

Hedge Brasil Shopping FII

HGBS11



Foto: Shopping Capim Dourado

AGOSTO DE 2025

Relatório Gerencial



SUMÁRIO NAVEGÁVEL	pág.
OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS	3
MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING	5
PRINCIPAIS DESTAQUES	6
DESEMPENHO DO FUNDO	8
CARTEIRA DE INVESTIMENTOS	12
SHOPPING JARDIM SUL	14
SHOPPING PENHA	16
SHOPPING WEST PLAZA	18
MOOCA PLAZA SHOPPING	20
CAPIM DOURADO SHOPPING	22
TIVOLI SHOPPING CENTER	24
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING	26
BOULEVARD SHOPPING BAURU	28
SHOPPING VILLALOBOS	30
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA	32
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA	34
I FASHION OUTLET	36
SUZANO SHOPPING	38
PARTAGE SANTANA SHOPPING	40
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER	42
FRANCA SHOPPING	44
SHOPPING PARQUE D. PEDRO	46
FLORIPA SHOPPING	47
GRAND PLAZA SHOPPING	48
VIA PARQUE SHOPPING	49
GLOSSÁRIO	50
DOCUMENTOS	51



Clique no **ícone** no lado superior direito para retornar ao menu.



OBJETIVO DO FUNDO

O **Hedge Brasil Shopping FII** tem como objetivo auferir rendimentos pela aquisição e exploração comercial de participações em shopping centers construídos e em operação com pelo menos 15.000 m² de área bruta locável (ABL), localizados em regiões com área de influência de, no mínimo, 500 mil habitantes e administrados por empresas especializadas, atuando de forma ativa na gestão da carteira de investimentos.

INFORMAÇÕES GERAIS

COTA PATRIMONIAL R\$ 21,55	INÍCIO DAS ATIVIDADES Novembro de 2006
COTA DE MERCADO R\$ 19,12	ADMINISTRADORA Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.
VALOR DE MERCADO R\$ 2,5 bi	GESTORA Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.
QUANTIDADE DE COTAS 129.133.010	TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão) 0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas
QUANTIDADE DE COTISTAS 133.915	TAXA DE PERFORMANCE Não há
ABL PRÓPRIA ¹ 245,4 mil m²	OFERTAS CONCLUÍDAS Dez emissões de cotas realizadas
	CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO HGBS11
	TIPO ANBIMA FII Renda Gestão Ativa – Shoppings
	PRAZO Indeterminado
	PÚBLICO-ALVO Investidores em geral
	RATING brAA+ atribuído pela S&P Global Ratings Brasil (link)

FAÇA PARTE DO NOSSO MAILING



Cadastre-se

Cadastre-se para receber por e-mail informações do Fundo como relatórios gerenciais, fatos relevantes e outras publicações.

RELAÇÃO COM INVESTIDORES

Para comentários, críticas e sugestões, mande e-mail para ri@hedgeinvest.com.br.



¹ Para efeitos deste relatório, os investimentos nos shoppings Parque D. Pedro, West Plaza, Floripa, Grand Plaza e Via Parque por meio dos fundos HPDP11, PQDP11, WPLZ11, FLRP11, ABCP11 e FVPQ11, respectivamente, são considerados ativos imobiliários.

Fonte: Hedge / Administradoras dos shoppings / Economática; Data base das informações: 29/08/2025.

ESG NO HEDGE BRASIL SHOPPING

Em continuação aos relatórios anteriores e reiterando o comprometimento com os pilares do ESG, trazemos uma atualização das principais ações realizadas recentemente sobre o tema, tanto a nível dos ativos quanto a nível da gestora e Fundo.



E

Environmental (Ambiental)



S

Social (Social)



G

Governance (Governança)

Taxa de reciclagem

Demonstrando o compromisso contínuo com práticas sustentáveis e a melhoria constante dos processos ambientais, o Shopping Parque Dom Pedro alcançou uma das mais expressivas taxas de reciclagem do nosso portfólio, atingindo 98% no acumulado de 2025, até julho deste ano.



Espaço Pétala: Um refúgio para Neurodiversidade

A iniciativa pioneira do Boulevard Bauru, ao inaugurar o primeiro espaço sensorial para atender pessoas com transtorno do espectro autista e outras síndromes em um shopping center no Brasil, divulgado na seção ESG do [relatório de março/24](#), ganha ainda mais relevância com a recente [Lei nº 18.183/2025](#), que torna obrigatória a instalação de espaços como esse em shoppings de São Paulo.

Além do Espaço Pétala, o empreendimento realiza eventos especialmente pensados para esse público, reforçando o compromisso de criar um shopping inclusivo, humano e acolhedor. Até o momento o espaço já recebeu 2.300 visitas.

Projeto Oportunidades Especiais

De 16 a 30 de agosto, o Shopping Praça da Moça recebeu o Projeto Oportunidades Especiais, disponibilizando um quiosque com estrutura acessível no Piso Araucária. A iniciativa visou conectar pessoas com deficiência física, visual, auditiva ou intelectual a grandes empresas do Brasil, facilitando o acesso a vagas de trabalho afirmativas.

No quiosque, os candidatos puderam utilizar um computador para fazer o cadastro de suas informações, além de contar com uma área destinada à entrega de currículos. A iniciativa também ofereceu atendimento humanizado e especializado, garantindo um suporte adequado durante todo o processo.



Natal Solidário: Compartilhando Sorrisos e Esperança

O Tivoli Shopping foi reconhecido no [prêmio ABRASCE 2025](#), na categoria 'Ações de Natal', por promover, pelo 3º ano consecutivo, sua [campanha de arrecadação e distribuição de brinquedos](#). A campanha anual, que já havia sido destaque na seção ESG do [relatório de dezembro/23](#) em edição anterior, teve um alcance ainda maior e arrecadou cerca de 1.500 brinquedos destinados a crianças de 10 bairros de alta vulnerabilidade.



MERCADO DE SHOPPING CENTERS

MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em julho, o mercado de shoppings brasileiro apresentou crescimento de 2,2% nas vendas quando comparado ao mesmo mês de 2024, em termos nominais. Já em termos reais, ou seja, levando-se em consideração a inflação no período, houve uma retração de 2,9%. Considerando o acumulado de 2025, temos um crescimento nominal de vendas de 2,0% vs. o mesmo período de 2024.

Abaixo, trazemos as variações do faturamento do setor comparado com os anos anteriores, em termos reais e nominais.

Variação das vendas do setor vs. ano anterior

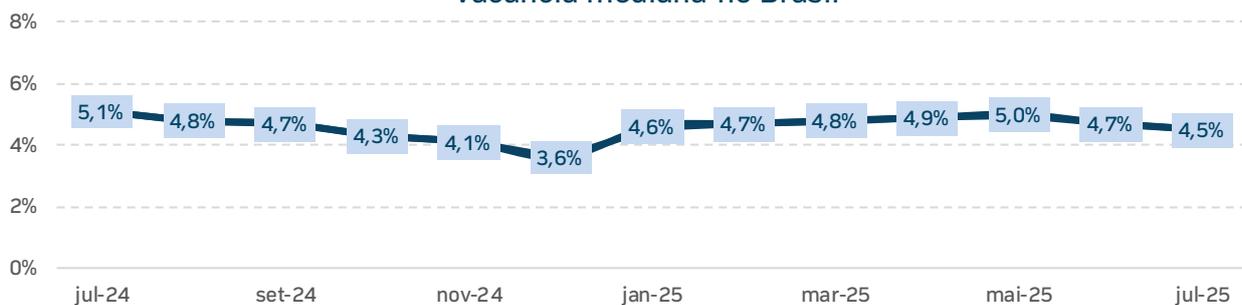


Fonte: Índice Cielo de Varejo em Shopping Centers (ICVS-Abrasce).

Abaixo, atualizamos a vacância do setor, com o indicador também segregado pelas regiões do país.

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
jul/25	4,5%	4,9%	3,7%	4,5%	4,4%
jun/25	4,7%	5,5%	5,0%	4,2%	4,6%

Vacância mediana no Brasil



Fonte: Abrasce, Hedge



PRINCIPAIS DESTAQUES

INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de julho, considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira no ano anterior. Destacamos que a partir dos indicadores de julho tivemos a inclusão dos dados do Via Parque Shopping, considerando a mudança de gestão do fundo FVPQ11 e o acesso direto aos números do shopping pela equipe de shoppings da Hedge.

VENDAS/M²: O portfólio do Fundo apresentou vendas/m² de R\$ 1.266 em julho, o que representa um crescimento de 1,2% vs. julho de 2024. Levando em conta o acumulado de 2025, as vendas apresentam crescimento de 8,9% em comparação ao mesmo período de 2024. Destacamos que as vendas do mês de julho/24 foram impactadas por um desempenho elevado dos cinemas, em função dos lançamentos de blockbusters que não só geraram uma alta bilheteria, mas também colaboraram para o aumento da receita de estacionamento e o aumento nas vendas de operações complementares, como as de alimentação.

VACÂNCIA: O Fundo encerrou julho com 5,2% da ABL vaga vs. 5,1% em junho e 6,1% em julho de 2024.

NOI/M²: Em julho, o NOI/m² do Fundo foi de R\$ 84,8/m², um crescimento de 8,8% vs. julho de 2024. No acumulado do ano de 2025, o indicador apresenta crescimento de 6,5% em comparação ao mesmo período de 2024.

Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na [página do Fundo](#).

Julho - 2025					VENDAS (100%)			NOI (100%)		
Portfólio ¹	% da Carteira	Part.	ABL (100%)	Vacância	R\$/m ²	R\$/m ² vs. julho/24	YTD vs. 2024	R\$/m ²	R\$/m ² vs. julho/24	YTD vs. 2024
Jardim Sul	18%	90,0%	28.721	2,3%	1.915	1,1%	6,2%	140,2	0,5%	-0,6%
Penha	11%	87,6%	29.779	4,2%	1.607	1,7%	4,9%	93,5	15,3%	7,4%
West Plaza ²	7%	89,6%	35.804	8,6%	720	0,3%	9,5%	34,2	-11,9%	-4,0%
Pq D. Pedro ²	7%	7,7%	126.137	3,0%	1.524	4,6%	7,0%	160,4	8,3%	8,4%
Mooca	7%	20,0%	42.173	1,6%	2.096	2,8%	8,4%	174,9	15,2%	7,1%
Capim Dourado	7%	60,0%	38.731	4,7%	1.246	-0,5%	4,6%	80,3	11,2%	16,9%
Tivoli	6%	59,0%	25.779	1,1%	1.402	0,5%	5,8%	94,2	9,8%	3,9%
São Bernardo	6%	35,0%	42.943	4,4%	1.118	0,1%	4,8%	92,9	6,6%	3,2%
Bauru	5%	65,0%	34.550	4,4%	1.045	7,9%	14,9%	63,5	30,6%	13,4%
Villa Lobos	5%	15,0%	28.394	3,7%	2.525	-0,5%	6,0%	213,5	1,4%	3,3%
Pr. da Moça	4%	23,1%	31.368	4,6%	1.185	-4,7%	3,0%	101,9	6,8%	3,0%
Floripa ²	4%	25,6%	50.469	1,6%	1.091 ⁴	-4,3%	42,9%	61,4	10,4%	20,0%
Jaraguá Araraquara	2%	25,0%	21.099	5,0%	1.256	12,3%	18,1%	86,6	15,4%	23,9%
IFONH	2%	18,4%	20.049	1,0%	1.731	-3,5%	15,2%	108,7	10,1%	30,3%
Suzano	2%	15,0%	25.036	2,9%	1.332	-0,2%	7,4%	99,1	-1,3%	-1,5%
Santana	2%	15,0%	25.884	5,4%	1.214	-5,7%	3,5%	105,0	13,1%	23,6%
Goiabeiras	1%	54,0%	25.831	17,6%	434	-4,0%	3,2%	-27,0	na	na
Via Parque	1%	12,4%	56.485	11,2%	495	3,4%	0,6%	48,3	261,7%	1,5%
Franca	0,03%	0,4%	18.955	1,3%	1.664	16,7%	16,7%	115,5	16,7%	14,1%
HGBS^{1,3}	-	-	240.168	5,2%	1.266	1,2%	8,9%	84,8	8,8%	6,5%

¹ Não considera Grand Plaza visto que não temos acesso aos números.

² Participação no West Plaza via imóvel e WPLZ11, no Parque D. Pedro via HPDP11, no Floripa via FLRP11 e no Via Parque via FVPQ11.

³ Indicadores próprios, considerando a participação atual do Fundo em cada ativo.

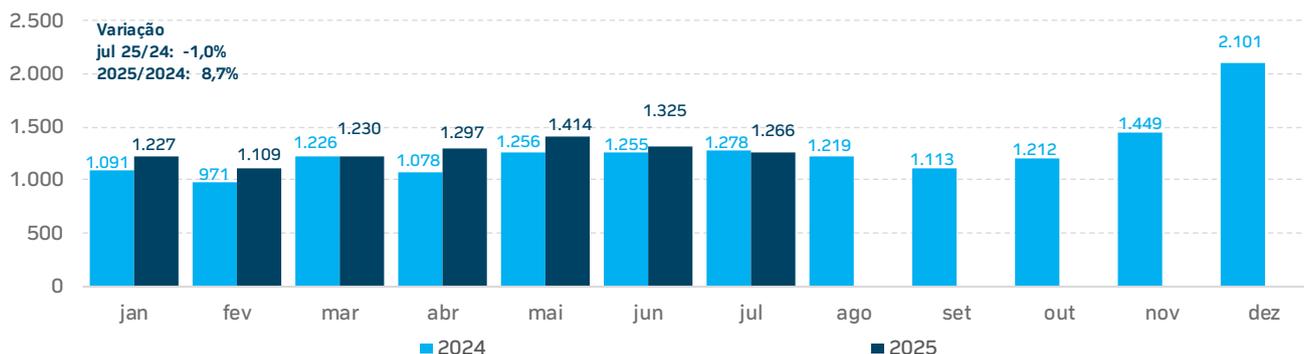
⁴ Não considera ABL de lajes corporativas.



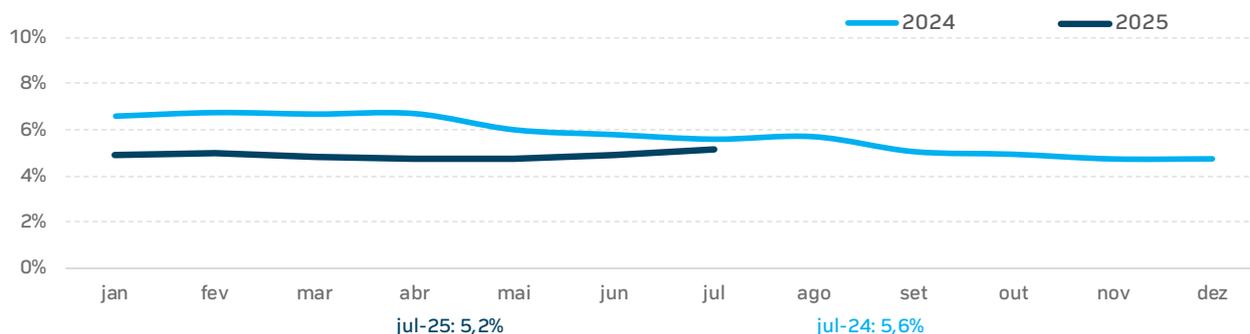
INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na [página](#) do Fundo. Destacamos que os indicadores desta seção podem diferir do apresentado acima uma vez que nas páginas anteriores é apresentado uma comparação teórica que considera a atual carteira do Fundo no ano anterior ao passo que abaixo é demonstrado o histórico realizado do Fundo.

