milhões.

Evolução da área bruta locável (mil m²)



Fonte(s): Formulário de referência e releases de resultados.

Inovação digital. Diferentemente de muitos *players* de médio e grande porte do setor – que passaram a investir em inovação e tecnologia apenas durante a pandemia, a Almeida Jr possui um núcleo dedicado para essa frente desde 2016. O AJ LABS foi criado com o objetivo de investir e criar ferramentas para fomentar a participação do ambiente digital dentro dos shoppings centers. Além de agregar valor à experiência do cliente e gerar mais fluxo qualificado, essa frente do negócio também corrobora para criação de um banco de dados para aprimorar o mapeamento do perfil dos clientes.

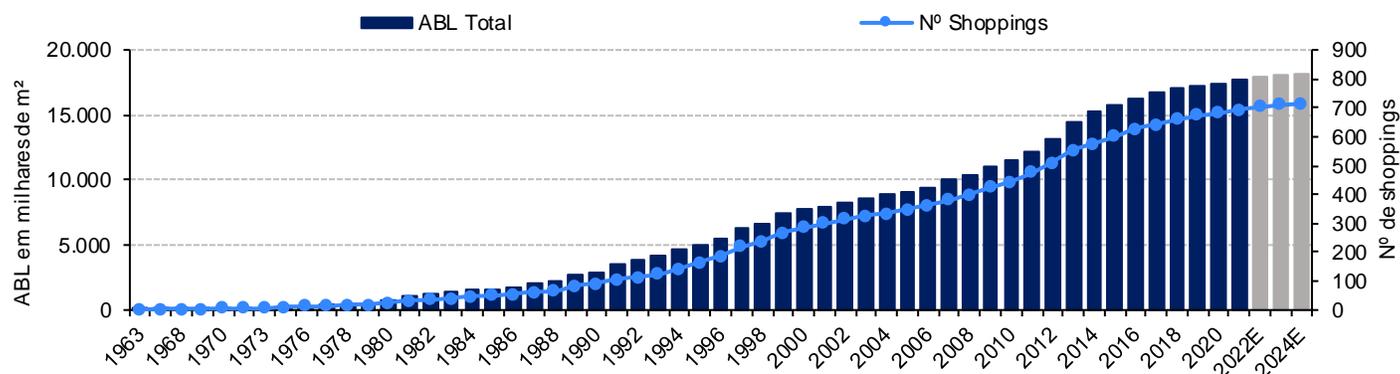
Dentre as principais iniciativas desenvolvidas organicamente, a companhia entregou o AJPlace, um *marketplace* que permite o ingresso dos lojistas dos shoppings no meio digital. Essa solução permite que o cliente tenha acesso a condições exclusivas de pagamento e retire os itens no shopping Almeida Jr mais próximo ou receba os itens em casa. Ao todo, o AJ Place oferece mais de 500 marcas e 125 mil produtos (SKU). Apesar de concorrer com outras grandes varejistas no *e-commerce*, essa frente gera maiores oportunidades de negócios e fidelização dos lojistas. Alguns dos parceiros mais relevantes na frente digital (terceiros) são o “ifood”, “payface”, “WiFeed”, “Deconve”, “reviewr” e “inside the box”. A subsidiária do AJ Place foi transferida para o acionista controlador em abril de 2021.

Governança corporativa. O principal executivo e acionista controlador da companhia é o empresário Jaimes Almeida Junior. O executivo atua no mercado imobiliário desde o início de sua carreira. Ao longo dos seus anos de existência, a companhia passou por um amplo processo de profissionalização e aprimoramento da estrutura de governança corporativa. Além de ser uma sociedade de capital aberto na CVM, a Almeida Jr é auditada por empresas *big 4* desde 1994.

Principais drivers setoriais

Atualmente, o Brasil possui 692 shopping centers que somam um total de 17,7 milhões de metros quadrados de área bruta locável (ABL). Desse total, aproximadamente 54% estão localizados no Sudeste (~9,6 milhões m²). Olhando para a frente, o novo estoque projetado total é de 1,3 milhão de metros quadrados de shoppings que serão edificadas em cidades menores que ainda não possuem nenhum ativo, principalmente no Sudeste do país. Contudo, apenas parte do novo estoque tem previsão de inauguração (44% do total) – cerca de 554 mil metros quadrados devem ser concluídos até 2024. Esse número é bem menor se comparado ao momento de grande expansão vivido pelo setor no começo da década de 2010, período que chegou a registrar mais de 1,2 milhão de metros quadrados de entrega em apenas um único ano. Essa tendência já vinha se desenhando desde 2013, mas foi intensificada a partir do estopim da pandemia da Covid-19.

Evolução do número de shoppings vs. área bruta locável total

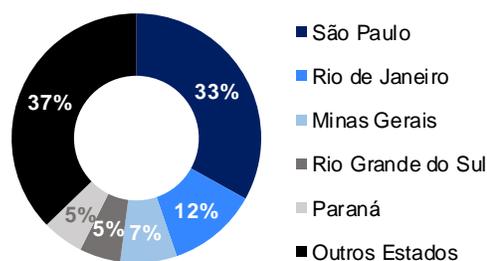


Fonte(s): Abrasce e Alshop.

