

# Hedge Brasil Shopping FII

## HGBS11



Fotos: ParkShopping São Caetano

DEZEMBRO DE 2025

# Relatório Gerencial



<b>SUMÁRIO NAVEGÁVEL</b>	<b>pág.</b>
OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS	<b>3</b>
PRINCIPAIS DESTAQUES	<b>4</b>
DESEMPENHO DO FUNDO	<b>9</b>
CARTEIRA DE INVESTIMENTOS	<b>13</b>
SHOPPING JARDIM SUL	<b>15</b>
SHOPPING PENHA	<b>17</b>
CAPIM DOURADO SHOPPING	<b>19</b>
MOOCA PLAZA SHOPPING	<b>21</b>
SHOPPING WEST PLAZA	<b>23</b>
TIVOLI SHOPPING CENTER	<b>25</b>
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING	<b>29</b>
BOULEVARD SHOPPING BAURU	<b>29</b>
SHOPPING VILLALOBOS	<b>31</b>
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA	<b>33</b>
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA	<b>35</b>
SUZANO SHOPPING	<b>37</b>
PARTAGE SANTANA SHOPPING	<b>39</b>
I FASHION OUTLET	<b>41</b>
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER	<b>43</b>
FRANCA SHOPPING	<b>45</b>
SHOPPING PARQUE D. PEDRO	<b>47</b>
FLORIPA SHOPPING	<b>48</b>
GRAND PLAZA SHOPPING	<b>49</b>
VIA PARQUE SHOPPING	<b>50</b>
GLOSSÁRIO	<b>51</b>
DOCUMENTOS	<b>52</b>



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 m<sup>2</sup> 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

<b>COTA PATRIMONIAL</b>	<b>INÍCIO DAS ATIVIDADES</b>
<b>R\$ 20,75</b>	Novembro de 2006
<b>COTA DE MERCADO</b>	<b>ADMINISTRADORA</b>
<b>R\$ 20,00</b>	Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.
<b>VALOR DE MERCADO</b>	<b>GESTORA</b>
<b>R\$ 2,6 bi</b>	Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.
<b>QUANTIDADE DE COTAS</b>	<b>TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão)</b>
<b>129.133.010</b>	0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas
<b>QUANTIDADE DE COTISTAS</b>	<b>TAXA DE PERFORMANCE</b>
<b>144.640</b>	Não há
<b>ABL PRÓPRIA <sup>1</sup></b>	<b>OFERTAS CONCLUÍDAS</b>
<b>241,8 mil m<sup>2</sup></b>	Dez emissões de cotas realizadas
	<b>CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO</b>
	HGBS11
	<b>TIPO ANBIMA</b>
	FII Renda Gestão Ativa – Shoppings
	<b>PRAZO</b>
	Indeterminado
	<b>PÚBLICO-ALVO</b>
	Investidores em geral
	<b>RATING</b>
	brAA+ atribuído pela S&P Global Ratings Brasil ( <a href="#">link</a> )

## 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](mailto:ri@hedgeinvest.com.br).



<sup>1</sup> 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: 31/12/2025.

## PRINCIPAIS DESTAQUES

### MOVIMENTAÇÕES RECENTES-AQUISIÇÃO DO SÃO CAETANO E BAURU, VENDA DO SUZANO

Conforme divulgado via [Fato Relevante](#), em 6 de janeiro de 2026, foi concluída a Operação que envolveu a aquisição de 35% do Boulevard Shopping Bauru, pelo valor de R\$ 91.455.000,00, e a alienação de 15% do Suzano Shopping, pelo valor de R\$ 51.120.000,00. **Considerando o NOI dos últimos 12 meses findos em nov/25, as transações ocorreram a um *cap rate* de 9,3% para a aquisição do Bauru e 8,6% para a venda do Suzano. Considerando o NOI projetado para os próximos 12 meses do Bauru, estimamos um *cap rate* de 10,3% para a aquisição.**

Adicionalmente, no dia 26 de dezembro de 2025 foi divulgado via [Fato Relevante](#) que o Fundo realizou o pagamento da 1ª parcela para a aquisição de 20,00% de participação no ParkShopping São Caetano, no valor de R\$ 118.778.000. O preço total da aquisição é de R\$ 237.000.000,00, sendo que ainda serão pagas 2 parcelas correspondentes a 25% do preço cada, em 12 e 18 meses após o fechamento da operação, com correção por IPCA a partir da assinatura do MOU.

