

Planejamento, implantação e assessoria de **centros comerciais**

Do estudo de viabilidade à assessoria na operação, conduzido pelos sócios — com a visão de quem dirigiu shopping centers por mais de 20 anos.

SHOPPING CENTERS · STRIP MALLS · POWER CENTERS E OUTLETS · ÁREAS COMERCIAIS EM COMPLEXOS · GALERIAS DE SUPERMERCADO

Uma empresa de sócios, com visão de quem operou shopping centers

A Ultra planeja, comercializa e assessora centros comerciais. Fomos criados por profissionais que passaram mais de duas décadas dentro de grandes empresas de shopping centers — e que sabem, por experiência, o que faz um empreendimento dar certo depois da inauguração.

Quem conversa com você é quem faz o trabalho. Atuamos em todo o Brasil, com ética, transparência e foco nos objetivos do empreendedor.



Cesar Garbin

Sócio

Mais de 20 anos como Diretor de Operações em shopping centers: Iguatemi (11 anos), Sonae Sierra Brasil (9) e 5R Shopping Centers (7). Responsável direto pelos resultados dos shoppings, participou de expansões e inaugurações em todo o país. Especialista em planejamento, gestão, comercialização e marketing.

- Administrador de Empresas
- Seminários ICSC (Las Vegas, Chicago, NRF Nova York), GRI, ABRASCE e ALSHOP

[LinkedIn →](#)



Eduardo Gomes

Sócio

Mais de 20 anos no setor: 10 anos como head de TI e planejamento do Grupo Iguatemi e 14 anos como diretor da Intermart/Austin Associados e da Semma Empresa de Shopping Centers.

- MBA BSP (São Paulo/Toronto); Administração (Mackenzie); Engenharia (FEI)
- Professor convidado da pós em Shopping Centers da FAAP e professor ABRASCE
- Consultor internacional pela Guidepoint Global

[LinkedIn →](#)

Como trabalhamos

Sócios em cada projeto

Do primeiro estudo à entrega final, sem repassar o trabalho.

Visão de operador

Planejamos pensando em como o empreendimento vai funcionar, ocupar e vender.

Independência

Recomendamos o que os números mostram — inclusive quando a resposta é não seguir.

Associada colaboradora da ABRASCE

Conectados ao que há de mais atual no setor de shopping centers.

Do terreno vazio ao shopping em operação

Atendemos quem precisa decidir com segurança sobre um centro comercial — antes, durante e depois da inauguração.



Proprietários de terreno ou imóvel

Querem saber se o terreno comporta um centro comercial, de que tamanho e com quais lojas.



Incorporadores e construtoras

Precisam definir o térreo comercial, o mix e o retorno antes de lançar o empreendimento.



Investidores e fundos

Precisam de um estudo independente para decidir, captar recursos ou negociar um ativo.



Instituições com área disponível

Hospitais, cooperativas, universidades e clubes que querem gerar receita e serviços com uma área comercial integrada.



Shopping centers e centros comerciais em operação

Vacância alta, vendas abaixo do potencial ou custos elevados: diagnóstico, reposicionamento ou assessoria.



Supermercados e redes de varejo

Querem aproveitar a área ao redor da loja com uma galeria comercial que gere receita e movimento.

COMO ACOMPANHAMOS O EMPREENDIMENTO

Do planejamento à implantação — e depois dela

A mesma equipe em todo o ciclo: quem planeja é quem comercializa e implanta.

1

Planejamento

Book de Decisão: mercado, mix, áreas e viabilidade em até 40 dias.

2

Implantação

Comercialização das lojas e implantação administrativa, até a inauguração.

3

Operação

Assessoria em administração, diagnóstico, reposicionamento, valuation e M&A.

Book de Decisão

Estudo de mercado, planejamento de mix e viabilidade econômico-financeira em um único documento, **em até 40 dias**.

Para quem vai investir em um shopping, strip mall ou centro comercial e precisa decidir com segurança — e convencer sócios, bancos e investidores.



As 5 perguntas que o Book responde

1. Vale a pena fazer?

Potencial de consumo, concorrência e capacidade do mercado — com recomendação clara: seguir, ajustar ou não seguir.

2. De que tamanho?

Quadro de áreas com a ABL recomendada e sua divisão por tipo de operação.

3. Com quais lojas e serviços?

Mix recomendado e valores de aluguel praticáveis por m².

4. Quanto custa e quanto rende?

Fluxo de caixa mês a mês por 12 anos, TIR, valor presente e payback.

5. Qual é o risco?

Testes com obra mais cara e aluguel mais baixo, vacância máxima suportável e valor do ativo em uma venda futura.

Em até 40 dias

Um único documento para levar a sócios, comitês, bancos, investidores e futuras lojas âncora.