A necessidade de estabelecer restrições para conter a contaminação pelo coronavírus foi extremamente prejudicial para o segmento de shopping centers, que chegou a registrar o fechamento de 100% dos imóveis por várias semanas. Mais recentemente, a aceleração no cronograma de vacinação contra a Covid-19 foi intensificada, o que gerou efeitos muito positivos na queda de novos casos e, consequentemente, melhora operacional dos shoppings centers, com um fluxo maior de pessoas voltando aos imóveis para fazer compras.

Olhando para a frente, acreditamos que a melhora operacional deve seguir conforme o cronograma de vacinação continue evoluindo. O setor de shopping centers proporciona uma das melhores experiências de compras, pois os clientes têm a possibilidade de fazer tudo em apenas um único local (*one-stop shop*) e, na nossa visão, uma das melhores formas de investir no varejo de forma resiliente, com exposição a diversos lojistas e baixo risco de vacância e crédito. Apesar da iminente concorrência com o *e-commerce*, os shoppings vêm desenvolvendo sua tecnologia com a implementação de plataformas de compras *online*, bem como a focalização de espaços para atender os consumidores de lazer, serviços e alimentação.

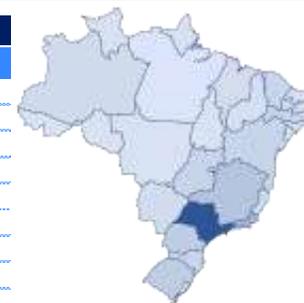
ABL atual por estado (%)



Fonte(s): Abrasce e Alshop.

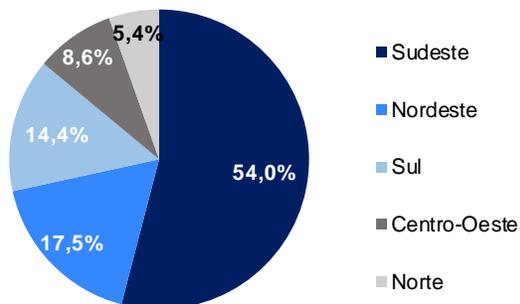
ABL atual por estado (m²)

ABL total (em milhares de m²)					
Estado	ABL	Estado	ABL	Estado	ABL
SP	6.184,8	CE	630,6	SE	165,2
RJ	2.215,7	DF	459,5	PI	159,6
MG	1.330,2	PA	453,4	AL	152,4
PR	1.083,4	AM	384,3	TO	96,1
RS	1.020,8	ES	345,1	MT	82,8
PE	751,8	PB	331,9	RR	60,0
BA	686,7	MS	320,4	AP	50,1
GO	675,8	MA	279,8	RO	43,7
SC	660,7	RN	213,4	AC	28,6

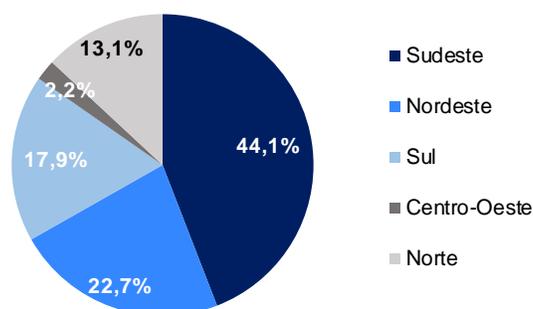


Fonte(s): Abrasce e Alshop.

Entregas de novas unidades. Do ponto de vista das regiões, o Sudeste do país continua sendo o foco dos incorporadores, representando 54% do estoque atual e 44% do novo estoque a ser adicionado nos próximos anos. No total, os cinco maiores estados da base (Sul e Sudeste) somam uma participação de 63% da ABL total do país. A concentração de ativos no Sudeste deve-se à maior densidade populacional e ao poder de consumo das famílias localizadas nos estados da região. A região Sul, apesar de ter uma população menor, possui indicadores dos indicadores socioeconômicos e de desenvolvimento social superiores à média nacional.

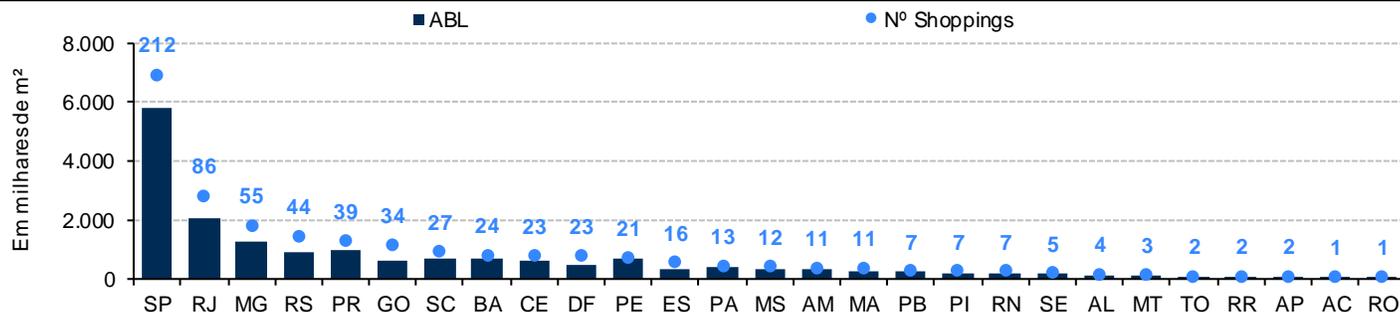
Estoque atual


Fonte(s): Abrasce e Alshop.