As três operações configuram um movimento estratégico de aumento de participação em um ativo já controlado pelo Fundo e entrada em um ativo administrado pela Multiplan, referência na indústria de shopping centers, bem como saída de um ativo pouco representativo na carteira. Ainda, as transações reforçam a estratégia de qualificação do portfólio, ampliando a exposição a ativos de alta qualidade em condições atrativas: **apresentam, em conjunto, *cap rate* de 9,1%, sendo que o retorno no primeiro ano é estimado em 15,2%, em razão das condições de pagamento do ParkShopping São Caetano.** As operações foram concluídas por meio de securitização de créditos imobiliários, conforme apresentação divulgada a mercado.

Para mais informações sobre as transações, recomendamos a visualização da apresentação anexa ao [Fato Relevante](#) divulgado em 6 de janeiro de 2025.

### 11ª EMISSÃO DE COTAS DO HEDGE BRASIL SHOPPING FII

Em 7 de janeiro de 2026 a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Hedge Brasil Shopping, comunicou via [Fato Relevante](#) que foi celebrado o Instrumento Particular de Aprovação dos Termos e Condições da Distribuição Pública Primária de Cotas da 11ª Emissão do Hedge Brasil Shopping Fundo de Investimento Imobiliário. O montante total da Oferta é inicialmente estimado em até R\$ 664.671.251,76, considerando os custos de emissão, podendo ser aumentado em até 15,68% pelo Lote Adicional. O preço de emissão é de R\$ 20,84 / cota, equivalente ao valor patrimonial de novembro/25 somado ao Custo Unitário de Distribuição de 2,25%.

Maiores detalhes serão divulgados a mercado em momento oportuno através dos Documentos da Oferta.

### HPDP11 - AQUISIÇÃO DE 12,086% DO SHOPPING PARQUE DOM PEDRO

No dia 30 de dezembro de 2025, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do fundo HPDP, comunicou aos Cotistas via [Fato Relevante](#) que foi firmado **Compromisso de Venda e Compra para aquisição da fração ideal de 12,086%**, fração resultante da divisão entre os condôminos preferentes no direito de preferência oferecido para aquisição de fração ideal de 25,86%, conforme determina os instrumentos de governança do ativo.

O Preço da transação é de R\$ 292.045.707,00, sendo que foi pago naquela data 10% do Preço a título de sinal. Ainda, serão devidas 6 parcelas mensais e consecutivas de R\$ 43.806.856,00 após a superação de todas as condições precedentes. As parcelas subsequentes serão corrigidas pelo IPCA a partir do pagamento da 1ª parcela.

Considerando o resultado operacional orçado para 2026, **a transação apresenta um *cap rate* estimado de 9,4%.**

O andamento da transação foi possibilitado pelo início da [4ª Emissão de Cotas do HPDP](#), conforme aprovado em [AGE](#). Adicionalmente, vale destacar que o HGBS votou pela aprovação da emissão, conforme deliberado pelos cotistas na [AGE do HGBS](#). A participação do HGBS na Oferta do HPDP está sendo avaliada pela equipe de gestão.

Recomendamos a visualização da apresentação anexa à [Proposta da Administradora e da Gestora](#) visando um maior detalhamento da operação. Todos os documentos relativos às consultas formais estão disponibilizados no sistema FundosNet, no site da B3 e nas páginas do [HPDP](#) e [HGBS](#).



## MANÉ MERCADO SÃO PAULO – INAUGURAÇÃO WEST PLAZA

Destacamos que, em 8 de dezembro de 2025, foi iniciada a operação do [Mané Mercado São Paulo](#) no Shopping West Plaza, com um evento de abertura para convidados, influenciadores, jornalistas e operadores, atingindo um engajamento de mais de 105 mil visualizações nas redes sociais em menos de 24 horas.

Inspirado nos mercados gastronômicos de grandes cidades ao redor do mundo, a primeira unidade do [Mané Mercado](#) foi inaugurada em 2022 na cidade de Brasília-DF, nos arredores do Estádio Nacional Mané Garrincha.

No West Plaza, o complexo gastronômico reúne diversas operações culinárias em um ambiente agradável e acolhedor, oferecendo uma experiência única e diversificada aos visitantes, com completa sinergia ao boulevard do empreendimento. Adicionalmente à proposta gastronômica, o Mané Mercado tem em sua essência a proposta de servir como uma opção de lazer e entretenimento, promovendo eventos musicais e culturais que se integram à gastronomia e ao público local. Além disso, a operação conta com uma curadoria de alta qualidade, processos operacionais inovadores e sistema de cobrança único, que elevam a experiência dos clientes a um patamar diferenciado, sem comparação aos demais players nacionais.