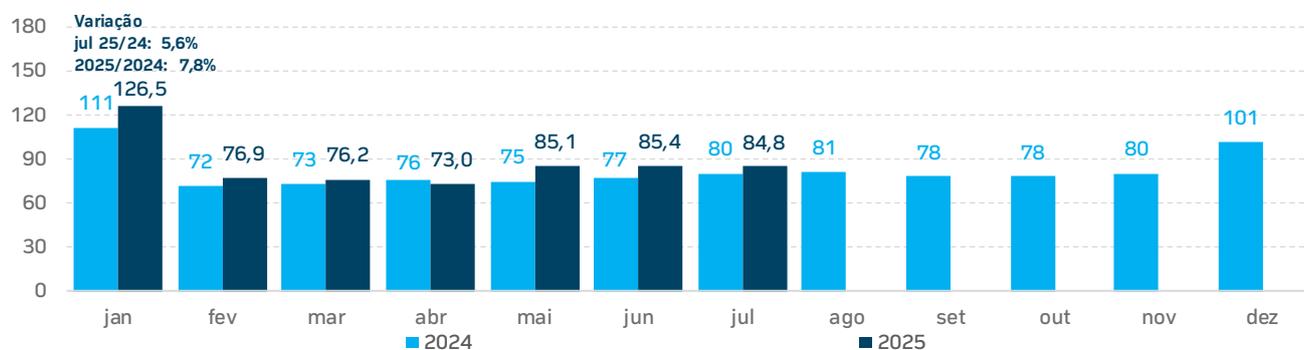
VENDAS TOTAIS / M² (R\$)



VACÂNCIA (% ABL)



EVOLUÇÃO DO NOI/M² (R\$/M², SOB REGIME DE CAIXA)



Fonte: Hedge, Administradores



DESEMPENHO DO FUNDO

RESULTADO

Em agosto, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,130 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,150 / cota como rendimento referente ao mês de agosto de 2025, considerando as 129.133.010 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 12 de setembro de 2025, aos detentores de cotas em 29 de agosto de 2025.

A política de distribuição de rendimentos do Fundo está de acordo com a regulamentação vigente, que prevê a distribuição de no mínimo 95% do resultado semestral auferido a regime de caixa. O resultado contempla as receitas provenientes dos resultados recebidos dos shopping centers investidos, receitas financeiras, resultado com operações e despesas operacionais do Fundo.

Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na [página](#) do Fundo.

HGBS 11	ago-25	R\$ / Cota	2025	R\$ / Cota Médio Mensal
Receita Imobiliária	20.453.587	0,158	169.486.700	0,164
Imóveis	16.842.630	0,130	142.925.441	0,138
FIs Estratégicos - Rendimento	3.610.957	0,028	26.561.259	0,026
Outras Receitas	1.196.687	0,009	10.938.225	0,011
FIs Líquidos - Rendimento	696.285	0,005	5.139.259	0,005
CRI	361.074	0,003	3.103.078	0,003
LCI	-	-	161.491	0,000
Renda Fixa	139.327	0,001	2.534.397	0,002
Total de Despesas	(4.798.879)	(0,037)	(35.135.314)	(0,034)
Despesas operacionais	(1.759.574)	(0,014)	(12.000.282)	(0,012)
Despesas financeiras	(3.039.305)	(0,024)	(23.135.033)	(0,022)
Resultado Operacional	16.851.395	0,130	145.289.610	0,141
Lucro Operações	(98)	(0,000)	12.905.547	0,012
Imóveis	-	-	12.902.232	0,012
FIs Estrat. - Ganho de Capital	-	-	33.625	0,000
FIs Líquidos - Ganho de Capital	-	-	-	-
IR Ganho FIs	(98)	(0,000)	(30.309)	(0,000)
Resultado HGBS11	16.851.296	0,130	158.195.158	0,153
Rendimento HGBS11	19.369.952	0,150	162.707.593	0,158

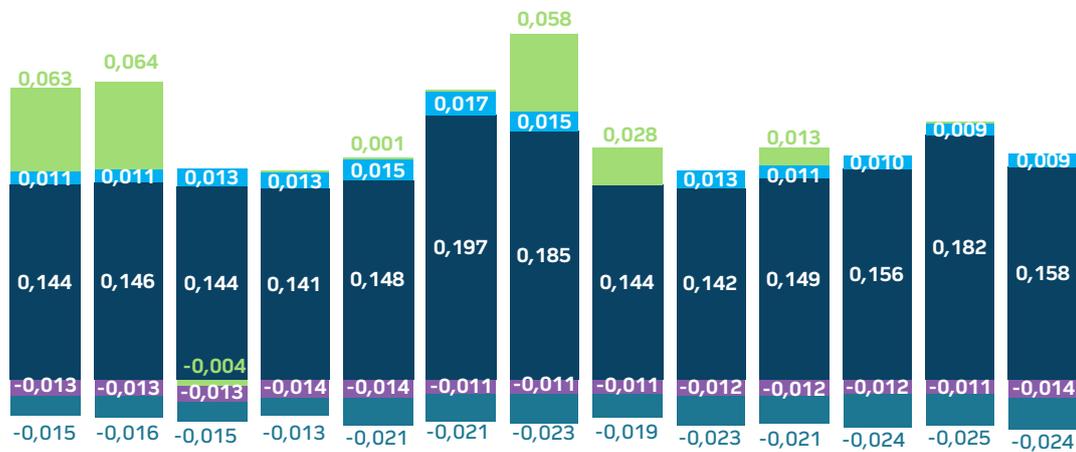
Renda Imobiliária: Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIs Estratégicos – Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIs Líquidos - Rendimento: rendimentos nos investimentos em FIs não estratégicos. CRI: recebimento de juros e correção monetária dos CRIs detidos pelo Fundo. LCI: a receita de LCI é considerada somente quando da sua liquidação financeira. **Despesas:** Operacionais: diretamente relacionadas ao Fundo, tais como taxa de administração, honorários jurídicos, assessoria técnica, contábil e imobiliária, taxas CVM e B3. Financeiras: pagamento de juros e demais despesas financeiras relacionadas ao CRI HGBS. **Lucros Operações:** diferença entre valor de venda e valor de aquisição dos ativos, incluindo custos relacionados.

Fonte: Hedge



RESULTADOS GERADOS E RENDIMENTOS DISTRIBUÍDOS (R\$ / COTA)

■ Renda Imobiliária ■ Outras Receitas ■ Resultado de Operações ■ Despesas Operacionais ■ Despesas Financeiras



	ago-24	set-24	out-24	nov-24	dez-24	jan-25	fev-25	mar-25	abr-25	mai-25	jun-25	jul-25	ago-25	Média 12m
Resultado Total	0,190	0,193	0,124	0,126	0,129	0,181	0,224	0,143	0,120	0,140	0,130	0,155	0,130	0,150
Rendimento	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,150	0,150	0,158
Resultado Acumulado	0,114	0,147	0,111	0,078	0,046	0,067	0,131	0,114	0,074	0,054	0,024	0,030	0,010	-

PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Considerando as premissas de projeção de resultados para os ativos do Fundo, indicamos o patamar de distribuição de R\$ 0,150 / cota até o fim do 2º semestre de 2025. Destacamos que até o 1º semestre de 2025, a distribuição do Fundo vinha sendo impactada positivamente pelo lucro imobiliário auferido quando do recebimento das parcelas referentes às vendas de frações ideias do I Fashion Outlet Novo Hamburgo

A gestora segue avaliando a performance dos ativos, bem como eventuais movimentos na reciclagem de portfólio para aumentar a rentabilidade da carteira, que podem gerar ganhos não recorrentes a serem distribuídos aos cotistas.

Todas as declarações quando baseadas em expectativas futuras, envolvem riscos e incertezas e, portanto, não devem ser consideradas como promessa ou garantia de rentabilidade futura.



RENTABILIDADE

A rentabilidade do Fundo é apresentada de duas formas:

A **Taxa Interna de Retorno** (TIR) líquida leva em consideração os rendimentos distribuídos pelo Fundo, reinvestidos no próprio fluxo, e a variação do valor da cota. Este cálculo é realizado considerando que pessoas físicas que detêm quantidade inferior a 10% do total de cotas do Fundo são isentas de imposto de renda nos rendimentos distribuídos, e tributadas em 20% sobre eventual ganho de capital na venda da cota. Desta forma, a TIR líquida calculada considera o fluxo líquido de impostos e é comparada ao CDI, também líquido, com alíquota de 15%.

Na tabela seguinte, a cota de aquisição indica o valor de mercado da cota no mercado secundário no fechamento do mês anterior, semestre anterior, ano anterior e 12 meses atrás, bem como o valor da cota inicial do Fundo, em 21/11/2006 (data da primeira integralização por investidores). A renda acumulada é calculada como sendo o total de rendimentos distribuídos pelo Fundo nos respectivos períodos, divididos pelo valor de aquisição da cota.

O ganho de capital líquido contempla a variação do valor da cota no período, já descontados os 20% de imposto sobre o ganho de capital em caso de variação positiva. O cálculo da TIR líquida também é apresentado de forma anualizada desde a primeira integralização de cotas.

O **Retorno Total Bruto** é calculado pela soma dos rendimentos distribuídos pelo Fundo ao valor da cota, sem qualquer reinvestimento, correção e, também, sem tributação. Neste caso, o retorno total bruto é comparado ao IFIX, que possui metodologia comparável.

No fechamento do mês, o valor de mercado da cota do fundo foi de **R\$ 19,12**.

Hedge Brasil Shopping FII	ago/25	2025	12 meses	Início
Cota Aquisição (R\$)	18,60	18,61	21,21	10,00
Renda Acumulada	0,8%	6,8%	9,0%	274,4%
Ganho de Capital Líquido	2,2%	2,2%	-9,9%	73,0%
TIR Líq. (Renda + Venda)	3,1%	9,3%	-0,9%	1332,5%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	43,5%	14,5%	-0,9%	15,3%
% CDI Líquido	309,1%	122,7%	-	322,2%
Retorno Total Bruto	3,6%	9,6%	-0,9%	365,6%
IFIX	1,2%	11,6%	2,4%	247,6%¹
% IFIX	309,6%	82,9%	-	121,7%²

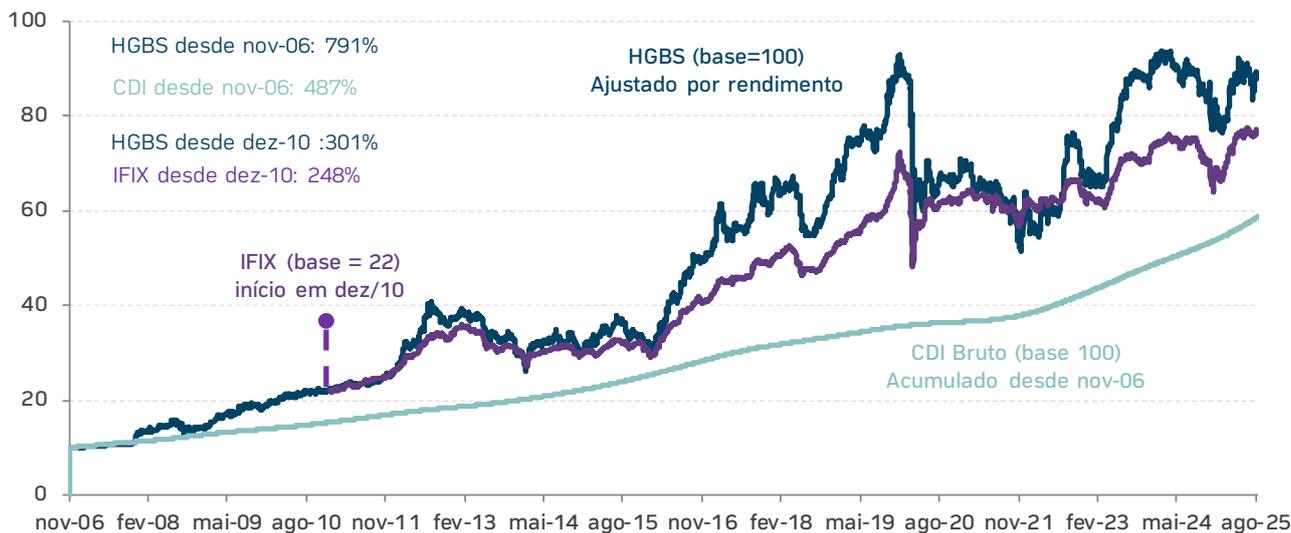
¹ Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

² Performance do Fundo em relação ao IFIX desde dez-2010, data da criação do IFIX.



RENTABILIDADE ACUMULADA

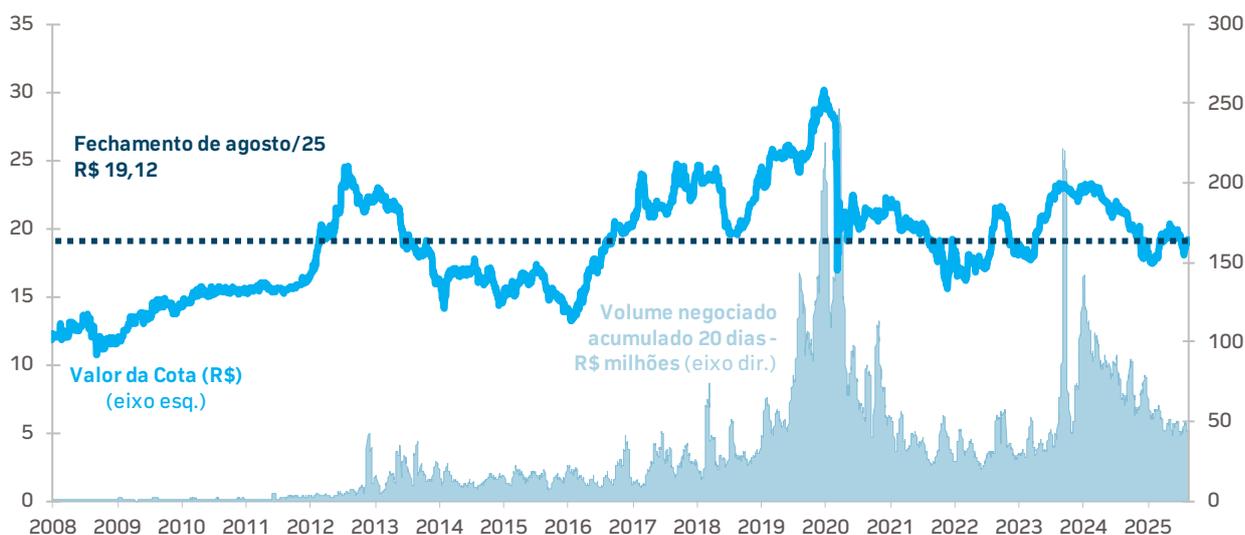
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Econômica

LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	ago/25	2025	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	1,8%	16,6%	28,1%
Volume negociado (R\$ milhões)	44,1	402,1	689,4
Volume médio diário (R\$ milhões)	2,1	2,4	2,8

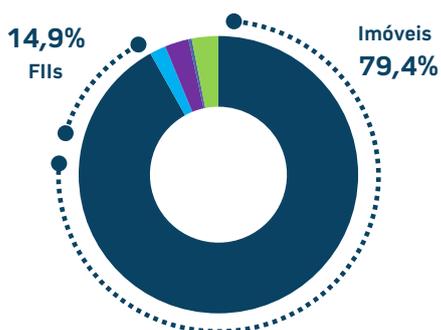


Fonte: Hedge / B3 / Econômica

CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

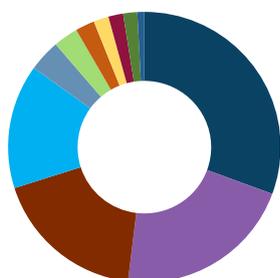
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 20 shopping centers, distribuídos em quinze cidades e seis estados, sendo 15 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 94,1% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 7 shoppings, que totalizam 56% do valor investido em ativos estratégicos.

DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	94,3%	FIIs Líquidos	2,0%
CRIs e LCIs	3,2%	Fundos RF	0,4%

DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



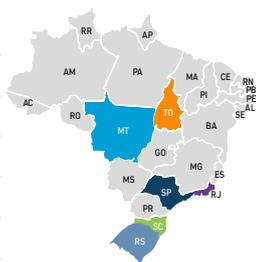
ALLOS	31%
AD Shopping	21%
Ancar Ivanhoe	18%
Soul Malls	15%
Plena Malls	4%
SYN	3%
WE9	2%
Iguatemi	2%
HBR	2%
Partage	2%
Alqia	1%

DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

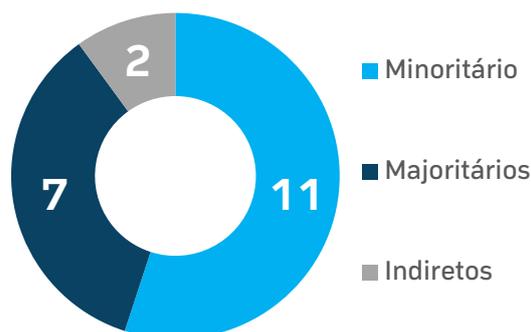


DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

São Paulo	85%
Tocantins	7%
Santa Catarina	4%
Rio Grande do Sul	2%
Rio de Janeiro	1%
Mato Grosso	1%



QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



Fonte: Hedge

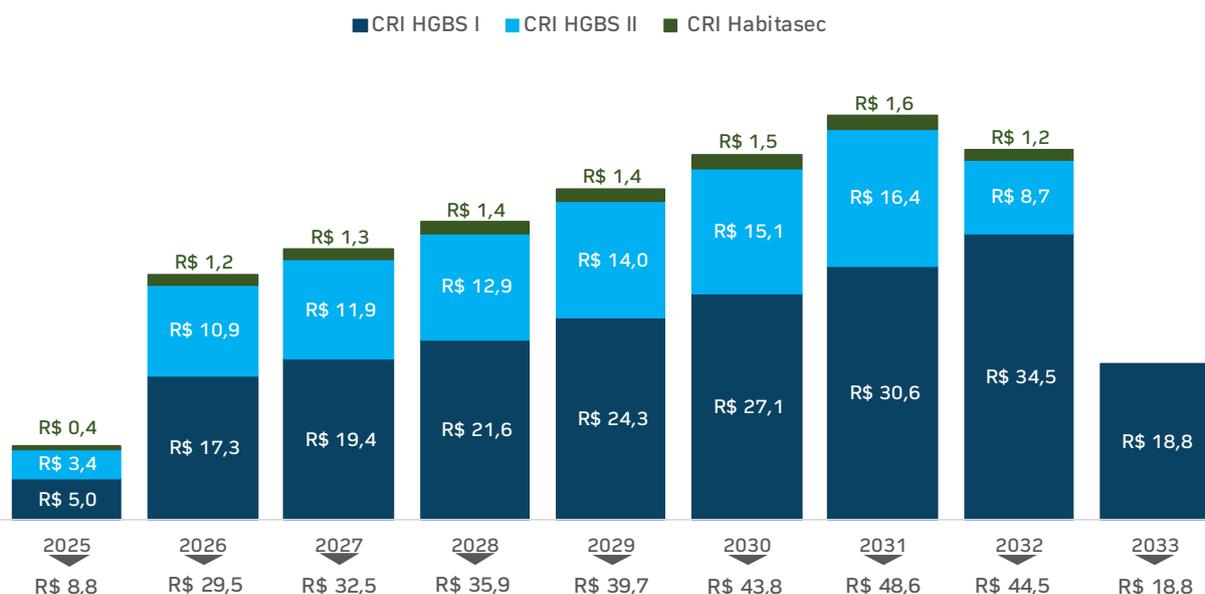


ALAVANCAGEM DO FUNDO

Em junho de 2023, foi emitido um Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI) para a primeira aquisição de participação no Shopping Jardim Sul (40%), identificado abaixo como "CRI HGBS I", enquanto em dezembro de 2024 o Fundo adquiriu 25% do Shopping Jaraguá Araraquara com recursos levantados via Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI), identificado abaixo como "CRI HGBS II", e pela assunção de dívida já existente, identificada abaixo como "CRI Habitasec". As características e fluxo de pagamentos estão apresentados abaixo.

Relação Dívida / PL	11,4%			
Identificação	CRI HGBS I	CRI HGBS I	CRI HGBS II	CRI Habitasec
Séries	174ª e 196ª da TrueSec	197ª e 198ª da TrueSec	242ª da Virgo	205ª e 348ª da Habitasec
Código IF	23F2356215 / 23F2354249	23F2356518 / 23F2356527	24L1967186	20J0030144 / 20J0947707
Saldo devedor	R\$ 101.471.751	R\$ 106.610.966	R\$ 97.394.362	R\$ 10.402.696
Garantia	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 50% do Jardim Sul	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 50% do Jardim Sul	AF de 20% do Mooca Plaza Shopping	Não há (por parte do HGBS)
Rating	AA.br (Moody's)	AA.br (Moody's)	brA+ (Austin)	-
Taxa de emissão	IPCA + 8,0% a.a.	CDI + 2,4% a.a.	IPCA + 8,6% a.a.	IPCA + 5,38% a.a.
Data de emissão	06/2023	06/2023	12/2024	12/2024
Vencimento	06/2033	06/2033	06/2032	09/2032

FLUXO DE AMORTIZAÇÃO POR VENCIMENTO (R\$ milhões)



Fonte: Hedge, True Securitizadora

SHOPPING JARDIM SUL (18% DA CARTEIRA)

Localizado no bairro do Morumbi, uma região com alta densidade residencial e empresarial, o Shopping Jardim Sul alinha conforto e bem-estar, oferecendo serviços de qualidade e uma diversidade de lojas e atividades que atendam às necessidades dos consumidores.

Movimentações comerciais: saída da Intimissimi (38 m²).

PARTICIPAÇÃO 90,0%	ABL TOTAL 28,7 mil m ²	OPERAÇÕES 171	INAUGURAÇÃO 1990	OPERADOR Ancar + Hedge
------------------------------	---	-------------------------	----------------------------	----------------------------------

Principais Operações: Renner, C&A, Centauro, Fast Shop, Pão de Açúcar, Outback, Almanara e UCI Cinemas.

Endereço: Av. Giovanni Gronchi, 5.819 – São Paulo/SP.

www.shoppingjardimsul.com.br



Fotos: Maurício Moreno



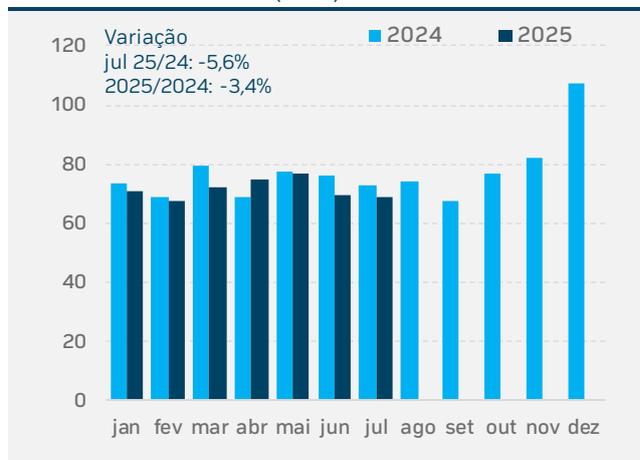
SHOPPING JARDIM SUL (18% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.414.495	2.599.187	-7%	19.498.324	19.860.543	-2%
Aluguel complementar	189.703	181.754	4%	1.787.902	1.549.412	15%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	458.211	621.352	-26%	3.734.016	3.758.230	-1%
Outras receitas	44.359	161.636	-73%	412.261	793.117	-48%
Receitas totais	3.106.768	3.563.930	-13%	25.432.502	25.961.301	-2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(50.906)	(73.199)	-30%	(465.531)	(640.977)	-27%
Outras despesas	(175.450)	(505.565)	-65%	(3.907.447)	(3.486.471)	12%
Despesas totais	(226.356)	(578.764)	-61%	(4.372.977)	(4.127.448)	6%
Resultado sem estacionamento	2.880.411	2.985.166	-4%	21.059.524	21.833.854	-4%
Resultado estacionamento	1.145.957	1.022.019	12%	7.529.268	6.929.830	9%
Resultado operacional (NOI)	4.026.368	4.007.185	0%	28.588.793	28.763.684	-1%
Benfeitorias	(200.000)	(232.099)	-14%	(252.608)	(454.741)	-44%
Resultado não operacional	(54.375)	(709)	7574%	(186.733)	903.132	-
Fluxo de caixa total	3.771.994	3.774.377	0%	28.149.451	29.212.076	-4%

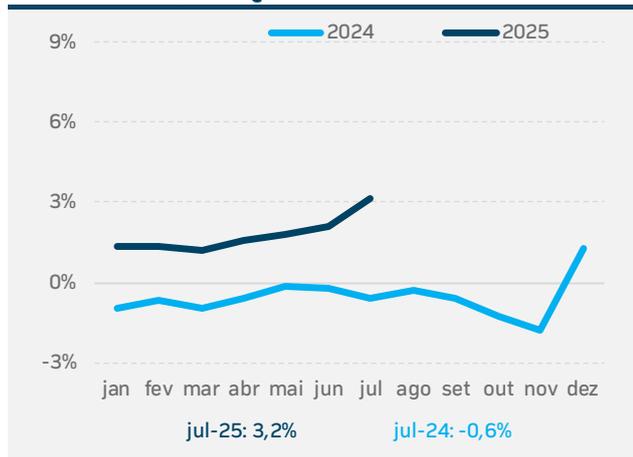
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PENHA (11% DA CARTEIRA)

Situado na região central do bairro da Penha, o shopping tornou-se um dos pioneiros da zona leste de São Paulo e se consolidou como um importante centro de compras da região.

Movimentações comerciais: entrada da Mr Cheney (23 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
87,6%	29,8 mil m ²	167	1992	AD Shopping

Principais Operações: Renner, C&A, Vivara, Life by Vivara, Centauro, Kalunga, Outback, Moviecom, Sonda, Dafyne Presentes e Smart Fit.

Endereço: R. Dr. João Ribeiro, 304 – São Paulo, SP

www.shoppingpenha.com.br



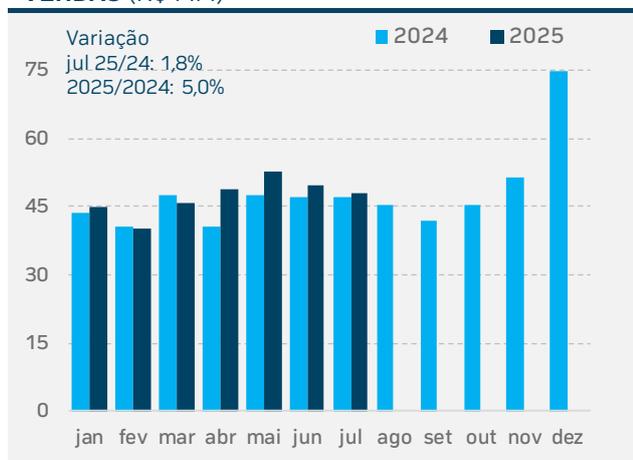
Fotos: Maurício Moreno



SHOPPING PENHA (11% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Variação vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.112.353	1.738.013	22%	15.202.668	13.758.755	10%
Aluguel complementar	176.356	225.519	-22%	1.459.290	1.545.709	-6%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	500.808	531.388	-6%	3.391.058	3.462.937	-2%
Outras receitas	9.276	7.788	19%	89.115	237.889	-63%
Receitas totais	2.798.793	2.502.708	12%	20.142.130	19.005.290	6%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(267.840)	(290.593)	-8%	(1.876.860)	(2.010.788)	-7%
Outras despesas	(259.186)	(295.474)	-12%	(1.713.354)	(1.780.785)	-4%
Despesas totais	(527.026)	(586.067)	-10%	(3.590.214)	(3.791.574)	-5%
Resultado sem estacionamento	2.271.767	1.916.641	19%	16.551.917	15.213.716	9%
Resultado estacionamento	512.805	497.701	3%	3.822.136	3.750.168	2%
Resultado operacional (NOI)	2.784.572	2.414.343	15%	20.374.052	18.963.884	7%
Benfeitorias	(617.524)	(294.374)	110%	(5.280.541)	(1.356.002)	289%
Resultado não operacional	(2.200)	(2.200)	0%	(15.400)	217.346	-
Fluxo de caixa total	2.164.848	2.117.769	2%	15.078.111	17.825.227	-15%

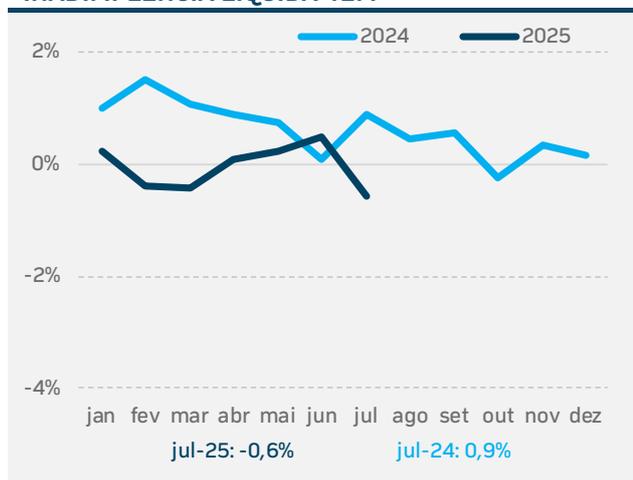
VENDAS (R\$ MM)



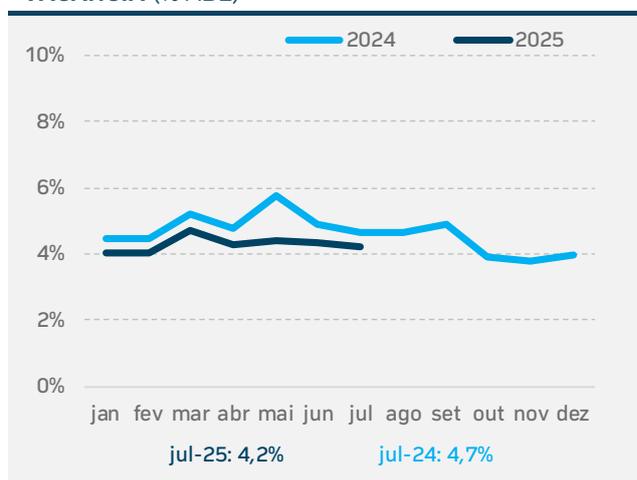
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING WEST PLAZA (7% da carteira – 6% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Localizado na zona oeste de São Paulo, o Shopping West Plaza foi inaugurado em 1991 e é hoje um dos centros comerciais mais importantes da região. Além de ser referência em compras com modernas lojas, o empreendimento comercial ganhou novo posicionamento e agora também oferece um refinado polo gastronômico, serviços diferenciados, lazer e o melhor do entretenimento.

O *retrofit* da praça de alimentação foi finalizado no primeiro semestre de 2025. O projeto trouxe como principal novidade a abertura de uma grande janela que traz iluminação natural para o ambiente e uma ampla vista da região onde o Shopping está inserido. Esta área contempla um mobiliário mais descontraído e confortável, bem como o novo acesso do cinema e 200 novos assentos.

Além de diversas outras melhorias que estão sendo realizadas no empreendimento, como troca de escadas rolantes, *retrofit* de elevadores, o próximo projeto está relacionado à fachada e a área externa do empreendimento, área arborizada ao ar livre de domínio público que engloba o shopping.

Adicionalmente, destacamos que a mobilização para obras do Mané Mercado já foi iniciada e a inauguração no West Plaza deverá ocorrer no último trimestre de 2025, em uma área com cerca de 3 mil m².

Movimentações comerciais: entrada da Express Grill (58 m²) e saídas da Marcyn (60 m²), Mr Cheney (48 m²) e Ikan Technology (35 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
89,1%	36,5 mil m ²	165	1991	Soul Malls

Principais Operações: Dafyne, Daiso, Renner, Magazine Luiza, Bio Ritmo, Madero, Mané Mercado (a inaugurar), Outback, Pecorino, Nagairô, Calle54, Jeronimo, Mega Cacau Show, Johnny Rockets, Bar do Alemão, Cinemark, Game Station, Villa Bowling e Cema Medicina Especializada.

Endereço: Av. Francisco Matarazzo – São Paulo, SP

westplaza.com.br



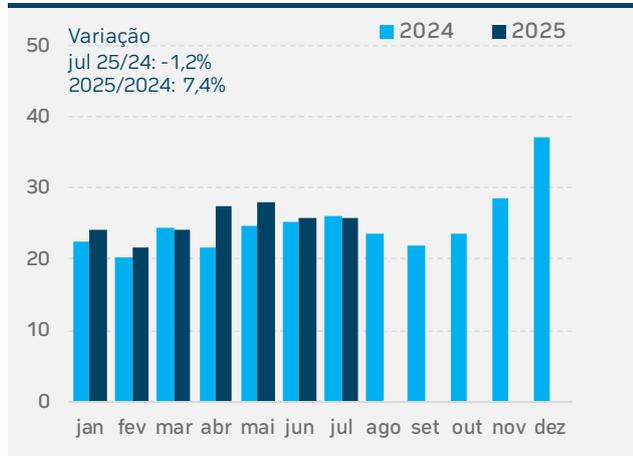
Fotos: Projeto conceitual Mané Mercado (segunda fileira à esquerda); Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).