Novo estoque potencial


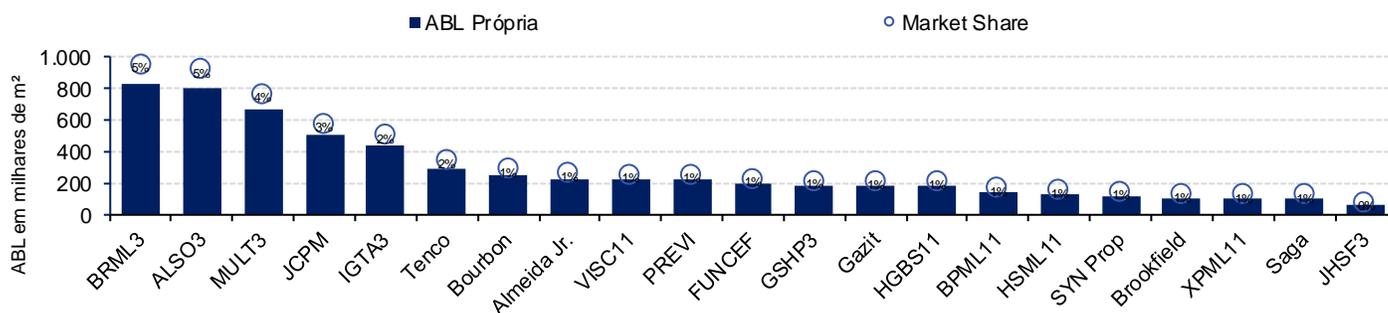
Fonte(s): Abrasce e Alshop.

Sobre o novo estoque, a previsão é que a entrega de novas áreas deve impulsionar ainda mais a participação das categorias regional e médio que já registram as maiores representatividades no estoque total. A expectativa é a entrada de 388 mil metros quadrados (77% da ABL prevista), principalmente em cidades que ainda não têm shoppings e que possuem uma população de até 300 mil habitantes, sem o risco de competir com ativos já maturados em outras cidades. No total, serão 22 novos shoppings até 2024, sendo 15 deles (~70%) focados em cidades com população menor, que podem atuar como ativos de ancoragem dos municípios satélites.

Número de shopping centers por estado


Fonte(s): Abrasce e Alshop.

Além disso, outro fator importante é a capacidade de expansão dos projetos atuais. Muitos ativos estão implementados em terrenos de grandes dimensões e, portanto, com capacidade para desenvolver e ampliar a ABL própria do shopping center. O movimento de expansão gera aumento da capacidade de atração e participação no mercado, minimizando a possível entrada de novos concorrentes nas proximidades do imóvel.

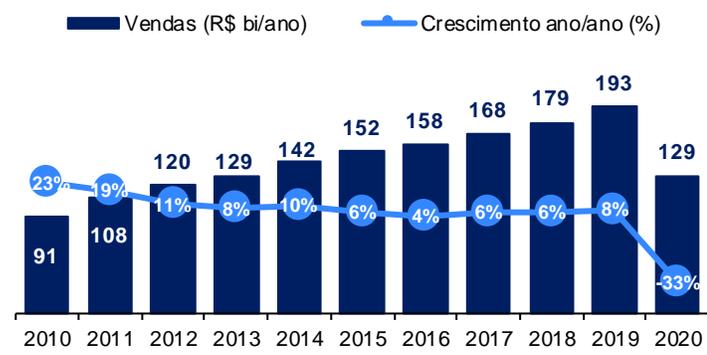
Principais players do mercado de shopping centers


Fonte(s): Abrasce, Alshop e companhias.

Covid-19: impactos e perspectivas. Os segmentos de varejo e serviço foram significativamente impactados durante a pandemia do coronavírus, em virtude da adoção de medidas de isolamento social. Em razão da facilidade de contágio da Covid-19 e da necessidade de restringir aglomerações em locais públicos, os governos municipais decretaram a suspensão temporária do funcionamento dos comércios e atividades não essenciais durante a pandemia, como, por exemplo, a suspensão integral da operação de 100% dos shopping centers durante os picos de contaminação do vírus, bem como a redução do horário de funcionamento em grande parte dos últimos 20 meses.

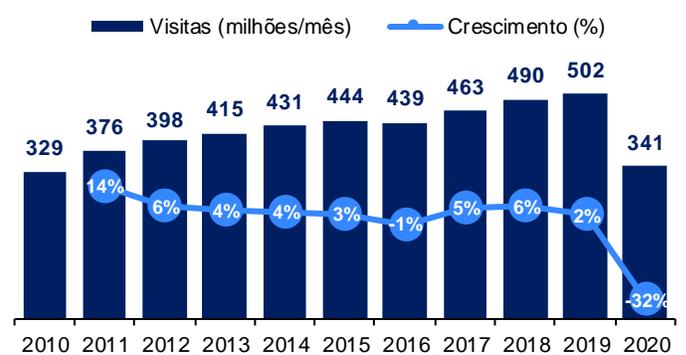
Assim, houve a necessidade dos proprietários e administradores atuarem de forma a manter os níveis de ocupação saudáveis e um mix de lojas atrativo para o público, principalmente em duas frentes: (i) estreitamento de relações e manutenção dos locatários, oferecendo descontos dos aluguéis cobrados, diferimentos no fluxo de caixa e isenção de taxas condominiais; e (ii) geração de receita alternativa, através da entrega de produtos via *drive-thru*, adaptação dos estacionamentos para receber cinemas *drive-in*, criação de espaços de *co-working* e criação de plataformas virtuais no formato *marketplace* dos próprios shoppings.