Ainda, em sua unidade inaugural, é possível identificar uma grande sinergia entre a operação e os eventos sediados pelo Estádio Mané Garrincha, atendendo o público em dias de shows e jogos. A expectativa é de que isso se repita no West Plaza, em dias de eventos sediados pelo Allianz Parque, arena mais dinâmica e que mais recebe eventos na cidade de São Paulo.

Conforme [divulgado](#), a unidade paulista nasce com a expectativa de atrair aproximadamente 1 milhão de visitantes por ano e com a meta de faturar cerca de R\$ 60 milhões no primeiro ano de operação.

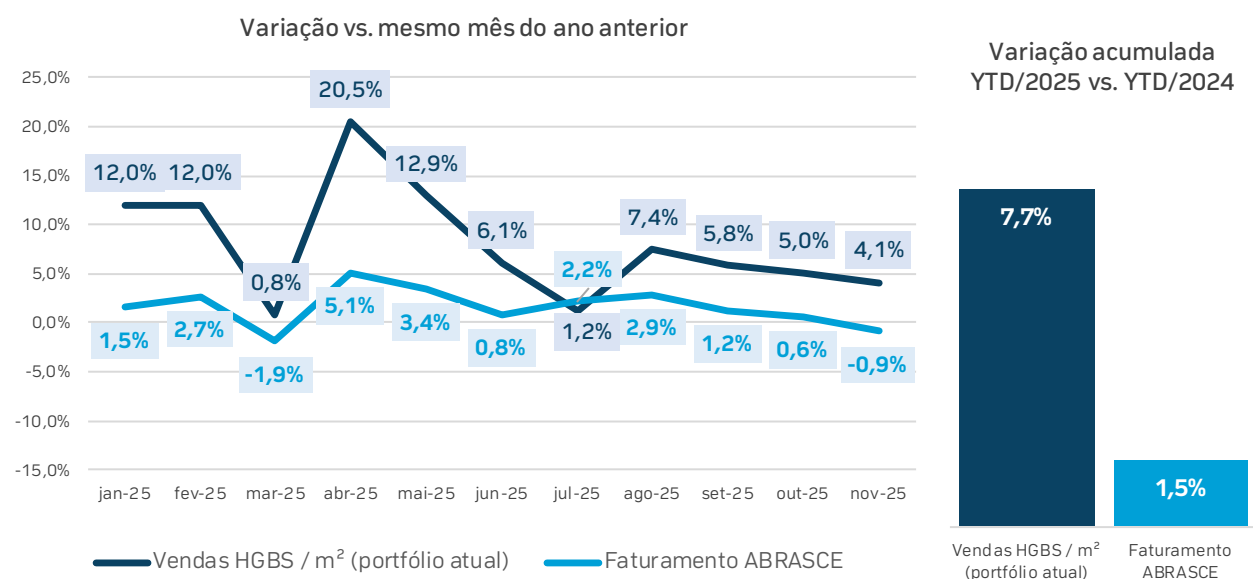


Fotos: Soft opening Mané Mercado São Paulo.

## MERCADO DE SHOPPING CENTERS - MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em novembro, o mercado de shoppings brasileiro apresentou retração de 0,9% 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 5,1%. Considerando o acumulado de 2025, temos um crescimento nominal de vendas de 1,5% vs. o mesmo período de 2024.

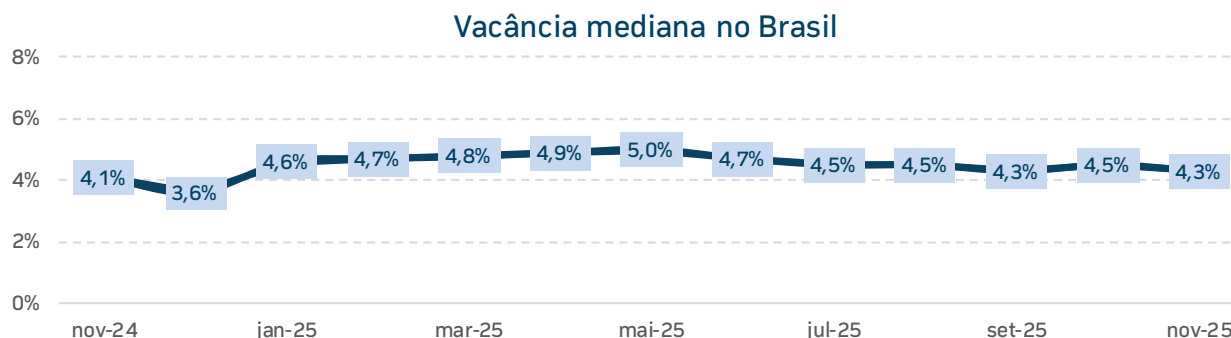
Abaixo, trazemos as variações do faturamento do setor em relação ao ano anterior, em termos nominais, comparadas às variações do indicador de vendas / m<sup>2</sup> do HGBS.