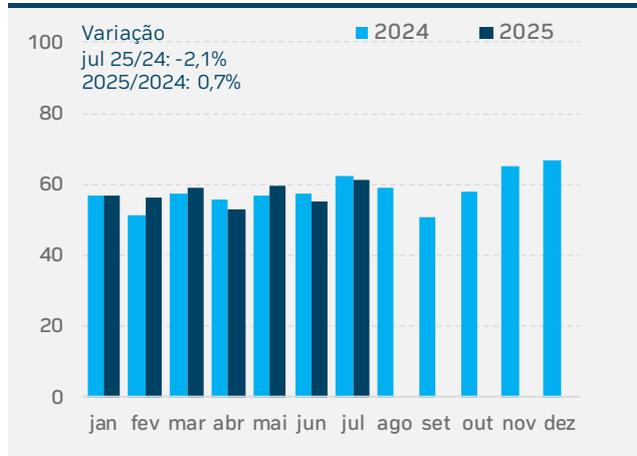
SHOPPING WEST PLAZA (7% da carteira – 6% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.475.301	1.204.977	22%	10.715.085	9.549.715	12%
Aluguel complementar	134.351	205.279	-35%	1.144.383	1.345.498	-15%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	269.702	254.766	6%	2.059.714	1.794.587	15%
Outras receitas	9.420	26.556	-	60.291	718.270	-92%
Receitas totais	1.888.774	1.691.579	12%	13.979.473	13.408.069	4%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(743.891)	(714.951)	4%	(5.894.431)	(4.698.430)	25%
Outras despesas	(693.757)	(245.145)	183%	(2.764.550)	(2.049.320)	35%
Despesas totais	(1.437.648)	(960.095)	50%	(8.658.981)	(6.747.750)	28%
Resultado sem estacionamento	451.126	731.484	-38%	5.320.492	6.660.319	-20%
Resultado estacionamento	773.757	679.848	14%	4.652.794	3.943.356	18%
Resultado operacional (NOI)	1.224.883	1.411.332	-13%	9.973.286	10.603.675	-6%
Benefitorias	(648.961)	(1.134.849)	-43%	(12.057.981)	(4.923.654)	145%
Resultado não operacional	-	(2.543)	-100%	-	(76.234)	-100%
Fluxo de caixa total	575.922	273.941	110%	(2.084.695)	5.603.787	-

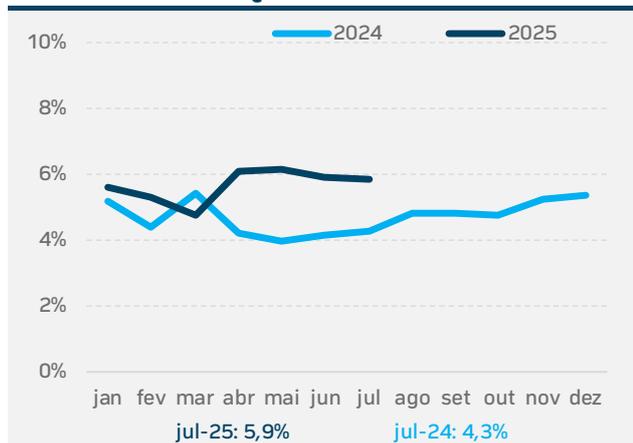
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



MOOCA PLAZA SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Localizado em um dos mais tradicionais bairros de São Paulo, o empreendimento é um dos principais centros de compras da zona leste da cidade e conta com um mix de lojas e serviços completo, além de oferecer diversas opções de restaurantes e lazer.

Destacamos que o shopping assinou contrato para a entrada da Sephora, que ocupará uma área de 331 m², com inauguração prevista para o mês de setembro. Esta entrada reforça muito a qualificação do mix de lojistas do Mooca, colaborando para a atração de clientes e destacamento do Mooca na posição de dominância na região.

Movimentações comerciais: entrada da Sephora (330 m²) e Vibra Residencial (82 m²), saídas da Khelf (156 m²), Multicoisas (156 m²) e Quicksilver (47 m²), troca da Davvero (sem inaugurar) por Havanna Helados (42 m²).

PARTICIPAÇÃO 20,0%	ABL TOTAL 42,1 mil m ²	OPERAÇÕES 220	INAUGURAÇÃO 2011	OPERADOR ALLOS
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------

Principais Operações: Camarada Camarão, C&A, Centauro, Cinemark, Companhia Atlética, Hocca Bar, Kalunga, Lacoste, Le Lis Blanc, Madero, Nagairô Sushi, Outback, Pecorino, Petz, PEP da Polícia Federal, Riachuelo, Renner, Sephora (a inaugurar), Vivara, Zara.

Endereço: R. Cap. Pacheco e Chaves, 313 – São Paulo, SP

www.moocaplaza.com.br



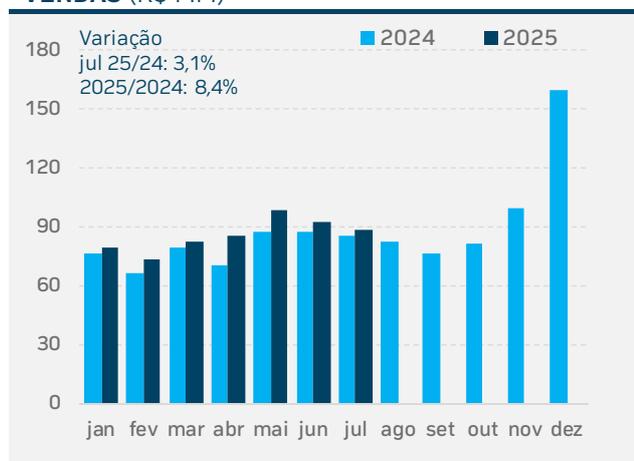
Fotos: Maurício Moreno.



MOOCA PLAZA SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.703.640	4.606.735	2%	36.236.010	34.684.588	4%
Aluguel complementar	696.094	573.617	21%	3.973.687	3.347.708	19%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.162.332	881.623	32%	6.526.051	5.924.194	10%
Outras receitas	344.637	142.396	142%	1.610.129	1.585.613	2%
Receitas totais	6.906.704	6.204.372	11%	48.345.877	45.542.103	6%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(68.980)	(156.685)	-56%	(577.714)	(998.748)	-42%
Outras despesas	(1.476.827)	(1.421.233)	4%	(10.826.365)	(10.343.596)	5%
Despesas totais	(1.545.807)	(1.577.918)	-2%	(11.404.079)	(11.342.345)	1%
Resultado sem estacionamento	5.360.897	4.626.454	16%	36.941.798	34.199.758	8%
Resultado estacionamento	2.014.867	1.759.649	15%	13.217.234	12.632.149	5%
Resultado operacional (NOI)	7.375.764	6.386.102	15%	50.159.032	46.831.907	7%
Benfeitorias	(1.563.192)	(682.132)	129%	(5.551.240)	(1.813.339)	206%
Resultado não operacional	18.275	5.020	264%	71.702	77.728	-8%
Fluxo de caixa total	5.830.848	5.708.990	2%	44.679.494	45.096.296	-1%

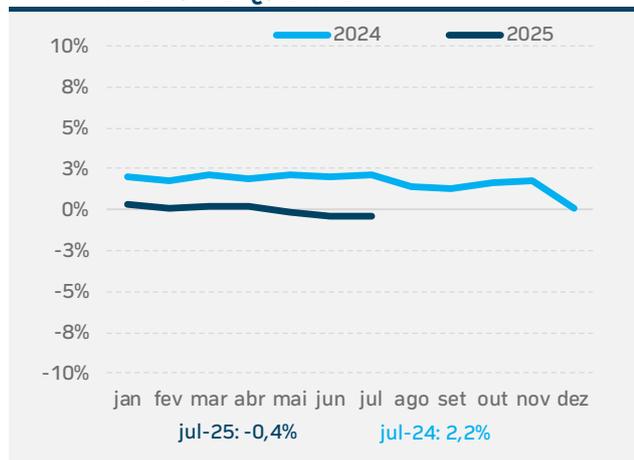
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Localizado em Palmas, no estado do Tocantins, o Capim Dourado é o maior centro de compras da cidade, a capital com o segundo maior crescimento populacional entre 2010 e 2022, conforme medido pelo IBGE. Adicionalmente, o estado do Tocantins vem se destacando nos últimos anos como uma nova fronteira agrícola do país.

Destacamos que no início de setembro ocorreu o show do grupo Menos é Mais no evento de comemoração do aniversário de 15 anos do Capim Dourado, com um público de mais de 8 mil pessoas, colaborando para um crescimento de 18% no fluxo de veículos em relação ao mesmo final de semana do ano anterior.

Movimentações comerciais: entrada da TXC (57 m²) e saídas da L Brand (300 m²) e Dois Mari Closet (50 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
60,0%	38,8 mil m ²	153	2010	Soul Malls

Principais Operações: Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, Madero, Cinemark, Zig Zag Play.

Endereço: Q. 107 Norte Avenida NS 5, s/n - Plano Diretor Norte, Palmas - TO

capimdouradosc.com.br





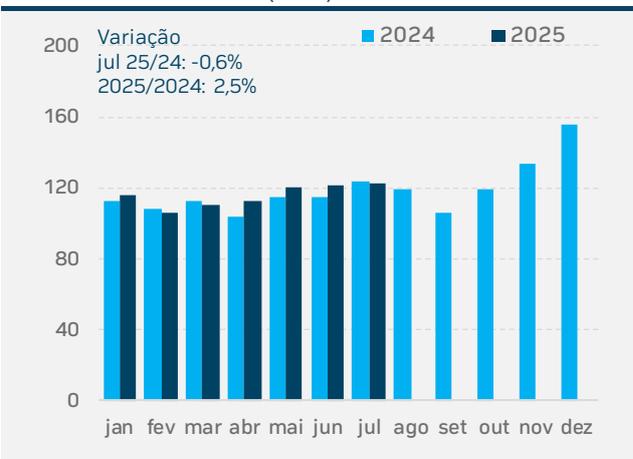
CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.618.071	1.405.464	15%	11.914.854	10.683.550	12%
Aluguel complementar	641.762	596.175	8%	3.765.293	3.163.764	19%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	536.532	525.893	2%	3.607.854	3.165.516	14%
Outras receitas	139.824	79.753	75%	548.400	436.758	26%
Receitas totais	2.936.189	2.607.285	13%	19.836.401	17.449.588	14%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(64.568)	(54.001)	20%	(293.109)	(298.753)	-2%
Outras despesas	(298.290)	(226.146)	32%	(1.963.982)	(2.006.645)	-2%
Despesas totais	(362.858)	(280.147)	30%	(2.257.091)	(2.305.398)	-2%
Resultado sem estacionamento	2.573.331	2.327.138	11%	17.579.310	15.144.190	16%
Resultado estacionamento	535.029	467.545	14%	3.812.480	3.111.528	23%
Resultado operacional (NOI)	3.108.360	2.794.683	11%	21.391.790	18.255.718	17%
Benefitorias	(115.362)	-	-	(680.323)	-	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.992.998	2.794.683	7%	20.711.467	18.255.718	13%

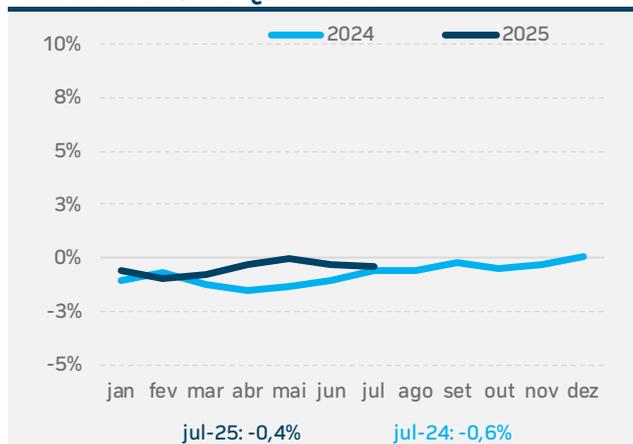
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VCÂNCIA (% ABL)



TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

O Tivoli Shopping é um dos principais destaques do portfólio, apresentando ótimos resultados que reforçam a resiliência e força do ativo. É referência para os habitantes das cidades de Santa Bárbara d'Oeste e Americana, cidades da região metropolitana de Campinas.

Movimentações comerciais: saída da Liz Lingerie (36m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
59,0%	25,8 mil m ²	145	1998	AD Shopping

Principais Operações: Renner, C&A, Vivara, Life by Vivara, Magazine Luiza, Centauro, Riachuelo, Moviecom, Pernambucanas, Cobasi, Coco Bambu e Outback.

Endereço: Av. Santa Bárbara, 777 – Santa Bárbara d'Oeste, SP

www.tivolishopping.com.br



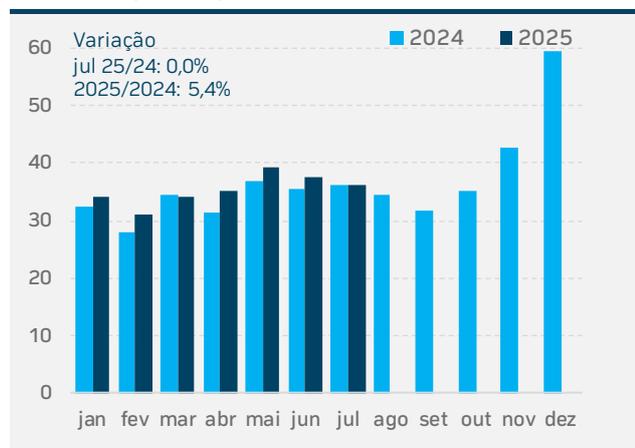
Fotos: Maurício Moreno



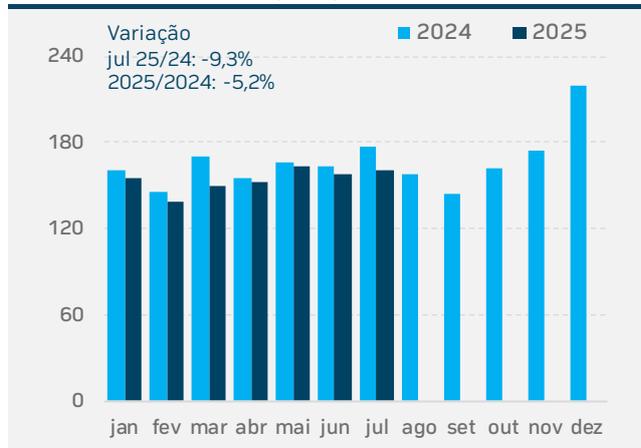
TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.631.047	1.583.294	3%	11.550.220	10.951.816	5%
Aluguel complementar	143.618	155.917	-8%	1.499.167	1.467.618	2%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	291.950	259.520	12%	1.679.888	1.704.447	-1%
Outras receitas	48.122	32.724	47%	478.528	885.334	-46%
Receitas totais	2.114.736	2.031.455	4%	15.207.803	15.009.215	1%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(48.081)	(47.591)	1%	(325.159)	(343.806)	-5%
Outras despesas	(265.412)	(313.544)	-15%	(1.663.606)	(1.471.831)	13%
Despesas totais	(313.493)	(361.135)	-13%	(1.988.765)	(1.815.637)	10%
Resultado sem estacionamento	1.801.243	1.670.319	8%	13.219.038	13.193.577	0%
Resultado estacionamento	626.602	550.259	14%	4.571.274	3.984.236	15%
Resultado operacional (NOI)	2.427.844	2.220.578	9%	17.790.312	17.177.813	4%
Benfeitorias	(75.089)	(139.069)	-46%	(568.368)	(2.392.236)	-76%
Resultado não operacional	-	(180.000)	-100%	-	(180.000)	-100%
Fluxo de caixa total	2.352.755	1.901.510	24%	17.221.944	14.605.577	18%

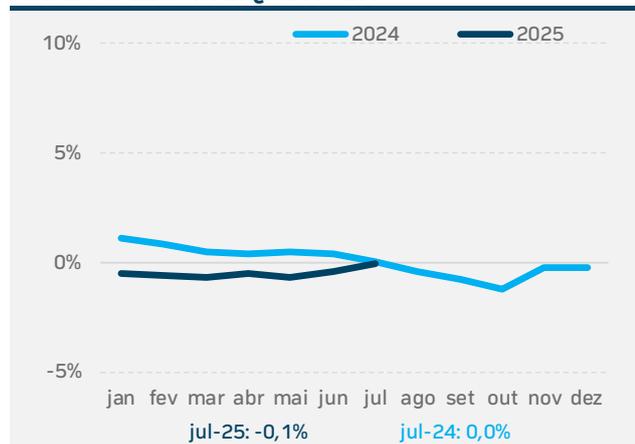
VENDAS (R\$ MM)



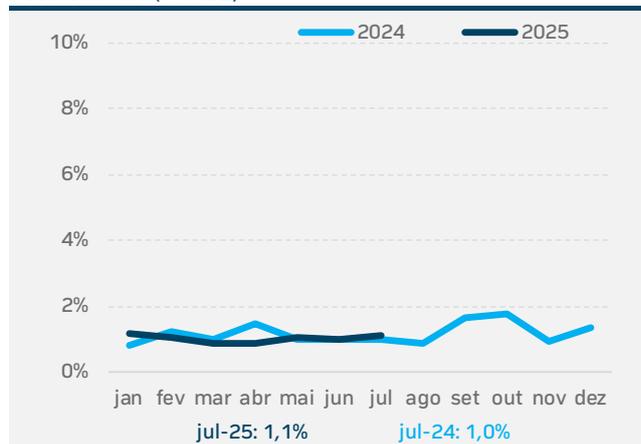
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

O São Bernardo Plaza Shopping foi construído para ser um ponto de referência em lazer, cultura, passeio e compras para a região. O empreendimento possui 105 mil metros quadrados de terreno, mais de 42 mil metros quadrados ABL e 2,4 mil vagas no estacionamento, sendo que aproximadamente 1,2 mil são cobertas. A qualificação e melhoria do mix atrelada aos diferenciais do equipamento têm contribuído para a almejada consolidação do São Bernardo Plaza como dominante na região.