Vendas e crescimento nominal



Fonte(s): Abrasce.

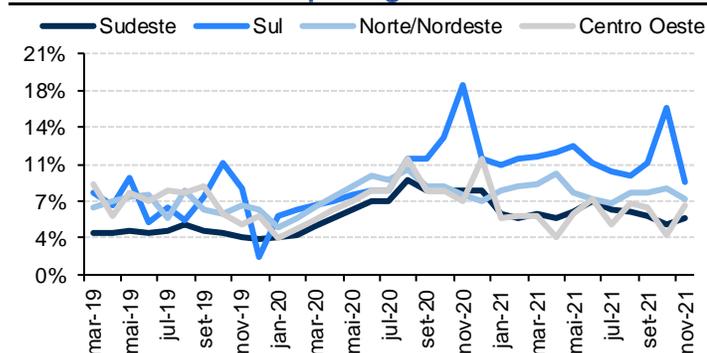
Fluxo médio de pessoas nos shoppings



Fonte(s): Abrasce.

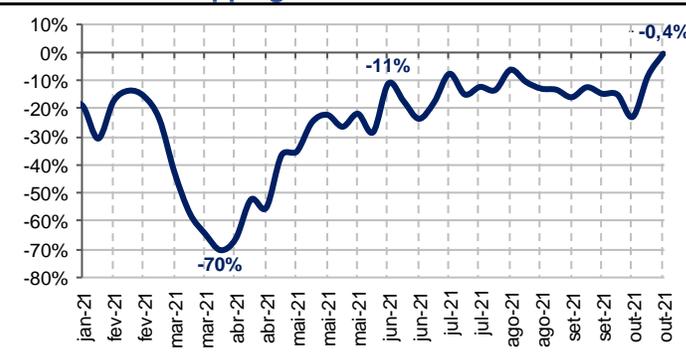
Com o tempo, entendendo melhor a dinâmica de contágio e as precauções que deveriam ser tomadas, em jun-20 foram criados protocolos sanitários que ajudaram os shoppings a serem reabertos. Nesse momento os empreendimentos voltaram a funcionar com horários restritos, obedecendo às exigências impostas pelos órgãos de vigilância sanitária. Já nesse momento foi possível notar melhoras graduais nos indicadores de vendas, no entanto, o consumo foi novamente impactado pela segunda onda de contaminação, ocorrida após o início do ano de 2021.

Histórico de vacância por região



Fonte(s): Abrasce e Silla.

Vendas em shoppings – 2021 vs. 2019

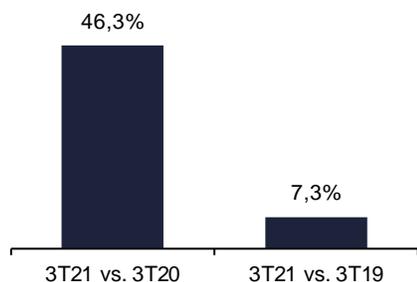


Fonte(s): Abrasce.

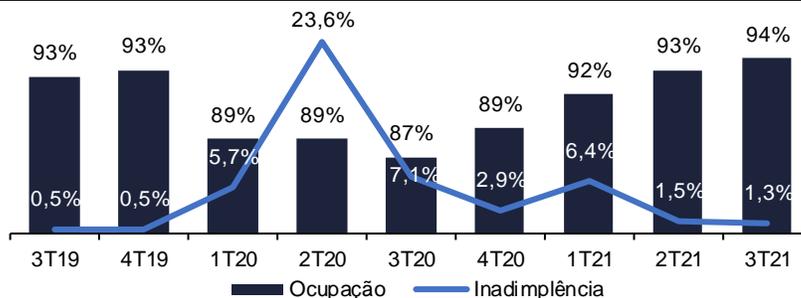
Quanto à taxa de vacância física dos shoppings, essa apresentou alta desde o início da pandemia, saindo de 6% para 8% no patamar atual. Mais recentemente, temos visto uma melhora importante na reabertura dos shoppings e na flexibilização das restrições impostas, em virtude da intensificação e aceitação da população do programa de vacinação no Brasil. O principal risco no curto-prazo é um eventual aumento do número de casos de COVID-19 e a implementação de novas políticas de isolamento.