Como funciona: até 40 dias, em 4 etapas

DIAS 1 A 10

Alinhamento e mapeamento do mercado e do potencial de consumo.

DIAS 11 A 20

Visita técnica dos sócios ao local e à concorrência.

DIAS 21 A 32

Definição de áreas e mix, e modelagem financeira de 12 anos com testes de risco.

DIAS 33 A 40

Consolidação do Book e apresentação dos resultados.

O prazo conta a partir do recebimento das informações do projeto. Para shoppings regionais e projetos com mais de uma área de influência, o prazo é definido na proposta.

O que você recebe

- O Book de Decisão: mercado, mix, áreas e viabilidade em um documento executivo.
- Guia do investidor: leitura simplificada dos indicadores e respostas às perguntas de sócios, bancos e auditores.
- Briefing para o arquiteto: programa de áreas validado comercialmente.
- Visita técnica dos sócios ao local e à concorrência.
- Apresentação dos resultados a sócios, diretoria ou comitê de investimentos.
- Até 2 rodadas de ajuste de premissas após a apresentação.

Planejar antes de projetar

Um centro comercial é, antes de tudo, um negócio de varejo: só se sustenta se as lojas venderem. Por isso o planejamento começa pelo mercado — quem mora e circula no entorno, quanto gasta, o que falta na região — e só depois chega à arquitetura e à obra.

1

Mercado

Área de influência por tempo de deslocamento, renda, potencial de consumo e concorrência.

2

Mix e áreas

Quais lojas e serviços a região comporta, em que tamanho e posição.

3

Layout comercial

Quadro de áreas e briefing para o arquiteto, ou revisão da planta existente.

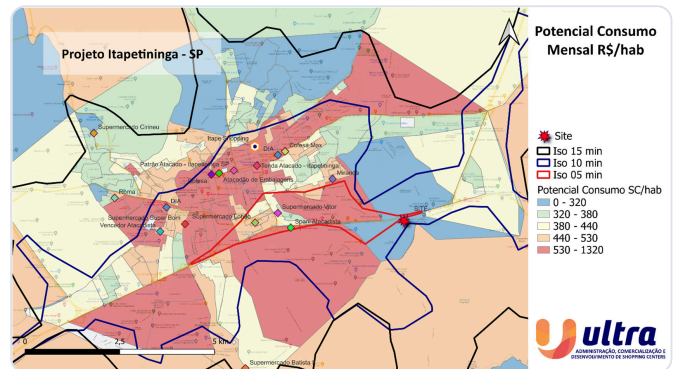
4

Viabilidade

Investimento, receitas, custos e retorno, mês a mês, por 12 anos.

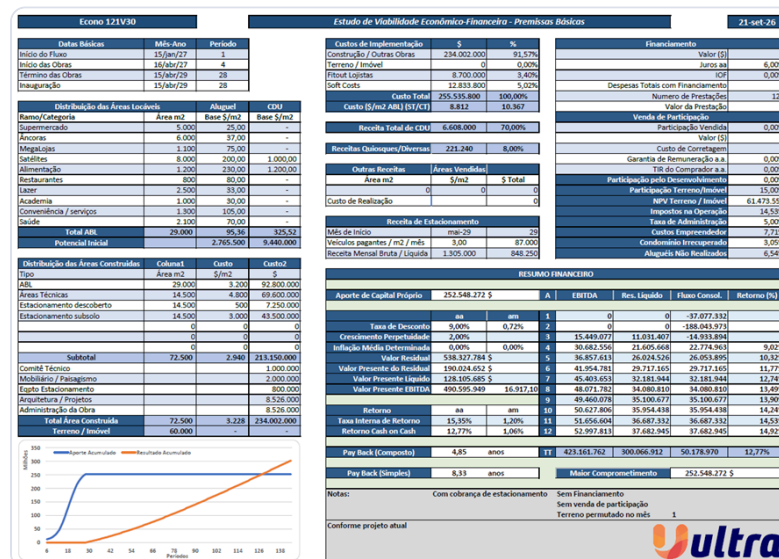
Estudo de mercado e geomarketing

- **Áreas de influência por isócronas**, com base no tempo real de deslocamento e nos setores censitários.
- **Radiografia sociodemográfica**: população, domicílios, crescimento, densidade e renda (IBGE).
- **Potencial de consumo** por segmento de produtos e serviços.
- **Modelagem de vendas** (modelos MCI e Huff) para shoppings, strip malls e outlets.
- **Visita técnica dos sócios** ao comércio local e à concorrência.



Exemplo de mapa de potencial de consumo por isócronas.

Viabilidade econômico-financeira



Primeira página do simulador: premissas básicas e resumo financeiro.

Um simulador de negócios específico para centros comerciais, com fluxo de caixa mensal de 144 meses, para testar cenários de mercado e diferentes estruturas de investimento — capital próprio, cessão de direito de uso, venda de participação, financiamento e fundos imobiliários.