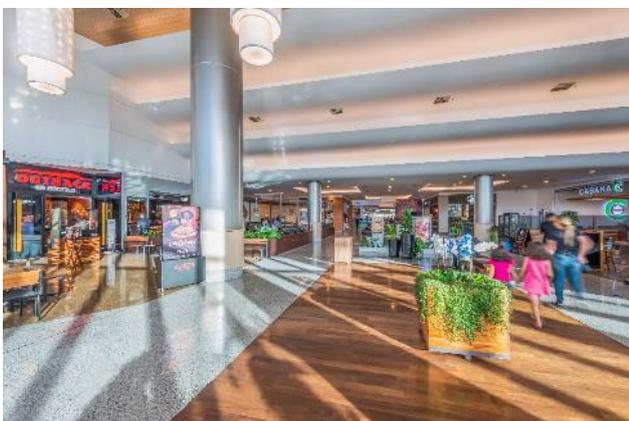
Movimentações comerciais: entrada da Up Kids & Teen (197 m²) e Turquesa Esmalteria (47 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
35,0%	42,9 mil m ²	186	2012	ALLOS

Principais Operações: Cinépolis, Estrela do Lar, Outback, Kalunga, Magazine Luiza e Smart Fit.

Endereço: Av Rotary, 624 – São Bernardo do Campo, SP

www.shoppingsaobernardoplaza.com.br



Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Variação vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.456.678	2.440.293	1%	17.241.136	16.930.540	2%
Aluguel complementar	164.985	187.647	-12%	1.339.519	1.512.054	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	516.252	417.785	24%	3.200.463	2.892.759	11%
Outras receitas	132.034	110.927	19%	1.171.091	937.995	25%
Receitas totais	3.269.950	3.156.652	4%	22.952.209	22.273.348	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(95.131)	(170.531)	-44%	(864.402)	(841.855)	3%
Outras despesas	(354.034)	(369.235)	-4%	(3.971.583)	(3.169.077)	25%
Despesas totais	(449.165)	(539.766)	-17%	(4.835.985)	(4.010.932)	21%
Resultado sem estacionamento	2.820.785	2.616.886	8%	18.116.224	18.262.417	-1%
Resultado estacionamento	1.169.834	1.124.239	4%	8.591.335	7.585.140	13%
Resultado operacional (NOI)	3.990.620	3.741.125	7%	26.707.560	25.847.556	3%
Benefitorias	(324.185)	(565.142)	-43%	(1.256.475)	(929.848)	35%
Resultado não operacional	19.438	1.955	894%	42.696	4.847	781%
Fluxo de caixa total	3.685.872	3.177.938	16%	25.493.780	24.922.555	2%

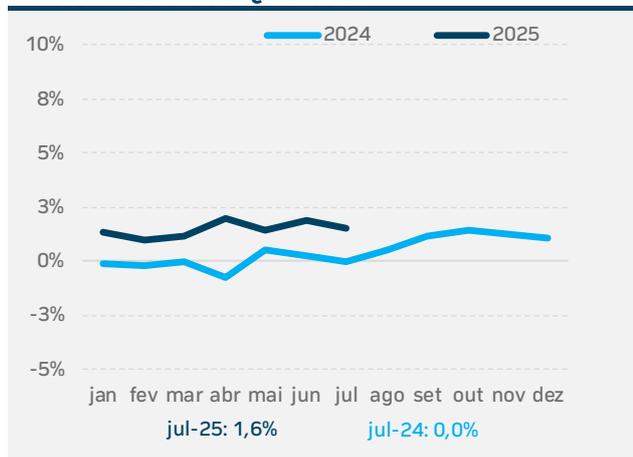
VENDAS (R\$ MM)



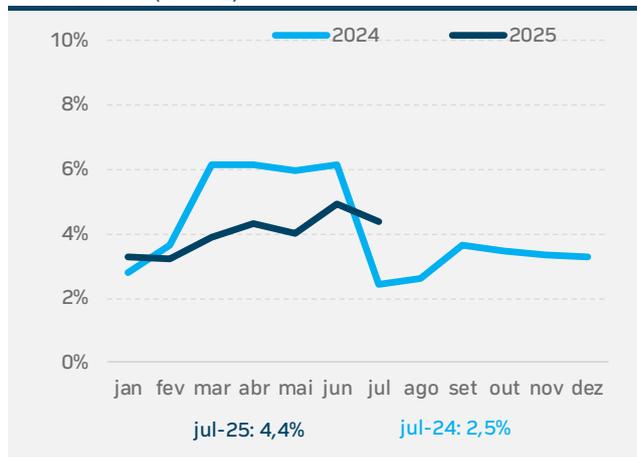
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



BOULEVARD SHOPPING BAURU (5% DA CARTEIRA)

O Boulevard Shopping Bauru é o maior centro de compras de Bauru, cidade que é sede da região administrativa que engloba 39 outros municípios vizinhos, abrangendo uma área de influência com população de aproximadamente 1,1 milhão de pessoas.

Destacamos que no início de agosto a dupla sertaneja Chitãozinho & Xororó [realizou](#) no Boulevard Bauru o show da nova turnê “ChX | Uma História de Sucesso”. O evento, que reuniu mais de 5 mil pessoas e alcançou um engajamento de mais de 1,5 milhão de acessos nas redes sociais, consolida o Bauru não apenas como o maior centro de compras da região, mas também como um dos destinos mais atrativos para lazer e entretenimento.

Movimentações comerciais: entrada da Bibi Calçados (44 m²) e saídas da Mundo dos Eletrônicos (59 m²) e Criamigos (52 m²).

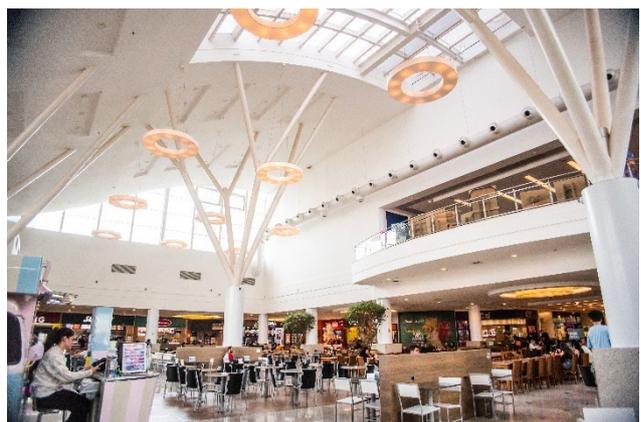
Destacamos que foi assinado contrato para entrada da Tommy Hilfiger, que deverá inaugurar em dez/25.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
65,0%	34,7 mil m ²	163	2012	ALLOS

Principais Operações: Adidas, Alessandro Eletro, Renner, Riachuelo, Centauro, Daiso + Soneda, Farm, Levi's, Maravilhas do Lar, Outback, PEP da Polícia Federal, Vivara, Tommy Hilfiger (a inaugurar) e Cinépolis.

Endereço: Rua Marcondes Salgado, Quadra 11, Bauru – SP

boulevardshoppingbauru.com.br

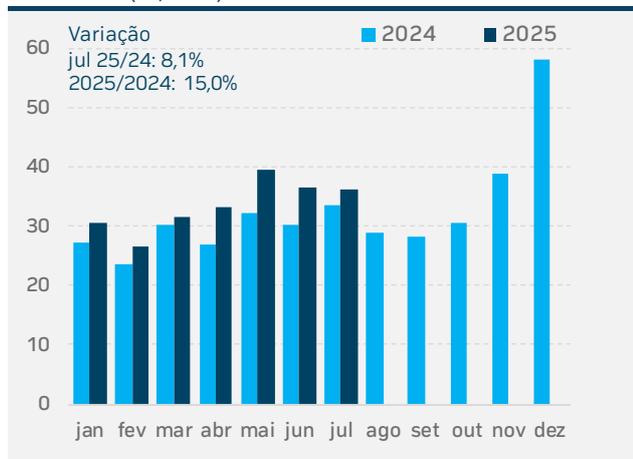




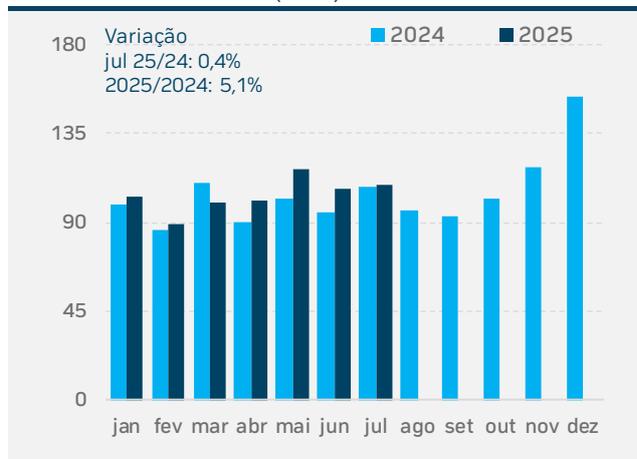
BOULEVARD SHOPPING BAURU (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.415.247	1.376.545	3%	9.781.821	9.160.974	7%
Aluguel complementar	241.225	136.724	76%	1.763.622	1.358.274	30%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	393.498	327.315	20%	2.527.825	2.160.726	17%
Outras receitas	72.636	31.891	-	107.346	128.189	-
Receitas totais	2.122.607	1.872.475	13%	14.180.615	12.808.164	11%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(172.264)	(389.570)	-56%	(1.445.496)	(1.559.744)	-7%
Outras despesas	(255.948)	(232.135)	10%	(1.797.292)	(1.386.602)	30%
Despesas totais	(428.213)	(621.704)	-31%	(3.242.788)	(2.946.346)	10%
Resultado sem estacionamento	1.694.394	1.250.770	35%	10.937.827	9.861.818	11%
Resultado estacionamento	499.107	426.167	17%	3.131.227	2.523.011	24%
Resultado operacional (NOI)	2.193.501	1.676.937	31%	14.069.054	12.384.829	14%
Benefitorias	(125.000)	-	-	(127.649)	(114.434)	12%
Resultado não operacional	12.438	(20.896)	-	96.767	(62.087)	-
Fluxo de caixa total	2.080.939	1.656.041	26%	14.038.171	12.208.307	15%

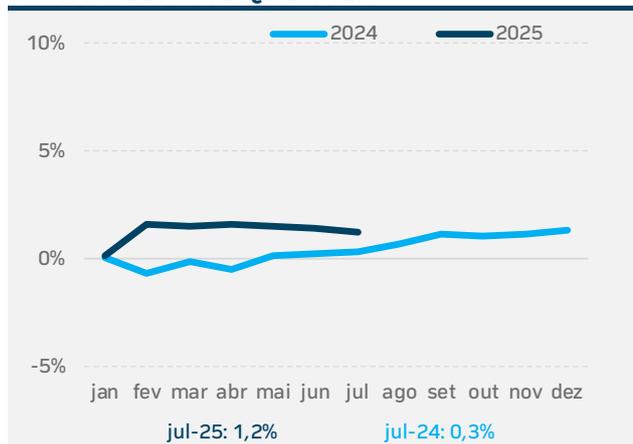
VENDAS (R\$ MM)



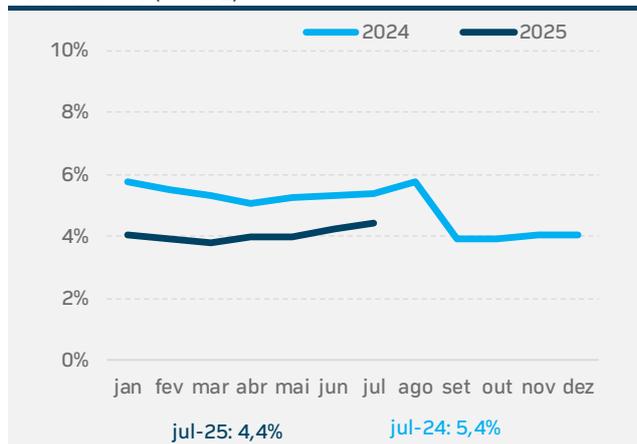
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING VILLALOBOS (5% DA CARTEIRA)

Localizado em uma área nobre da cidade de São Paulo, o Alto de Pinheiros, o Shopping VillaLobos é cercado pelo verde do Parque Villa Lobos e está inserido na identidade cultural e diversa da região. O empreendimento passou recentemente por um retrofit da área interna e por uma revitalização da fachada. Abaixo, na última fileira de fotos, trazemos as fotos da fachada finalizada.

Destacamos que o Shopping VillaLobos será patrocinador oficial do [SP Open](#), torneio feminino de tênis na categoria WTA 250 que será disputado pela primeira vez em setembro de 2025 no Parque Villa-Lobos. O SP Open marca o retorno da WTA a São Paulo após 25 anos, quando a cidade recebeu o Brasil Open de 2000.

Dentre outras ações e ativações de marca, o VillaLobos irá [sortear](#) 30 pares de ingressos do evento para os clientes e usuários do programa de benefícios do shopping.

Movimentações comerciais: saída do Gendai (22 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15,0%	28,4 mil m ²	217	2000	ALLOS

Principais Operações: St. Marche, Zara, MAC, Fast Shop, Le Lis Blanc, Cinemark, Outback, Ráscal, Cortés.

Endereço: Av. das Nações Unidas, 4.777 – São Paulo/SP

www.shoppingvillalobos.com.br



Fotos: Maurício Moreno.



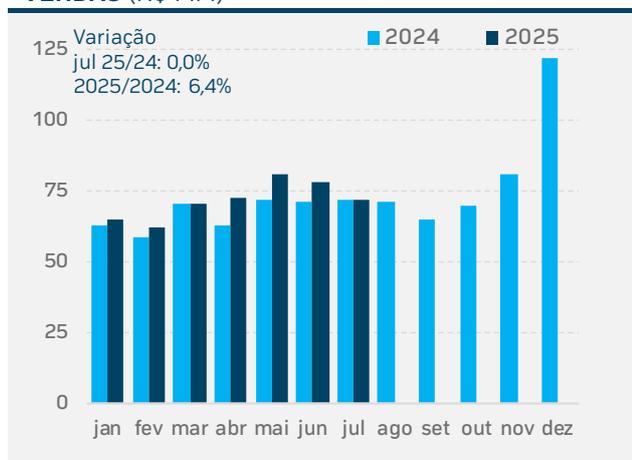
Fotos: Fachada revitalizada.



SHOPPING VILLALOBOS (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.133.124	4.140.578	0%	32.059.222	32.074.192	0%
Aluguel complementar	433.529	411.772	5%	3.451.349	3.495.430	-1%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	911.012	668.649	36%	6.084.386	5.624.696	8%
Outras receitas	210.492	201.705	4%	1.469.500	1.171.378	25%
Receitas totais	5.688.157	5.422.705	5%	43.064.457	42.365.695	2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(308.279)	(236.239)	30%	(1.324.323)	(1.258.072)	5%
Outras despesas	(911.195)	(652.306)	40%	(4.701.055)	(4.787.608)	-2%
Despesas totais	(1.219.474)	(888.545)	37%	(6.025.378)	(6.045.680)	0%
Resultado sem estacionamento	4.468.683	4.534.160	-1%	37.039.079	36.320.016	2%
Resultado estacionamento	1.593.690	1.414.134	13%	11.000.239	10.055.387	9%
Resultado operacional (NOI)	6.062.373	5.948.293	2%	48.039.318	46.375.403	4%
Benfeitorias	(1.836.091)	(4.102.498)	-55%	(6.050.403)	(11.048.624)	-45%
Resultado não operacional	59.724	9.900	503%	266.467	166.950	60%
Fluxo de caixa total	4.286.006	1.855.695	131%	42.255.382	35.493.729	19%

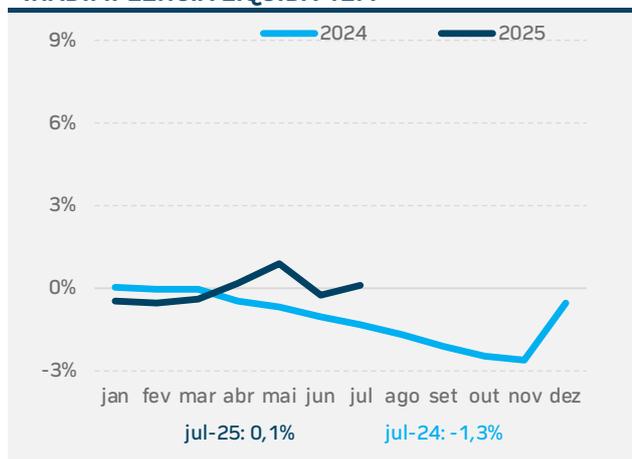
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (4% DA CARTEIRA)

O Shopping Praça da Moça é o primeiro shopping center de Diadema, região metropolitana de São Paulo e tornou-se referência como um polo de compras, lazer e serviços que visam facilitar o dia a dia dos clientes.