Performance operacional

A receita operacional líquida da Almeida Jr atingiu R\$ 138 milhões no 9M21, 12,5% superior ao número reportado no 9M20 e praticamente estável quando comparada ao 9M19. O aumento ocorreu principalmente por causa do aumento da receita bruta de aluguel, que foi de R\$ 109 milhões no 9M21 (vs. R\$ 96 milhões no 9M21). A retomada da ocupação nos empreendimentos da companhia, a estratégia de otimização do *mix* de lojistas e a retomada nas vendas mais do que compensaram os efeitos da linearização dos descontos e abonos concedidos durante o ápice da pandemia. A vacância dos shoppings no 3T21 foi de 6%, quase metade da média reportada pelos shoppings da região Sul no período (11%). As vendas das mesmas lojas (SSS) aumentaram 7,3% no 3T21 (vs. 3T19). A receita bruta de estacionamento foi de R\$ 31 milhões no 9M21, superior ao número reportado em 9M20 (R\$ 23 milhões), mas ainda aquém do obtido em 9M19 (R\$ 36 milhões). Vale ressaltar que durante algumas semanas do 1S21, os shoppings operaram em horários específicos ou ficaram fechados por causa do isolamento social. As principais linhas de receita da Almeida Jr são aluguel (~70%) e estacionamento (~20%).

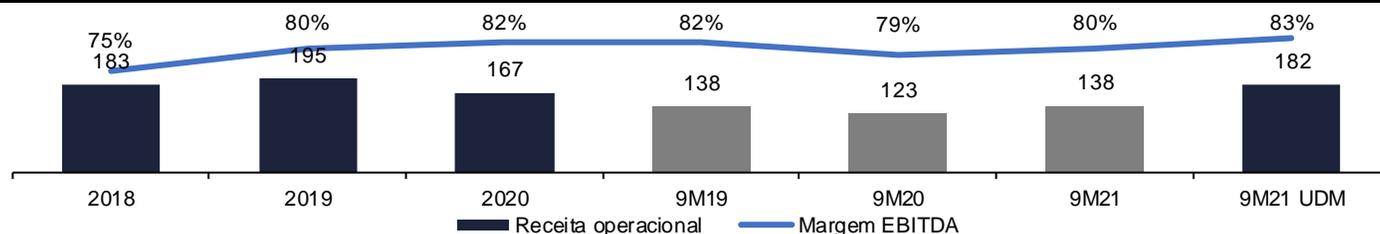
Vendas das mesmas lojas (SSS)


Fonte(s): Releases de resultados.

Evolução da ocupação e inadimplência (%)


Fonte(s): Releases de resultados.

Na nossa visão, a resiliência demonstrada em 2021 reforça a qualidade dos ativos da companhia. A margem EBITDA de 80-82% reportada nos últimos anos está em linha com a reportada por outros pares listados do setor de shopping centers (ex. BRML, ALSC e MULT). Considerando o forte movimento nos shoppings no 4T21, a receita líquida da Almeida Jr tende a terminar 2021 próxima de R\$ 220-230 milhões. Apesar dos números praticamente normalizados, um dos principais riscos no curto prazo é uma eventual retomada das medidas de isolamento social.

Evolução da receita e margem EBITDA (R\$ milhões)


Fonte(s): Releases de resultados e demonstrações financeiras. Nota(s): O EBITDA considera os ganhos e perdas com o valor justo de propriedades para investimentos.

Indicadores operacionais (R\$ milhões)

Resultados	2018	2019	2020	9M20	9M21	9M21 UDM
Receita operacional	183	195	167	123	138	182
Taxas de Administração	(8)	(8)	(6)	(5)	(6)	(7)
Custos operacionais	(8)	(8)	(7)	(4)	(6)	(8)
Prov. para perda esperada para risco de crédito (PERC)	(3)	(2)	(9)	(7)	1	(1)
Net Operating Income - NOI	164	177	145	107	128	165
Margem NOI	89%	91%	87%	87%	92%	91%
EBITDA	136	156	136	97	111	151
Margem EBITDA	75%	80%	82%	79%	80%	83%
Resultado Financeiro	(122)	(121)	(120)	(93)	(83)	(110)
Lucro Líquido	36	285	2	(5)	14	21
Funds from Operations - FFO	37	34	4	(5)	18	27
Margem FFO	20%	18%	3%	-4%	13%	15%
Fluxo de caixa	2018	2019	2020	9M20	9M21	9M21 UDM
EBITDA	136	156	136	97	111	151
Var. Capital de Giro	(20)	(4)	(53)	(42)	(7)	(18)
IR	(11)	(12)	(11)	(8)	(10)	(12)
Juros pagos	(21)	(127)	(46)	(39)	(61)	(69)
Fluxo de caixa operacional - FCO	84	13	27	8	33	51
Investimentos	(1)	(12)	(19)	(14)	(14)	(20)
FCO - Investimentos	83	3	6	(6)	19	32

Fonte(s): Releases de resultados e demonstrações financeiras. Nota(s): O EBITDA considera os ganhos e perdas com o valor justo de propriedades para investimentos.

Endividamento e liquidez

Em 30 de setembro de 2021 a dívida bruta da Almeida Jr atingiu R\$ 1,2 bilhões, praticamente estável desde 2019. Durante o ápice da pandemia a companhia realizou diversos exercícios de gerenciamento de passivos para reforçar seu caixa, alongar o perfil de sua dívida e reduzir seu custo. Ao todo, a Almeida Jr e suas subsidiárias realizaram 4 emissões de CRI (~R\$ 500 milhões). O prazo médio da dívida da companhia atingiu 10 anos no 3T21 (vs. ~7 anos no final de 2019). Toda a dívida da companhia é composta por CRI, o que reforça seu bom acesso ao mercado de capitais e instituições financeiras. A maior parte dos CRI da companhia é detida por diversos fundos imobiliários e instituições financeiras. Vale reforçar que a companhia não possui concentração relevante de vencimentos. Os CRI possuem, em sua grande maioria, amortizações e juros mensais.