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

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

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
nov/25	4,3%	5,3%	3,6%	3,7%	4,4%
out/25	4,5%	5,2%	3,6%	4,2%	5,5%



Fonte: Abrasce, Hedge

## INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de novembro considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira no ano anterior. Destacamos que, as movimentações recentes no portfólio, incluindo as aquisições de 20% do ParkShopping São Caetano e 35% do Boulevard Shopping Bauru, além da venda de 15% do Suzano Shopping, somente serão refletidas nos indicadores operacionais de janeiro de 2026, ou seja, a partir do relatório gerencial de fevereiro de 2026.

**VENDAS/M<sup>2</sup>:** O portfólio do Fundo apresentou vendas/m<sup>2</sup> de R\$ 1.466 em novembro, o que representa um crescimento de 4,1% vs. novembro de 2024. Levando em conta o acumulado de 2025, as vendas apresentam crescimento de 7,7% em comparação ao mesmo período de 2024.

**VACÂNCIA:** O Fundo encerrou novembro com 4,6% da ABL vaga vs. 4,8% em outubro e 5,0% em nov/24. Tivemos redução geral da vacância no portfólio, com 13 ativos apresentando diminuição da taxa de vacância.

**NOI/M<sup>2</sup>:** Em novembro, o NOI/m<sup>2</sup> do Fundo foi de R\$ 86,4/m<sup>2</sup>, um crescimento de 12,1% vs. novembro de 2024. No acumulado do ano de 2025, o indicador apresenta crescimento de 8,4% em comparação ao mesmo período de 2024. Destacamos que, em novembro/25, tivemos uma base elevada de recuperação de inadimplência e de recebimentos de estacionamento e aluguel mínimo, colaborando para o crescimento expressivo do NOI em relação a outubro/24.

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

Novembro - 2025					VENDAS (100%)			NOI (100%)		
Portfólio <sup>1</sup>	% da Carteira	Part.	ABL (100%)	Vacância	R\$/m <sup>2</sup>	R\$/m <sup>2</sup> vs. nov/24	YTD vs. 2024	R\$/m <sup>2</sup>	R\$/m <sup>2</sup> vs. nov/24	YTD vs. 2024
Jardim Sul	15%	80,0%	28.719	2,3%	2.337	1,2%	4,7%	152,3	8,7%	4,0%
Penha	10%	87,6%	29.779	3,8%	1.823	5,1%	5,2%	125,5	49,0%	13,9%
Pq D. Pedro <sup>2</sup>	6%	7,7%	126.267	1,0%	1.758	3,9%	5,3%	150,7	-0,1%	8,6%
Capim Dourado	8%	60,0%	38.731	4,3%	1.274	-2,9%	3,3%	69,1	-1,2%	12,5%
Mooca	7%	20,0%	42.067	0,9%	2.569	8,4%	8,6%	165,6	6,4%	5,7%
West Plaza <sup>2</sup>	7%	89,9%	35.059	8,6%	824	3,3%	9,9%	35,0	31,8%	4,7%
Tivoli	6%	59,0%	25.779	0,9%	1.617	-1,7%	4,5%	97,6	2,6%	3,2%
Bauru	5%	65,0%	34.550	2,8%	1.273	13,6%	14,4%	58,5	13,9%	13,9%
São Bernardo	6%	35,0%	42.943	3,8%	1.246	-0,3%	3,6%	75,1	-8,8%	-1,0%
Villa Lobos	5%	15,0%	28.394	3,2%	3.003	4,6%	6,2%	239,0	-3,3%	3,4%
Floripa <sup>2</sup>	3%	25,7%	50.469	1,7%	1.293 <sup>4</sup>	2,8%	29,2%	57,0	2,4%	14,5%
Pr. da Moça	4%	23,1%	31.131	1,8%	1.416	0,3%	2,0%	103,7	-1,4%	3,3%
Araraquara	2%	25,0%	21.099	4,5%	1.481	7,6%	16,0%	86,0	12,9%	21,2%
Suzano	2%	15,0%	25.042	2,2%	1.553	12,1%	7,5%	96,1	-10,5%	0,5%
Santana	2%	15,0%	25.884	5,5%	1.353	2,4%	3,3%	96,8	29,1%	22,3%
IFONH	2%	18,4%	20.049	1,7%	2.558	15,6%	10,8%	101,1	17,4%	22,0%
Via Parque <sup>2</sup>	0,5%	12,4%	56.485	10,4%	565	17,2%	6,4%	36,7	-2010,0%	46,5%
Goiabeiras	1%	54,0%	25.831	17,3%	474	10,8%	6,6%	-10,6	na	na
Franca	0,03%	0,4%	18.955	0,8%	2.127	20,5%	17,7%	124,2	21,7%	13,6%
<b>HGBS<sup>1 3</sup></b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>236.634</b>	<b>4,6%</b>	<b>1.466</b>	<b>4,1%</b>	<b>7,7%</b>	<b>86,4</b>	<b>12,1%</b>	<b>8,4%</b>