Destacamos que foi assinado contrato de locação para a entrada da Smart Fit, que ocupará uma área de 1.240 m² localizada no estacionamento, aumentando a ABL total do shopping. Esta entrada contribui muito para a qualificação do mix de serviços e lazer do empreendimento, e, espera-se que irá gerar uma forte atração de fluxo de clientes, colaborando para a reversão do quadro de queda do fluxo de veículos apresentado desde a saída da última operação de academia do shopping.

Movimentações comerciais: saídas da Hering (73 m²), Parmeggio (50 m²), Sua Hora Unha (33 m²) e Nhô Sorvetes (33 m²). Tivemos também entrada da Smart Fit em 1.240 m² de nova ABL.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
23,1%	31,4 mil m ²	137	2009	AD Shopping

Principais Operações: Riachuelo, C&A, Renner, Besni, Centauro, Dafyne, Magazine Luiza, Smart Fit (a inaugurar), Mania de Churrasco e Outback.

Endereço: R. Graciosa - Diadema, SP

www.shoppingpracadamoça.com.br



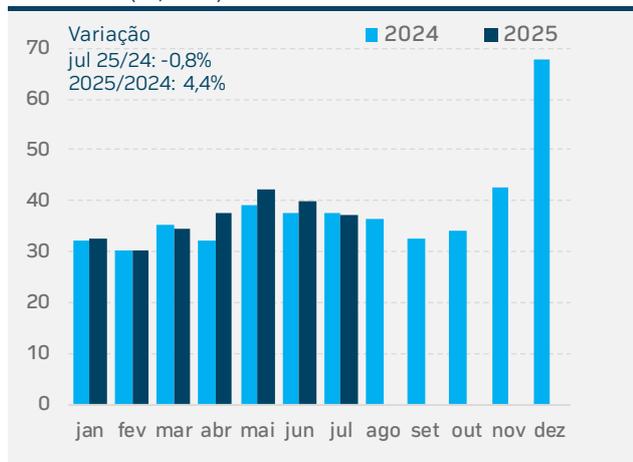
Fotos: Maurício Moreno.



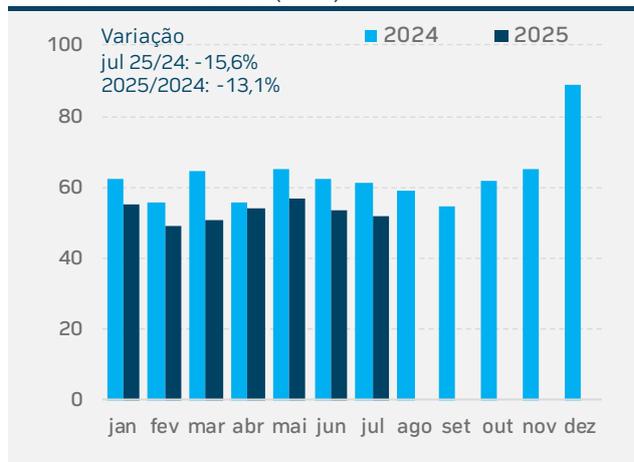
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (4% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.465.963	2.256.873	9%	17.873.850	16.819.251	6%
Aluguel complementar	111.904	124.089	-10%	899.279	824.753	9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	400.483	350.524	14%	2.721.219	2.735.589	-1%
Outras receitas	80.004	41.509	93%	405.566	492.592	-18%
Receitas totais	3.058.354	2.772.995	10%	21.899.914	20.872.185	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(96.494)	(80.679)	20%	(631.190)	(606.149)	4%
Outras despesas	(159.332)	(249.717)	-36%	(1.484.557)	(1.449.915)	2%
Despesas totais	(255.826)	(330.396)	-23%	(2.115.748)	(2.056.063)	3%
Resultado sem estacionamento	2.802.528	2.442.599	15%	19.784.167	18.816.122	5%
Resultado estacionamento	392.974	431.214	-9%	2.932.406	2.969.683	-1%
Resultado operacional (NOI)	3.195.501	2.873.812	11%	22.716.573	21.785.805	4%
Benefitorias	(150.000)	-	-	68.103	-	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	3.045.501	2.873.812	6%	22.784.676	21.785.805	5%

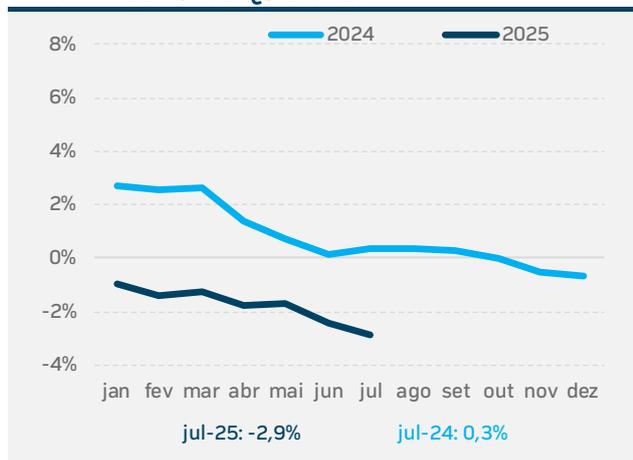
VENDAS (R\$ MM)



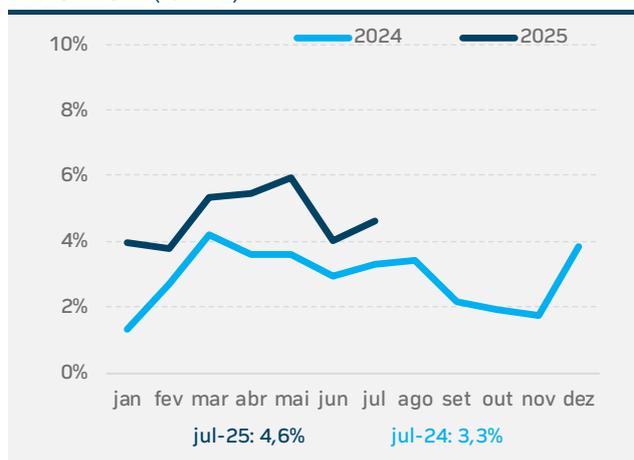
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Localizado em Araraquara - SP, cidade em intenso desenvolvimento, o Shopping Jaraguá Araraquara reúne uma arquitetura moderna a um ambiente acolhedor, sendo um dos principais destinos de compras, lazer e entretenimento da região.

Movimentações comerciais: entrada da Hering (123 m²) e saída da Pazzi per Gelato (34 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
25%	21,1 mil m ²	118	2001	WE9

Principais Operações: Coco Bambu, Outback, Renner, Riachuelo, C&A, Caedu, Inova Academia, 1 a 99, Moviecom Cinemas, Cobasi, Polo Wear.

Endereço: Av. Alberto Benassi, 2270 - Araraquara - SP

shoppingjaragua.com.br/araraquara/

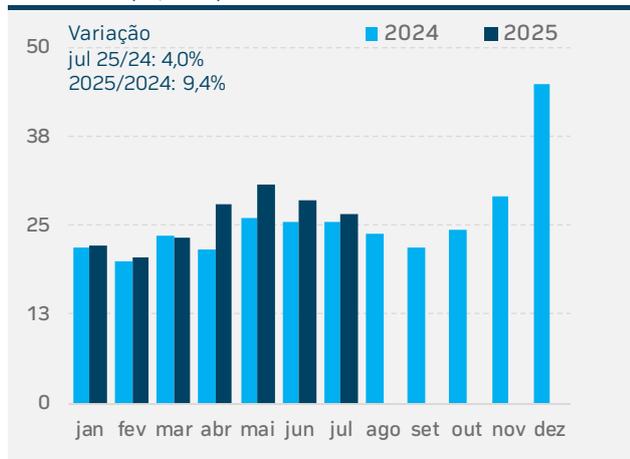




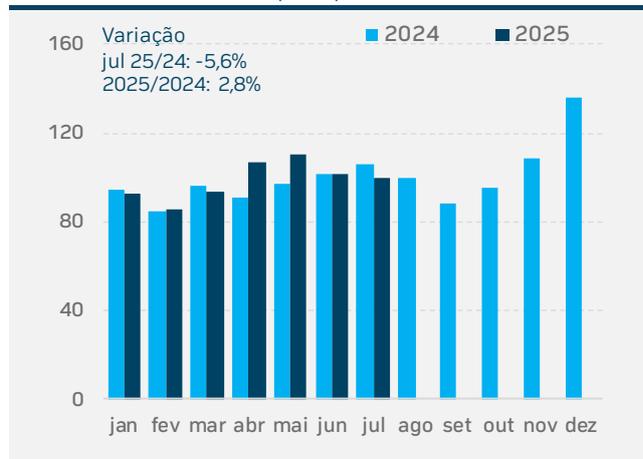
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	865.389	779.887	11%	6.497.852	6.118.302	6%
Aluguel complementar	201.423	247.651	-19%	1.565.977	1.553.399	1%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	491.567	449.591	9%	3.310.087	2.691.670	23%
Outras receitas	10.202	34.157	-70%	231.145	233.002	-1%
Receitas totais	1.568.581	1.511.286	4%	11.605.061	10.596.372	10%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(78.994)	(113.131)	-30%	(548.575)	(699.812)	-22%
Outras despesas	(152.955)	(80.667)	90%	(973.608)	(760.060)	28%
Despesas totais	(231.949)	(193.798)	20%	(1.522.182)	(1.459.871)	4%
Resultado sem estacionamento	1.336.632	1.317.487	1%	10.082.878	9.136.501	10%
Resultado estacionamento	489.666	391.595	25%	3.148.500	2.398.100	31%
Resultado operacional (NOI)	1.826.298	1.709.083	7%	13.231.378	11.534.601	15%
Benefitorias	(233.015)	(3.170)	7250%	(3.703.757)	(362.100)	923%
Resultado não operacional	(3.789)	-	-	(26.661)	-	-
Fluxo de caixa total	1.589.494	1.705.912	-7%	9.500.961	11.172.501	-15%

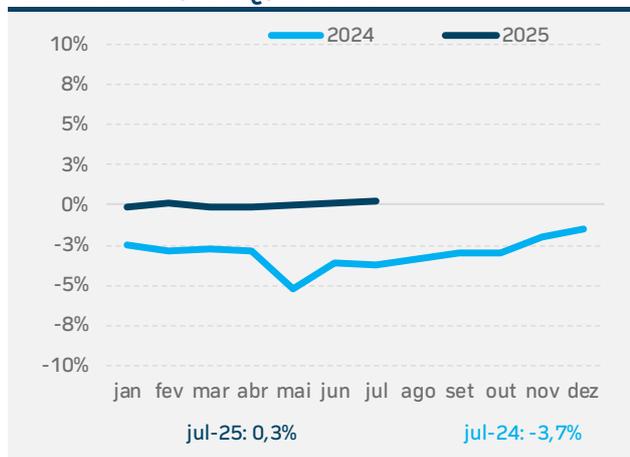
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

O I Fashion Outlet Novo Hamburgo, reconhecido pela qualificação de seu mix de lojistas, consolidou ainda mais esta posição e vem sendo destaque desde 2019, com diversas inaugurações e com isso mantendo a vacância em patamares historicamente baixos, inclusive em relação ao período pré pandemia.

Movimentações comerciais: entrada da Run More (83 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
18,4%	20,1 mil m ²	92	2013	Iguatemi

Principais Operações: Nike Outlet, Adidas, Puma, Hugo Boss, Calvin Klein, Diesel, Dolce & Gabbana e Tommy Hilfiger

Endereço: Rodovia BR 116 Km 239 – Novo Hamburgo, RS

iguatemi.com.br/ifashionoutleth

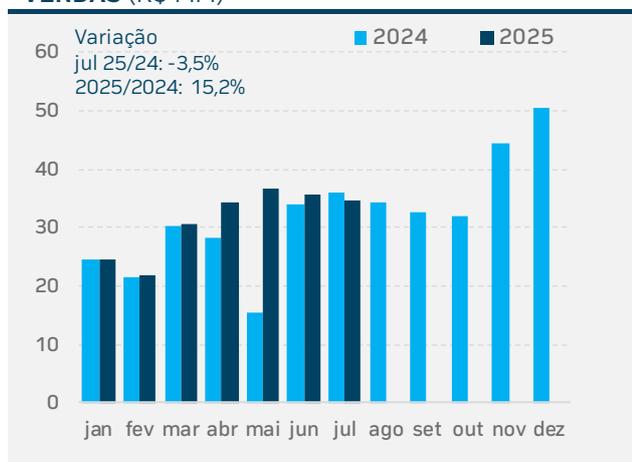




I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.224.618	1.169.955	5%	8.854.521	7.509.778	18%
Aluguel complementar	570.671	518.301	10%	3.212.701	2.689.322	19%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	189.290	111.389	70%	994.427	697.378	43%
Outras receitas	14.802	65.267	-77%	133.803	317.107	-58%
Receitas totais	1.999.381	1.864.912	7%	13.195.451	11.213.585	18%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(69.229)	(69.873)	-1%	(520.312)	(428.255)	21%
Outras despesas	(177.733)	(36.933)	381%	(1.150.306)	(850.572)	35%
Despesas totais	(246.962)	(106.807)	131%	(1.670.618)	(1.278.827)	31%
Resultado sem estacionamento	1.752.419	1.758.106	0%	11.524.833	9.934.758	16%
Resultado estacionamento	427.000	221.973	92%	2.518.006	840.479	200%
Resultado operacional (NOI)	2.179.419	1.980.078	10%	14.042.839	10.775.236	30%
Benefitorias	(68.884)	(102.669)	-33%	(199.965)	(1.087.227)	-82%
Resultado não operacional	7.327	(5.156)	-	(419.014)	(397.880)	5%
Fluxo de caixa total	2.117.861	1.872.253	13%	13.423.860	9.290.130	44%

VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Localizado a apenas 40 km da cidade de São Paulo, o Suzano Shopping atende toda a região do Alto Tietê, o que significa uma população de mais de um milhão de habitantes. O acesso fácil pelas principais rodovias da região é um dos atrativos do shopping.

Destacamos que a entrada da Riachuelo representa um importante passo na qualificação do mix comercial do Suzano, sendo também uma marca com alto poder de atração de público.

Movimentações comerciais: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15,0%	25,0 mil m ²	134	2000	HBR Realty

Principais Operações: Renner, Centerplex, Centauro, C&A, Riachuelo (a inaugurar), Magazine Luiza, Smart Fit e Outback.