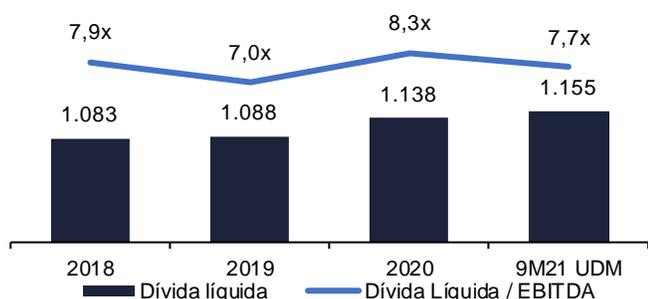
Métricas de endividamento e liquidez (R\$ milhões)

Balanco	2018	2019	2020	9M21 UDM
Dívida CP	88	59	20	21
Dívida LP	1.098	1.087	1.182	1.199
Dívida total	1.186	1.146	1.201	1.221
Caixa e equivalentes	103	58	63	65
Dívida líquida	1.083	1.088	1.138	1.155
Patrimônio Líquido	1.687	1.452	1.443	1.446

Índices financeiros	2018	2019	2020	9M21 UDM
Caixa / Dívida CP	1,2x	1,0x	3,2x	3,1x
EBITDA / Resultado Financeiro	1,1x	1,3x	1,1x	1,4x
Dívida Líquida / EBITDA	7,9x	7,0x	8,3x	7,7x
Dívida líquida / NOI	6,6x	6,2x	7,9x	7,0x
Dívida líquida / Patrimônio líquido	0,6x	0,7x	0,8x	0,8x

Fonte(s): Releases de resultados e demonstrações financeiras. Nota(s): O EBITDA considera os ganhos e perdas com o valor justo de propriedades para investimentos.

Independentemente do aumento temporário da dívida líquida / EBITDA durante o ápice da pandemia, as métricas de alavancagem da Almeida Jr são elevadas quando comparadas às de outros pares listados do setor. Apesar do histórico agressivo de expansão nos últimos anos, o valor líquido dos ativos da companhia (R\$ 4,2 bilhões, de acordo com laudos de consultores especializados – EY e JLL) é quase 4,0x superior à sua dívida líquida (R\$ 1,2 bilhão). No caso do Neumarkt, por exemplo, o valor do CRI 21I0801132 (R\$ 193 milhões) representa aproximadamente 25% do valor do empreendimento. Na nossa visão, o ritmo de crescimento da ABL das unidades existentes e a otimização do *mix* de locatários serão os principais *drivers* do ritmo de desalavancagem ao longo dos próximos trimestres.

Endividamento (R\$ milhões)


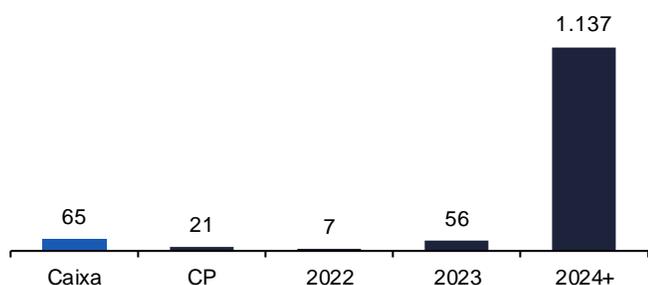
Fonte(s): Releases de resultados e demonstrações financeiras. Nota(s): O EBITDA considera ganhos e perdas com o valor justo de propriedades para investimento.

Valor dos ativos (R\$ milhões)

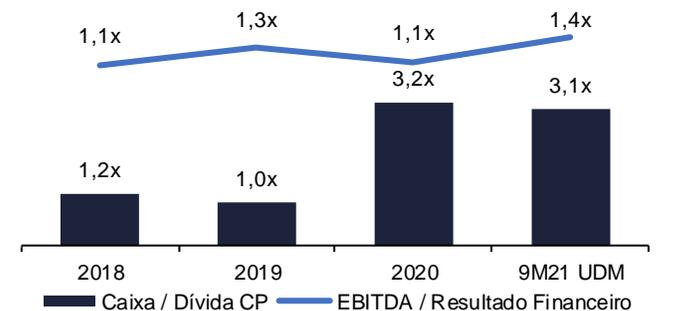
Shopping	Valor	Período
Neumarkt	794	dez-20
Balneário	1.359	dez-20
Garten	688	dez-20
Norte	511	dez-20
Continente	931	dez-20
Nações	498	dez-20
Total	4.780	
<i>Participação média da Almeida Jr</i>	<i>86,7%</i>	
Total - Almeida Jr	4.145	

Fonte(s): Releases de resultados. Nota(s): os laudos são elaborados pela EY e JLL