- **Aportes no tempo**: capital próprio e de terceiros necessários, mês a mês.
- **Retorno**: valor presente líquido, taxa interna de retorno e payback.
- **Valor do negócio**: valor presente operacional e testes de risco.

Cada formato pede uma conta diferente

O que funciona em um shopping regional pode dar errado em um strip mall de bairro. Por isso começamos pelo terreno e pelo mercado ao redor dele — e só depois escolhemos o formato, o tamanho e as lojas certas.



Shopping centers

Novos empreendimentos e expansões, de shoppings de vizinhança a regionais.



Strip malls e centros de conveniência

Formato aberto, de menor custo, ideal para bairros e cidades médias.



Power centers e outlets

Grandes âncoras de destino e centros de marcas com preços diferenciados.



Áreas comerciais em complexos

Comércio e serviços integrados a hospitais, empreendimentos multiuso e térreos de residenciais.



Galerias de supermercado

Mais receita e movimento com os espaços ao redor da loja principal.

Ainda não sabe qual formato?

Conte o que você tem. Um sócio indica por onde começar.

[Avaliar meu projeto](#)

O setor em números

658

shoppings em operação no Brasil

R\$ 200,9 bi

de faturamento em 2025 (+1,2%)

18,3 mi m²

de área bruta locável

124,8 mil

lojas

471 mi

visitas por mês

1,08 mi

empregos diretos

43% dos shoppings estão em cidades com até 500 mil habitantes, e **35%** estão integrados a complexos multiuso — mercados em que o porte e o mix certos fazem ainda mais diferença.

Fonte: Abrasce, Perfil do Setor Shopping Centers 2025 (censo divulgado em fevereiro de 2026).

Do planejamento à inauguração

Um centro comercial bem planejado ainda precisa ser ocupado pelas lojas certas e estar pronto para funcionar no primeiro dia. Na Ultra, a mesma equipe que planejou conduz a comercialização e a implantação administrativa — sem perder no caminho nada do que foi estudado.

O mix estudado vira o mix ocupado

Categorias, áreas e valores do Book são a base da tabela de comercialização.

Um único interlocutor

Do primeiro estudo à inauguração, com a estratégia preservada.

Comercialização

Transforma o planejamento em contratos assinados — nos empreendimentos que planejamos e em centros comerciais em operação que precisam reduzir a vacância.

- **Estruturação comercial:** tabela de locação e de cessão de direito de uso, condições e CRD.
- **Operadores indicados** para cada espaço: varejo, alimentação, serviços, saúde e lazer.
- **Prospecção** de âncoras, redes, franqueados e lojistas locais.
- **Negociação** sempre na defesa dos interesses do empreendedor.
- **Marketing** de comercialização e de lançamento.
- **Comitê gestor das locações**, com cronograma, metas e relatórios.

Implantação administrativa

Entre a obra e a inauguração, o empreendimento ganha regras, equipe, contratos e rotinas.

- **Estrutura jurídica:** convenção de condomínio, normas gerais das locações, regimento interno, estatuto da associação de lojistas e modelos de contrato.
- **Rateio de despesas:** tabela de CRD e orçamento condominial.
- **Estrutura de gestão:** organograma, equipe e contratação de limpeza, segurança, manutenção e estacionamento.
- **Sistemas e controles:** gestão financeira, faturamento, cobrança e relatórios.
- **Apoio às lojas** e preparação da inauguração.

E depois da inauguração? A gestão passa para a equipe do empreendedor ou para a administradora escolhida, com transferência de conhecimento. Se desejar, a Ultra continua ao lado com a assessoria em administração.

Para o seu centro comercial render mais

Vacância alta, vendas abaixo do potencial, custos elevados ou necessidade de reposicionamento: atuamos com a visão de quem já esteve do lado da operação.

Assessoria em administração

A gestão do dia a dia continua com a sua equipe. A Ultra atua ao lado dela: diagnóstica, orienta, define prioridades e acompanha os resultados nas áreas financeira, comercial, operacional e de marketing — transferindo método e conhecimento dos grandes grupos do setor.

- Planejamento estratégico de longo prazo.
- Redução da vacância e aprimoramento do tenant mix.
- Manuais, procedimentos e rotinas de governança.
- Redução de custos operacionais.
- Sistema de BI com os principais indicadores.
- Valorização patrimonial do empreendimento.

Diagnóstico operacional

Estabelece o real potencial do empreendimento em fluxo, vendas, receitas e resultados, compara com o desempenho atual e entrega um plano de ação. Analisa os aspectos mercadológico, de marketing, comercial, operacional, administrativo-financeiro, orçamentário e estratégico.