Endereço: R. Sete de Setembro, 555 – Suzano, SP

www.suzanoshopping.com.br



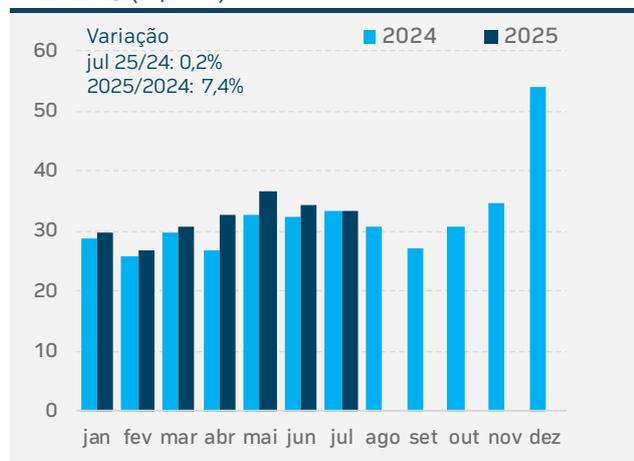
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno



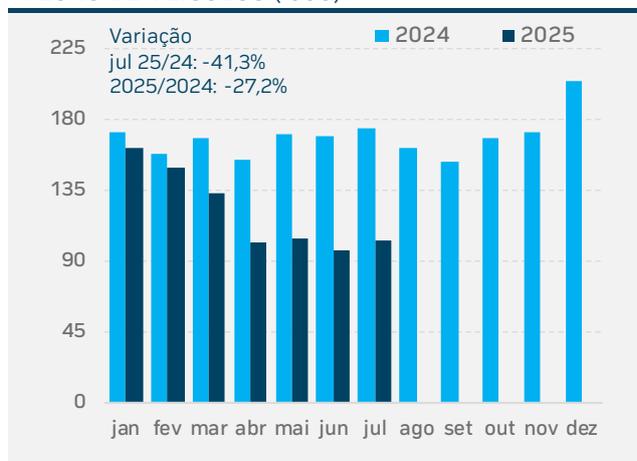
SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.409.113	1.398.141	1%	10.615.819	11.001.418	-4%
Aluguel complementar	206.473	243.371	-15%	1.538.052	1.309.296	17%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	450.926	323.048	40%	2.310.015	2.354.223	-2%
Outras receitas	116.711	135.502	-14%	695.270	922.048	-25%
Receitas totais	2.183.222	2.100.062	4%	15.159.157	15.586.985	-3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(68.032)	(73.440)	-7%	(466.917)	(665.399)	-30%
Outras despesas	(219.334)	(252.931)	-13%	(1.941.805)	(1.556.608)	25%
Despesas totais	(287.366)	(326.371)	-12%	(2.408.722)	(2.222.007)	8%
Resultado sem estacionamento	1.895.856	1.773.691	7%	12.750.435	13.364.978	-5%
Resultado estacionamento	584.813	728.282	-20%	3.784.754	3.431.890	10%
Resultado operacional (NOI)	2.480.669	2.501.973	-1%	16.535.189	16.796.869	-2%
Benfeitorias	(727.566)	(215.818)	237%	(3.412.418)	(2.428.150)	41%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	1.753.102	2.286.155	-23%	13.122.772	14.368.718	-9%

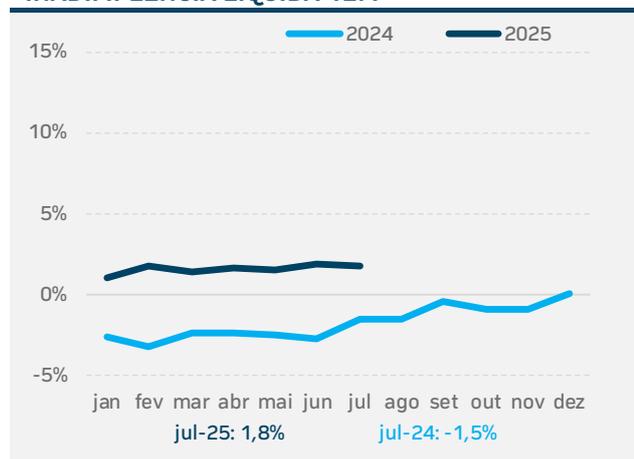
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Localizado no coração da Zona Norte, com grande influência econômica e cultural, o Partage Santana Shopping reúne comodidade, conforto e um mix variado de produtos e serviços.

Movimentações comerciais: saídas da MagicFeet (61 m²) e Visamundo (57 m²).

PARTICIPAÇÃO 15,0%	ABL TOTAL 26,7 mil m ²	OPERAÇÕES 165	INAUGURAÇÃO 2007	OPERADOR Partage
------------------------------	---	-------------------------	----------------------------	----------------------------

Principais Operações: Renner, UCI, Centauro, C&A, Riachuelo, Outback e Bio Ritmo.

Endereço: R. Conselheiro Moreira de Barros, 2.780 – São Paulo, SP

partagesantana.com.br/



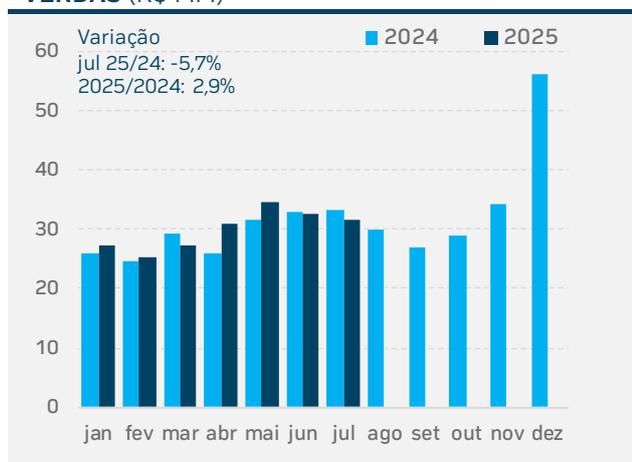
Fotos: Maurício Moreno.



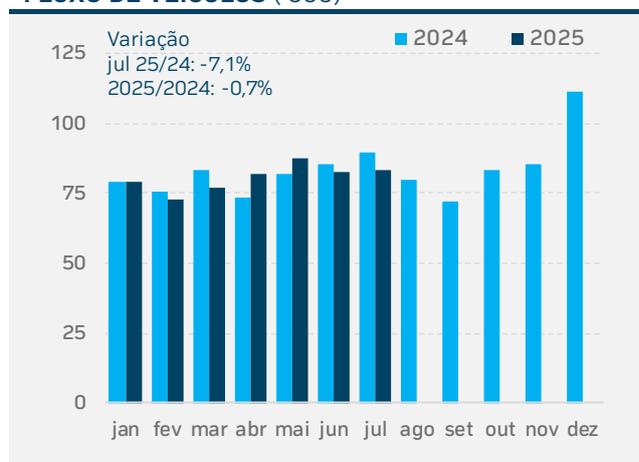
PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.569.246	1.398.712	12%	11.840.298	10.895.438	9%
Aluguel complementar	287.499	308.370	-7%	2.299.955	1.596.242	44%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	299.121	421.641	-29%	2.634.602	2.372.310	11%
Outras receitas	45.124	14.665	208%	461.735	55.629	730%
Receitas totais	2.200.989	2.143.389	3%	17.236.590	14.919.619	16%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(120.999)	(226.569)	-47%	(829.853)	(1.375.209)	-40%
Outras despesas	(262.156)	(188.307)	39%	(2.131.848)	(1.642.986)	30%
Despesas totais	(383.155)	(414.876)	-8%	(2.961.701)	(3.018.194)	-2%
Resultado sem estacionamento	1.817.834	1.728.513	5%	14.274.889	11.901.425	20%
Resultado estacionamento	900.694	675.980	33%	5.367.149	4.126.904	30%
Resultado operacional (NOI)	2.718.528	2.404.493	13%	19.642.038	16.028.328	23%
Benefitorias	(32.709)	(545.412)	-94%	(1.428.875)	(785.596)	82%
Resultado não operacional	(90.422)	(100.000)	-10%	(1.132.924)	(144.800)	682%
Fluxo de caixa total	2.595.397	1.759.081	48%	17.080.239	15.097.933	13%

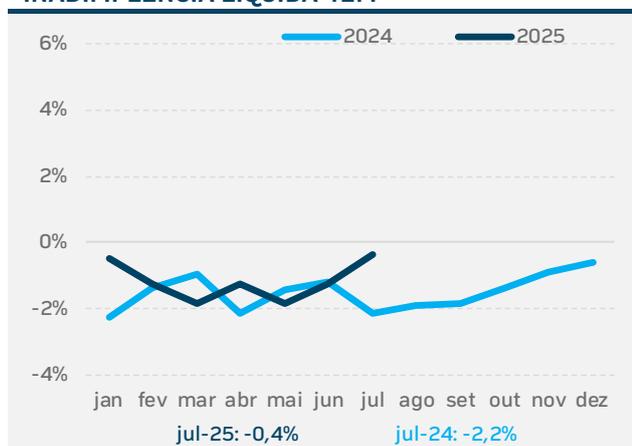
VENDAS (R\$ MM)



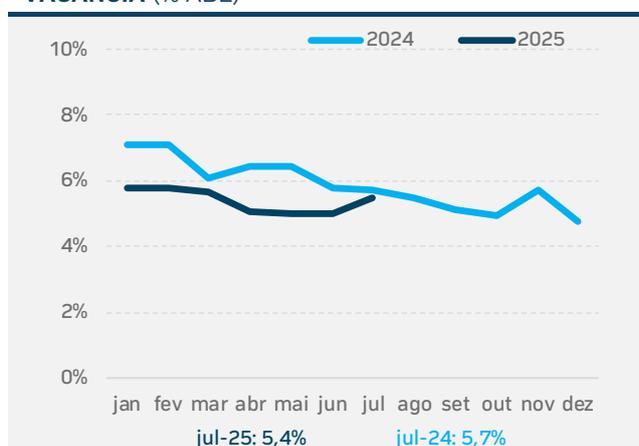
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

O Goiabeiras Shopping Center foi primeiro shopping do estado de Mato Grosso, é um dos principais centros de compras da capital. Esta característica tem como base seu foco em qualidade, atendimento e sua localização privilegiada, na região mais charmosa de Cuiabá.

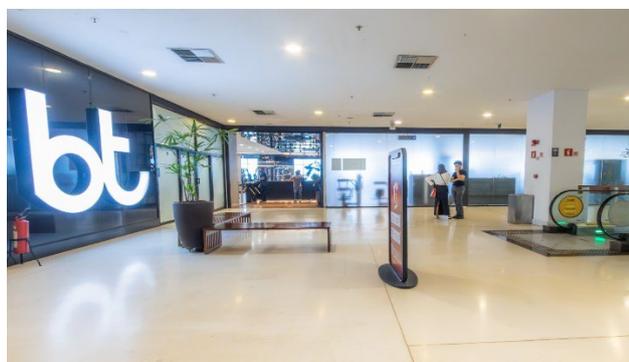
Movimentações comerciais: entrada da Phenom Idiomas (64 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
54,0%	26,3 mil m ²	166	1989	Soul Malls

Principais Operações: Bodytech, Cinelaser, Vivara, Track & field, Le Lis Blanc, John John, Dudalina, Brooksfeld, Avenida, Animale, Osklen, Maison Paris, Peixe ao Cubo, Sebrae.

Endereço: Av. José Monteiro de Figueiredo, 500 – Cuiabá, MT

www.goiabeirasshopping.com.br

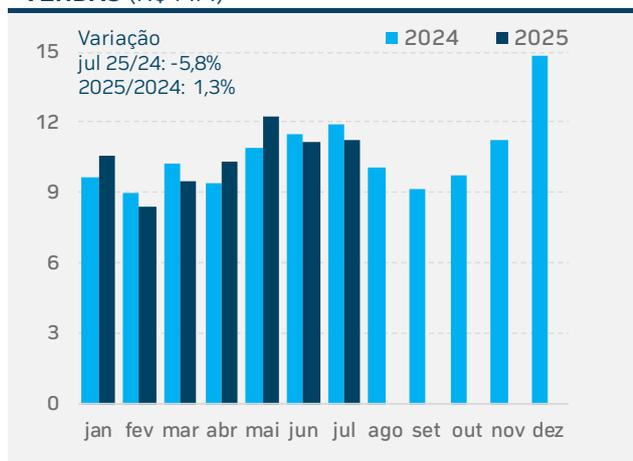




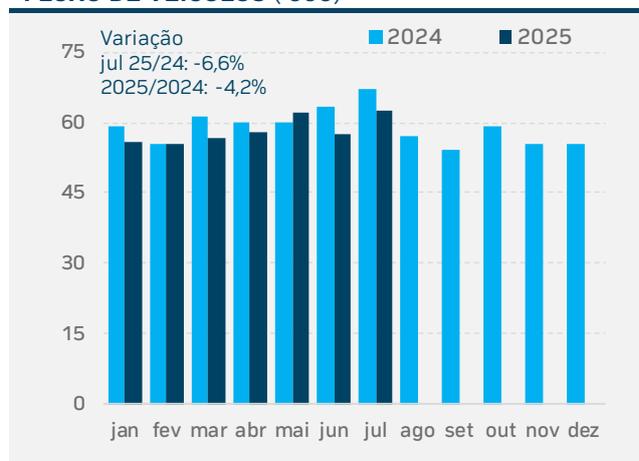
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	147.660	251.562	-41%	1.291.257	1.638.686	-21%
Aluguel complementar	77.616	123.172	-37%	661.407	824.305	-20%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	71.638	75.884	-6%	572.241	484.538	18%
Outras receitas	177	35.940	-100%	2.380	209.985	-99%
Receitas totais	297.091	486.558	-39%	2.527.285	3.157.514	-20%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(937.606)	(825.310)	14%	(5.557.602)	(5.342.644)	4%
Outras despesas	(59.168)	(57.591)	3%	(482.931)	(496.357)	-3%
Despesas totais	(996.774)	(882.901)	13%	(6.040.533)	(5.839.001)	3%
Resultado sem estacionamento	(699.683)	(396.343)	77%	(3.513.248)	(2.681.487)	31%
Resultado estacionamento	2.754	3.197	-14%	18.180	18.507	-2%
Resultado operacional (NOI)	(696.929)	(393.146)	77%	(3.495.068)	(2.662.980)	31%
Benfeitorias	(77.866)	(555.745)	-86%	(722.666)	(838.955)	-14%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	(774.795)	(948.891)	-18%	(4.217.734)	(3.501.935)	20%

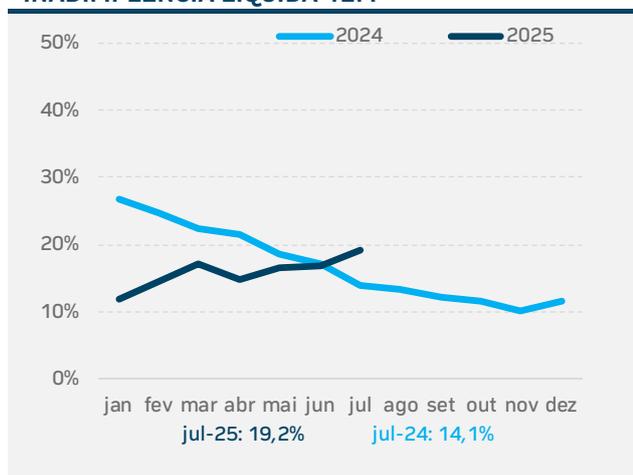
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Inaugurado em outubro de 1993, o Franca Shopping é um centro de compras e entretenimento pioneiro no interior de São Paulo. Foi concebido como open mall e com um icônico lago interno. Recentemente o shopping passou por uma revitalização da área interna e no estacionamento, a primeira grande revitalização nos quase 30 anos do shopping. Apesar de ser uma participação pouco representativa no portfólio do Fundo, é esperado que contribua estrategicamente para oportunidades futuras.

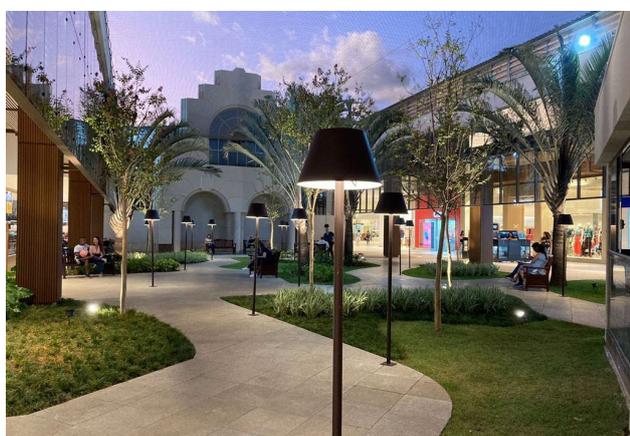
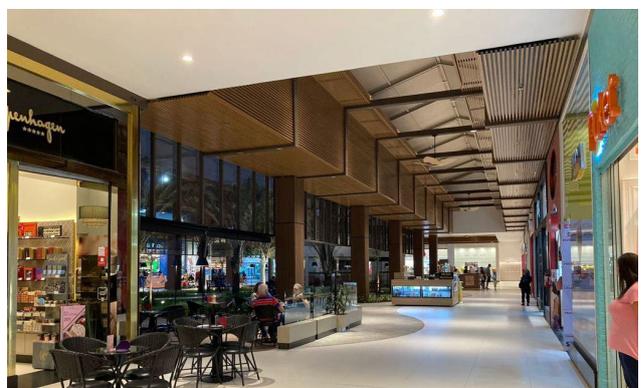
Movimentações comerciais: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
0,4%	18,7 mil m ²	100	1993	ALLOS

Principais Operações: Lojas Renner, Casas Bahia, C&A, Riachuelo, Maravilhas do Lar, Magazine Luiza e Centauro, Outback (a inaugurar).