A posição de caixa da Almeida Jr era de R\$ 65 milhões no 3T21, montante suficiente para honrar obrigações financeiras até meados de 2023. Sua liquidez é relativamente confortável quando considerados o perfil diluído de amortização dos CRI e a geração de caixa previsível. Apesar da companhia sempre estudar oportunidades para expandir seu portfólio, consideramos que o *capex* tende a seguir controlado ao longo dos próximos anos (apenas expansões de pequeno e médio porte nas unidades existentes). Em um cenário de aperto de liquidez ou eventual necessidade de investimentos, a companhia tem a flexibilidade de reduzir a exposição de área locada de ancoras e megalojas e aumentar parte da área locada para lojas satélites. Além de reforçar a liquidez, essa estratégia tende a ser mais rentável para os operadores de shoppings (ex. melhor rentabilidade de receitas de aluguel e menores custos condominiais).

Perfil da dívida – 3T21 (R\$ milhões)


Fonte(s): Releases de resultados e demonstrações financeiras

Métricas de liquidez


Fonte(s): Releases de resultados e demonstrações financeiras

Obrigações da Almeida Jr (covenants)

As dívidas financeiras da Almeida Jr e controladas estão sujeitas ao cumprimento de *covenants* afirmativos e restritivos não padronizados. A violação das condições abaixo (mais relevantes) pode acarretar vencimento antecipado dos CRI e de outros passivos financeiros (eventos de inadimplemento).

1. Inadimplemento de qualquer obrigação financeira no mercado local ou internacional e/ou declaração de vencimento antecipado de quaisquer dívidas ou obrigações.
2. Distribuição de dividendos, pagamento de juros sobre o capital próprio ou quaisquer outros tipos de pagamentos aos seus acionistas, caso a companhia e suas subsidiárias estiverem em mora com quaisquer obrigações financeiras, exceto os dividendos e juros sobre o capital próprio obrigatórios por lei.
3. Manutenção do Índice de Cobertura de Serviços da Dívida (ICSD) mínimo de 1,10x, apurado trimestralmente, caso a dívida líquida for superior a R\$ 1,25 bilhões.
4. Manutenção da Dívida Líquida / EBITDA igual ou inferior a 4,75x, apurado trimestralmente, caso a dívida líquida for igual ou líquida for superior a R\$ 1,23 bilhões.
5. Cisão, fusão e incorporação da Almeida Jr, ou qualquer forma de reorganização societária envolvendo a companhia que resulte em uma mudança de controle.
6. Não há restrição de constituição de garantias reais em outras classes de dívida.

Principais características do(s) ativo(s) – 2110801132

Tipo de investidor	Qualificado
Código(s)	2110801132
Securizadora	RB Securizadora
Devedor(es)	Almeida Júnior Shopping Centers S.A.
Valor Total da Emissão	R\$ 193 milhões
Indexador	CDI+
Rating(s) na emissão	Não há
Rating(s) atual	Não há
Principais Garantia(s)	Alienação Fiduciária da fração ideal correspondente a 51% do Shopping Neumarkt Blumenau e Cessão Fiduciária de recebíveis, presentes e futuros, decorrentes da locação de espaços relacionados a 98% do Shopping Neumarkt Blumenau.
Data de Emissão	23-set-21
Vencimento Final	15-set-33
Pagamento de Juros	Mensal, sem carência.
Amortização do Principal	Mensal, a partir de 15-out-24.
Resgate Antecipado Facultativo	Sim, mediante pagamento de um prêmio flat de 2%.
Uso dos Recursos	Investimentos e pagamento de despesas futuras nos shoppings da companhia.

Fonte(s): Termo de securitização (Set-21) e agências de rating.

Disclaimer

O conteúdo dos relatórios não pode ser reproduzido, publicado, copiado, divulgado, distribuído, resumido, extraído ou de outra forma referenciado, no todo ou em parte, sem o consentimento prévio e expresso do BTG Pactual digital. Nossas análises são baseadas em informações obtidas junto a fontes públicas que consideramos confiáveis na data de publicação, dentre outras fontes. Na medida em que as opiniões nascem de julgamentos e estimativas, estão naturalmente sujeitas a mudanças. O conteúdo dos relatórios é gerado consoante as condições econômicas, de mercado, entre outras, disponíveis na data de sua publicação, de modo que as conclusões apresentadas estão sujeitas a variações em virtude de uma gama de fatores sobre os quais o BTG Pactual digital não tem qualquer controle. Cada relatório somente é válido na sua respectiva data, sendo que eventos futuros podem prejudicar suas conclusões. Rentabilidade obtida no passado não representa garantia de rentabilidade futura. O BTG Pactual digital não assume nenhuma responsabilidade em atualizar, revisar, retificar ou anular tais relatórios em virtude de qualquer acontecimento futuro.

Nossos relatórios possuem caráter informativo e não representam oferta de negociação de valores mobiliários ou outros instrumentos financeiros em qualquer jurisdição. As análises, informações e estratégias de investimento têm como único propósito fomentar o debate entre os analistas do BTG Pactual digital e os seus clientes. O BTG Pactual digital ressalta que os relatórios não incluem aconselhamentos de qualquer natureza, como legal ou contábil. O conteúdo dos relatórios não é e nem deve ser considerado como promessa ou garantia com relação ao passado ou ao futuro, nem como recomendação para qualquer fim. Cada cliente deve, portanto, desenvolver suas próprias análises e estratégias.