Reposicionamento e reestruturação de ABL

Nova estratégia de mix, comercialização e marketing para aumentar público e vendas — e nova vocação para áreas vagas ou subutilizadas, do estudo de vocação à implantação dos novos espaços.

Planejamento de expansão

A mesma metodologia dos projetos novos: estudo de mercado, layout comercial e viabilidade das novas áreas.

Reestruturação de CRD

Rateio de despesas condominiais equilibrado, com menos condomínio não recuperado, análise de impacto por operador e implantação faseada.

Seu centro comercial pode render mais?

Converse 30 minutos com um sócio, sem custo, e entenda por onde começar.

[Agendar uma conversa](#)

Valuation e M&A

Vai vender ou comprar participação em um shopping, ou negociar um terreno em permuta? Antes de qualquer conversa com investidores, é preciso saber quanto o ativo vale, o que pode aumentar esse valor e como conduzir a negociação.

Valuation: quanto vale o seu empreendimento

A avaliação determina o real valor do negócio para transações de compra e venda de participações ou para registro contábil. Usamos o método de fluxo de caixa descontado, projetado por 12 anos a partir da situação atual, do potencial de crescimento e das possibilidades de expansão, e descontado em diferentes taxas para mostrar o valor econômico do empreendimento.

Estado físico do empreendimento e fluxo de caixa atual

Análise mercadológica, concorrencial e de riscos

Potencial de crescimento, expansão e maximização de resultados

M&A: do mapeamento de investidores ao fechamento

Atuamos em todas as etapas, buscando a melhor solução para as partes — na compra ou venda de participação em um shopping ou na permuta de um terreno para um novo empreendimento.

1

Preparação

- Objetivos dos acionistas
- Visão do mercado e do setor
- Avaliação econômico-financeira
- Estratégia de negociação

2

Apresentação e investidores

- Book de apresentação do ativo
- Material para road show
- Mapeamento de investidores estratégicos e financeiros, no Brasil e no exterior

3

Negociação e fechamento

- Memorando de entendimentos (MOU)
- Estruturação dos termos
- Contratos societários e acordo de acionistas
- Fechamento da transação

CLIENTES

Quem já trabalhou com a Ultra

Empreendimentos, incorporadoras, investidores e grupos empresariais atendidos pelos sócios da Ultra em diferentes regiões do Brasil.

- Americana Shopping – SP
- Aurora Shopping – Londrina
- BentCare – Franca – SP
- BioPark – Toledo
- Cadete & Gazzinelli Incorporadora
- Cal Center II – São Paulo
- Calfer Empreendimentos – SJRP
- Capital Ville – Cajamar
- CCR – Metrô SP
- Cidade Verde Shopping – Parnamirim
- CMGO / URBESC – Porto Belo
- Comercial Nagoya – Pedreira
- Costa do Sauípe Resorts
- D'Agostini Investimentos Imobiliários
- DM Empreendimentos Comerciais
- Fortesec – Ingleses Beach Shopping
- Granja Marileusa (Algar)
- Grupo Bandeirantes
- Grupo Di Bello – Mogi das Cruzes
- Grupo Marbor – Vila Hélió
- Grupo I. Riedi – Toledo – PR
- Grupo Vigorito – ABC Mall
- GSAEPO – Armazém 356 – BH
- Independência Center – Ribeirão Preto
- Ingleses Beach Park
- Invescon – Curitiba
- Javé Construções e Incorporações
- Mazza Empreendimentos Imobiliários
- Meridien Investimentos Imobiliários – RN
- Mitre Realty
- MNGT Participações
- Novus Ventus Participações – PR
- Paço das Águas – Poços de Caldas
- Pato Branco Shopping – PR
- Paysage – SM3 Umuarama
- Petroluz – MT
- Pirassununga Shopping Mall
- Projeto Alvorada Shopping
- Real Ville – MG
- RiloCenter – Guarujá
- Rio Quente Resorts
- Rua da Praia Shopping – Porto Alegre
- Shopping Cerrado – Goiânia
- Shopping Punta Blu – Bombinhas
- SPANI – Grupo Zaragoza
- Tekora Desenvolvimento e Engenharia
- Threel Participações
- Unimed
- Vegus Construtora e Incorporadora
- Vilhena Cidade Verde
- Villa São Pedro – Jandira
- Villa Viseu – Uberlândia
- Zopone Engenharia – Bauru

VAMOS CONVERSAR?

Tem um terreno, um projeto ou um centro comercial que pode render mais?

Conte em poucas linhas o que você tem e o que precisa decidir. Um dos sócios retorna em até 2 dias úteis para uma conversa inicial de 30 minutos, sem custo e sem compromisso.

[Avaliar meu projeto](#)

[Conhecer o Book de Decisão](#)

(11) 5286-4986

contato@ultra.adm.br

www.ultra.adm.br