Endereço: Av. Rio Negro, 1.100, Franca, SP

www.francashopping.com.br

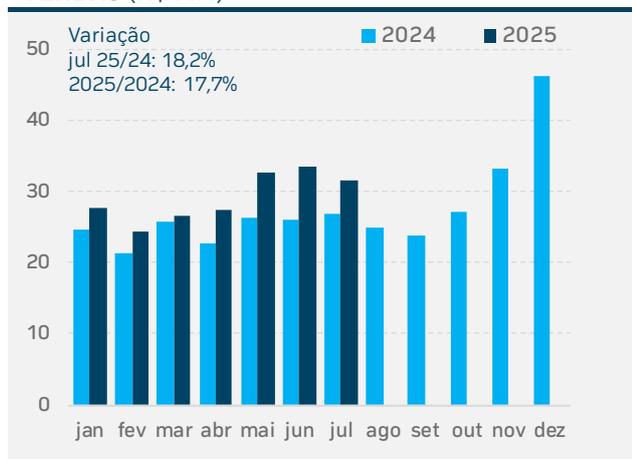




FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jul-25	Realizado jul-24	Varição vs. jul-24	Acum. jul-25	Acum. jul-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.319.686	1.178.639	12%	8.879.839	8.271.066	7%
Aluguel complementar	280.082	167.617	67%	1.806.001	1.300.475	39%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	301.840	293.310	3%	2.341.817	1.905.434	23%
Outras receitas	41.646	14.097	-	200.369	74.394	-
Receitas totais	1.943.255	1.653.663	18%	13.228.027	11.551.368	15%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(77.381)	(57.115)	35%	(444.763)	(356.349)	25%
Outras despesas	(314.561)	(214.842)	46%	(1.533.742)	(1.155.673)	33%
Despesas totais	(391.942)	(271.958)	44%	(1.978.506)	(1.512.022)	31%
Resultado sem estacionamento	1.551.313	1.381.705	12%	11.249.521	10.039.347	12%
Resultado estacionamento	637.642	471.858	35%	3.745.922	2.977.891	26%
Resultado operacional (NOI)	2.188.955	1.853.563	18%	14.995.443	13.017.238	15%
Benefitorias	(431.332)	(55.660)	675%	(1.675.351)	(349.262)	380%
Resultado não operacional	21.734	17.091	27%	(59.594)	(81.815)	-27%
Fluxo de caixa total	1.779.357	1.814.995	-2%	13.260.498	12.586.160	5%

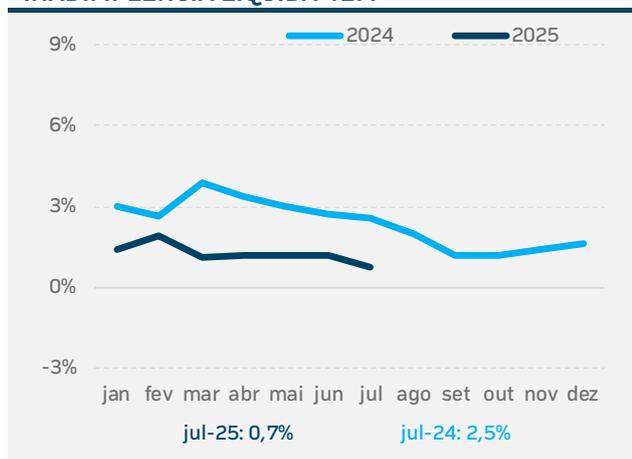
VENDAS (R\$ MM)



FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PARQUE D. PEDRO (7% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII HPDP11)

O Parque D. Pedro Shopping é o mais completo centro de compras, lazer, entretenimento e serviços da região de Campinas, e um dos maiores shoppings da América Latina. No encerramento de mês, o Fundo detinha uma participação de 7,7% do Shopping, por meio do Fundo HPDP11.

Atualmente, está em curso o projeto de revitalização completa do shopping e, expansão de cerca de 4,9 mil m² de ABL. O projeto deverá trazer uma rentabilidade real de 11,4% ao ano sobre o capital investido após sua maturação, esperada para o 3º ano.

Para maiores informações, sugerimos a leitura do relatório gerencial do Fundo ([link](#)).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
7,7%	126,2 mil m ²	387	2002	ALLOS

Principais Operações: Barbacoa, Bodytech, C&A, Camarada Camarão, Casas Bahia, Centauro, Clínica Diagmed, Daiso Japan, Decathlon, Empório Santa Therezinha, Expo Dom Pedro, H&M (a inaugurar), Jangada Restaurante, Kinoplex, Lago do Holandês, Madero, Magazine Luiza, Mamma Jamma, Marisa, Miniso, Mobly, Nagairô, O Matuto, Olive Garden, Pecorino, PEP da Polícia Federal, Pirajá, Renner, Riachuelo e Zara.

Endereço: Av. Guilherme Campos 500 – Campinas, SP

<https://parquedpedro.com.br/>



Fotos 1, 2 e 3: Maurício Moreno.

FLORIPA SHOPPING (4% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII FLRP11)

Aberto ao público em novembro de 2006, o Floripa Shopping possui localização privilegiada, arquitetura moderna, com iluminação natural, e o melhor mix de lojas da região. O empreendimento é um dos maiores e mais completos shoppings de Florianópolis e está localizado às margens da SC-401, uma das rodovias mais movimentadas da capital, que liga o Centro ao Norte da Ilha.

Para maiores informações, sugerimos a leitura do relatório gerencial do Fundo ([link](#)).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
25,6%	50,5 mil m ²	151	2006	Plena Malls

Principais Operações: Renner, Havan, Magazine Luiza, Riachuelo, Centauro e Cinemark.

Endereço: Rodovia SC-401, 3.116 Florianópolis, SC.

www.floripashopping.com.br



GRAND PLAZA SHOPPING (3% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII ABCP11)

O Grand Plaza Shopping é o principal centro de compras do Grande ABC e figura entre os maiores do país em ABL, com 70 mil metros quadrados, e reúne parte das marcas mais sólidas do varejo nacional.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
7,4%	69,5 mil m ²	284	1997	SYN

Principais Operações: Playcenter Family, Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, Fast Shop, Pernambucanas e Cinemark

Endereço: Av. Industrial, 600 – Santo André/SP

www.grandplazashopping.com.br



VIA PARQUE SHOPPING (1% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII FVPQ11)

Inaugurado em 1993, o **Via Parque Shopping** está localizado na Barra da Tijuca, Zona Oeste do Rio de Janeiro. O empreendimento possui **56,5 mil m² de Área Bruta Locável (ABL)**, com diversidade de operações entre lojas âncoras, megalojas, lazer, serviços e ampla praça de alimentação.

Reconhecido como um shopping voltado para a família, o Via Parque consolidou-se como um importante polo de conveniência e entretenimento na região. Apesar de a Barra da Tijuca ser uma das áreas de maior crescimento da cidade, também apresenta um dos maiores índices de ABL por habitante, o que intensifica a competição entre shoppings. Nos últimos anos, o aumento da concorrência impactou indicadores de fluxo e ocupação do empreendimento.

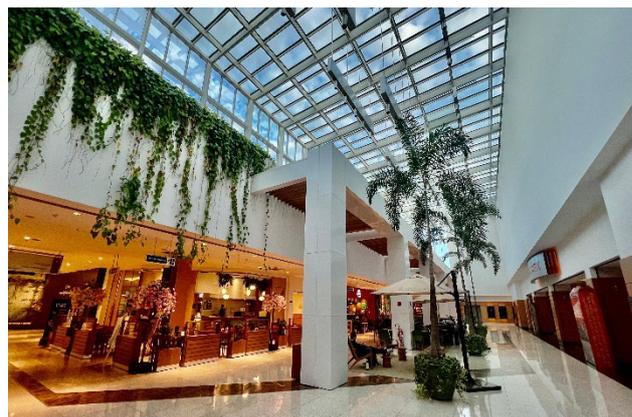
Por outro lado, movimentos recentes reforçam o reposicionamento do ativo: a inauguração de um supermercado, importante operação para agregação ao *tenant mix* do shopping, e a instalação de um hospital no terreno vizinho ampliam a atratividade do empreendimento, com potencial de incremento no fluxo de visitantes e no dinamismo da região.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
12,4%	56,5 mil m ²	200	1993	Alqia

Principais Operações: Cobasi, Daiso, Kalunga, Lojas Americanas, O Amigão, Renner, Smart Fit, Supermarket, Outback, Bar do Adão, Bardana, Bartô Galático, Esquillo's (a inaugurar), Galeteria Continental, Lorelai Cucina Mediterranea, Yuki Cozinha Japonesa, Kinoplex, Qualistage, PEP da Polícia Federal, Centro Médico Barra D'Or (a inaugurar).

Endereço: Av. Ayrton Senna, 3.000 – Rio de Janeiro, RJ

www.viaparqueshopping.com.br





GLOSSÁRIO

Área Bruta Locável (ABL): Equivalente à soma de toda a área disponível para a locação nos shopping centers, exceto merchandising.

ABL Própria: ABL total ponderada pela participação do Fundo em cada shopping.

ABRASCE: Associação Brasileira de Shopping Centers.

Aluguel mínimo ou aluguel base: é o aluguel mínimo do contrato de locação de um lojista.

Aluguel percentual ou aluguel complementar: É a diferença (quando positiva) entre o aluguel mínimo e o aluguel com base em porcentagem de vendas paga como aluguel.

Âncoras: grandes lojas conhecidas pelo público que atraem os consumidores ao shopping, gerando fluxo destes em demais áreas do shopping center.

B3: Brasil Bolsa Balcão S.A. - Bolsa de Valores, Mercadorias, Futuros e Mercado Balcão.

Benfeitorias: obras realizadas nos imóveis com objetivo de melhorar a condição do ativo.

CDI: sigla para Certificado de Depósito Interbancário, é a remuneração dos empréstimos realizados entre bancos diariamente e usada como referência a diversos investimentos.

CRI: sigla para Certificado de Recebíveis Imobiliários, ativo financeiro lastreado em créditos imobiliários.

Custo de ocupação: custo que engloba aluguel, condomínio e demais encargos de ocupação de um lojista.

Encargos de lojas vagas: despesas de unidades vagas pagas pelo proprietário, englobam energia, água, condomínio e fundo de promoção.

Encargos contratuais: parte de despesas de lojas locadas que são pagas pelo proprietário devido a negociações específicas com determinados locatários.

FFO: Sigla para "Funds From Operations", é o fluxo de caixa operacional gerado por ativos imobiliários.

IFIX: Índice de Fundos Imobiliários da B3.

Inadimplência Líquida: Percentual não recebido do aluguel vencido mensalmente, considerando o recebimento de períodos anteriores.

LCI: sigla para Letra de Crédito Imobiliário, ativo financeiro lastreado em créditos imobiliários.

Megalojas: lojas especializadas com área entre 500 a 999m² de ABL.

Malls: áreas comuns dos Shoppings locadas para stands e quiosques.

NOI: sigla para "Net Operating Income" ou Resultado Operacional Líquido, é o resultado após a dedução das despesas.

Operador: empresa especializada responsável pela administração do dia a dia do shopping.

Outlet: tipo especializado de shoppings centers que apresentam lojas de descontos ou de ponta de estoque.

Outras Despesas: inclui despesas como taxa de administração, comercialização, despesas jurídicas, auditorias, tarifas bancárias, entre outras.

Outras Receitas: inclui receitas como cessão de direitos de uso (CDU), taxas de transferências, multas e juros com aluguéis atrasados entre outras.

PIB: sigla para Produto Interno Bruto, a soma de todos os bens e serviços produzidos em determinada região.

Satélites: lojas menores sem características especiais, destinadas ao comércio em geral.

SSS (Vendas mesmas lojas): são as vendas em lojas que já estavam operando nos períodos comparados, desconsidera entradas e saídas de lojas.

Tenant-mix: se refere ao mix de lojistas de um shopping center, caracterizado por diferentes segmentos e produtos oferecidos, de forma a tornar o empreendimento atrativo.

Vacância: percentual não locado em relação a área bruta locável.



DOCUMENTOS

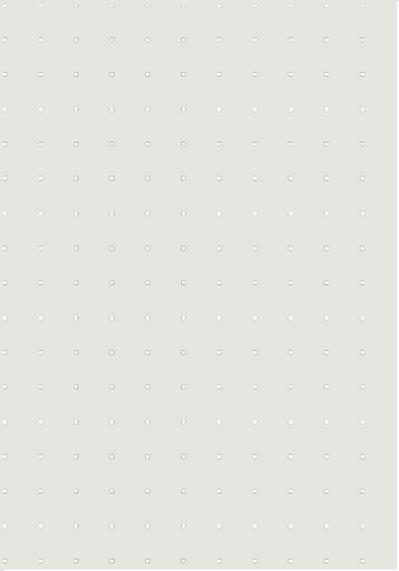
Regulamento vigente

Demonstrações
financeiras 2024

Informe Mensal



Este material foi preparado pela Hedge Investments, tem caráter meramente informativo e não deve ser entendido como oferta, recomendação ou análise de investimento ou ativos, material promocional, solicitação de compra ou venda. Recomendamos consultar profissionais especializados e independentes para uma análise específica, personalizada antes da sua decisão sobre produtos, serviços e investimentos, incluindo eventuais necessidades e questões relativas a aspectos jurídicos, incluídos aspectos de direito tributário e das sucessões. As informações veiculadas, os valores e as taxas são referentes às datas e às condições indicadas no material e não serão atualizadas. Verifique a tributação aplicável. As referências aos produtos e serviços são meramente indicativas e não consideram os objetivos de investimento, a situação financeira ou as necessidades individuais e particulares dos destinatários. O objetivo de investimento não constitui garantia ou promessa de rentabilidade. Os dados acima consistem em uma estimativa e não asseguram ou sugerem a existência de garantia de resultados ou isenção de risco para o investidor. O administrador do Fundo e o gestor da carteira não se responsabilizam por decisões dos investidores acerca do tema contido neste material nem por ato ou fato de profissionais e especialistas por eles consultados. A rentabilidade obtida no passado não representa garantia de rentabilidade futura. Fundos de Investimento não são garantidos pelo administrador do fundo, gestor da carteira, por qualquer mecanismo de seguro, ou ainda, pelo Fundo Garantidor de Crédito (FGC). Projeções não significam retornos futuros. O objetivo de investimento, as conclusões, opiniões, sugestões de alocação, projeções e hipóteses apresentadas são uma mera estimativa e não constituem garantia ou promessa de rentabilidade e resultado ou de isenção de risco pela Hedge Investments. Ao investidor é recomendada a leitura cuidadosa tanto do prospecto, se houver, quanto do regulamento do Fundo, com especial atenção para as cláusulas relativas ao objetivo e à política de investimento do Fundo, bem como às disposições do prospecto que tratam dos fatores de risco a que este está exposto. Caso o índice comparativo de rentabilidade utilizado neste material não seja o benchmark descrito no regulamento do fundo, considere tal índice meramente como referência econômica e não como meta ou parâmetro de performance. Verifique se os fundos utilizam estratégia com derivativos como parte integrante de suas políticas de investimento. Verifique se os fundos investem em crédito privado. Os fundos apresentados podem estar expostos a significativa concentração em ativos de poucos emissores, variação cambial e outros riscos. Os riscos eventualmente mencionados neste material não refletem todos os riscos, cenários e possibilidades associados ao ativo. A Hedge Investments não se responsabiliza por erros, omissões ou pelo uso das informações contidas neste material, bem como não garante a disponibilidade, liquidação da operação, liquidez, remuneração, retorno ou preço dos produtos ativos mencionados neste material. As informações, conclusões e análises apresentadas podem sofrer alteração a qualquer momento e sem aviso prévio. O investimento em determinados ativos financeiros pode sujeitar o investidor a significativas perdas patrimoniais. Ao investidor cabe a responsabilidade de se informar sobre todos os riscos, previamente à tomada de decisão sobre investimentos. Ao investidor caberá a decisão final, sob sua única e exclusiva responsabilidade, acerca dos investimentos e ativos mencionados neste material. São vedadas a cópia, a distribuição ou a reprodução total ou parcial deste material, sem a prévia e expressa concordância da Hedge Investments. Relação com Investidores: ri@hedgeinvest.com.br. Ouvidoria: canal de atendimento de última instância às demandas que não tenham sido solucionadas nos canais de atendimento primários da instituição. ouvidoria@hedgeinvest.com.br ou pelo telefone 0800 761 6146.



hedge.

INVESTMENTS

Av. Brigadeiro Faria Lima, 3600
11º andar cj 112 04538-132
Itaim Bibi São Paulo SP

hedgeinvest.com.br