As informações disponibilizadas no conteúdo dos relatórios não possuem relação com objetivos específicos de investimento, situação financeira ou necessidade particular de qualquer destinatário específico, não devendo servir como única fonte de informações no processo decisório do investidor que, antes de decidir, deverá realizar, preferencialmente com a ajuda de um profissional devidamente qualificado, uma avaliação minuciosa do produto e respectivos riscos face a seus objetivos pessoais e à sua tolerância a risco. Portanto, nada nos relatórios constitui indicação de que a estratégia de investimento ou potenciais recomendações citadas são adequadas ao perfil do destinatário ou apropriadas às circunstâncias individuais do destinatário e tampouco constituem uma recomendação pessoal.

Os produtos e serviços mencionados nos relatórios podem não estar disponíveis em todas as jurisdições ou para determinadas categorias de investidores. Adicionalmente, a legislação e regulamentação de proteção a investidores de determinadas jurisdições podem não se aplicar a produtos e serviços registrados em outras jurisdições, sujeitos à legislação e regulamentação aplicável, além de previsões contratuais específicas.

O recebimento do conteúdo dos relatórios não faz com que você esteja automaticamente enquadrado em determinadas categorias de investimento necessárias para a aplicação em alguns produtos e serviços. A verificação do perfil de investimento de cada investidor deverá, portanto, sempre prevalecer na checagem dos produtos e serviços aptos a integrarem sua carteira de investimentos, sendo certo que nos reservamos ao direito de eventualmente recusarmos determinadas operações que não sejam compatíveis com o seu perfil de investimento.

O Banco BTG Pactual S.A. mantém, ou tem a intenção de manter, relações comerciais com determinadas companhias cobertas nos relatórios. Por esta razão, os clientes devem estar cientes de eventuais conflitos de interesses que potencialmente possam afetar os objetivos dos relatórios. Os clientes devem considerar os relatórios apenas como mais um fator no eventual processo de tomada de decisão de seus investimentos.

O Banco BTG Pactual S.A. confia no uso de barreira de informação para controlar o fluxo de informação contida em uma ou mais áreas dentro do Banco BTG Pactual S.A., em outras áreas, unidades, grupos e filiais do Banco BTG Pactual S.A.. A remuneração do analista responsável pelo relatório é determinada pela direção do departamento de pesquisa e pelos diretores seniores do BTG Pactual S.A. (excluindo os diretores do banco de investimento). A remuneração do analista não é baseada nas receitas do banco de investimento, entretanto a remuneração pode ser relacionada às receitas do Banco BTG Pactual S.A. como um todo, no qual o banco de investimento, vendas e trading (operações) fazem parte.

O BTG Pactual digital não se responsabiliza assim como não garante que os investidores irão obter lucros. O BTG Pactual digital tampouco irá dividir qualquer ganho de investimentos com os investidores assim como não irá aceitar qualquer passivo causado por perdas. Investimentos envolvem riscos e os investidores devem ter prudência ao tomar suas decisões de investimento. O BTG Pactual digital não tem obrigações fiduciárias com os destinatários dos relatórios e, ao divulgá-los, não apresenta capacidade fiduciária.

O BTG Pactual digital, suas empresas afiliadas, subsidiárias, seus funcionários, diretores e agentes não se responsabilizam e não aceitam nenhum passivo oriundo de perda ou prejuízo eventualmente provocado pelo uso de parte ou da integralidade do conteúdo dos relatórios.

Certificação dos analistas: Cada analista da área de Análise & Research primariamente responsável pelo conteúdo desse relatório de investimentos, total ou em parte, certifica que: i) Todos os pontos de vista expressos refletem suas opiniões e pontos de vista pessoais sobre as ações e seus emissores e tais recomendações foram elaboradas de maneira independente, inclusive em relação ao BTG Pactual S.A. e / ou suas afiliadas, conforme o caso. ii) nenhuma parte de sua remuneração foi, é ou será, direta ou indiretamente, relacionada a quaisquer recomendações ou opiniões específicas aqui contidas ou relacionadas ao preço de qualquer valor mobiliário discutido neste relatório.

Parte da remuneração do analista é proveniente dos lucros do Banco BTG Pactual S.A. como um todo e/ou de suas afiliadas e, conseqüentemente, das receitas oriundas de transações realizadas pelo Banco BTG Pactual S.A. e / ou suas afiliadas.

Quando aplicável, o analista responsável por este relatório e certificado de acordo com as normas brasileiras será identificado em negrito na primeira página deste relatório e será o primeiro nome na lista de assinaturas.

O Banco BTG Pactual S.A., atuou como coordenador-líder ou coordenador de uma oferta pública dos ativos de emissão de uma ou mais companhias citadas neste relatório nos últimos 12 meses. Também atua como formador de Mercado de ativo de emissão de uma ou mais companhias citadas neste relatório.

Para obter um conjunto completo de disclosures associadas às empresas discutidas neste relatório, incluindo informações sobre valuation e riscos, acesse www.btgpactual.com/research/Disclaimers/Overview.aspx