<sup>1</sup> Não considera Grand Plaza visto que não temos acesso aos números.

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

<sup>3</sup> Indicadores próprios, considerando a participação atual do Fundo em cada ativo.

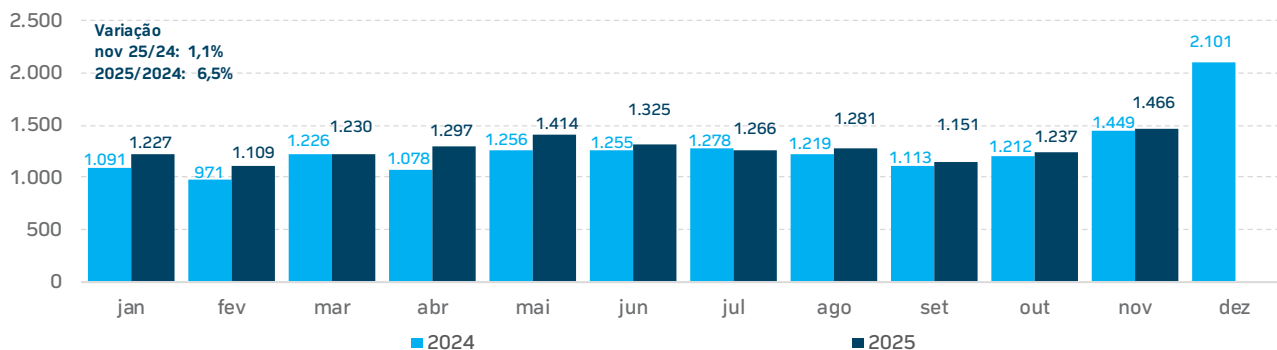
<sup>4</sup> Não considera ABL de lajes corporativas.

Fonte: Hedge, Administradoras.

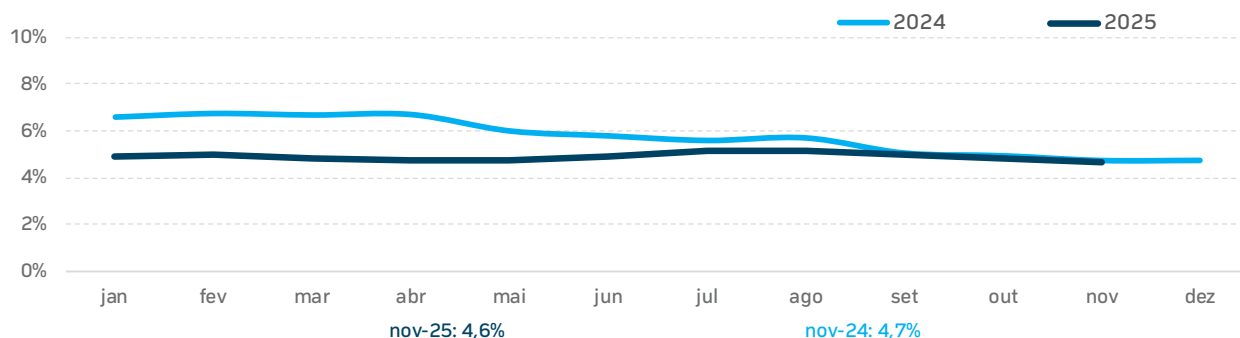
## INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

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.

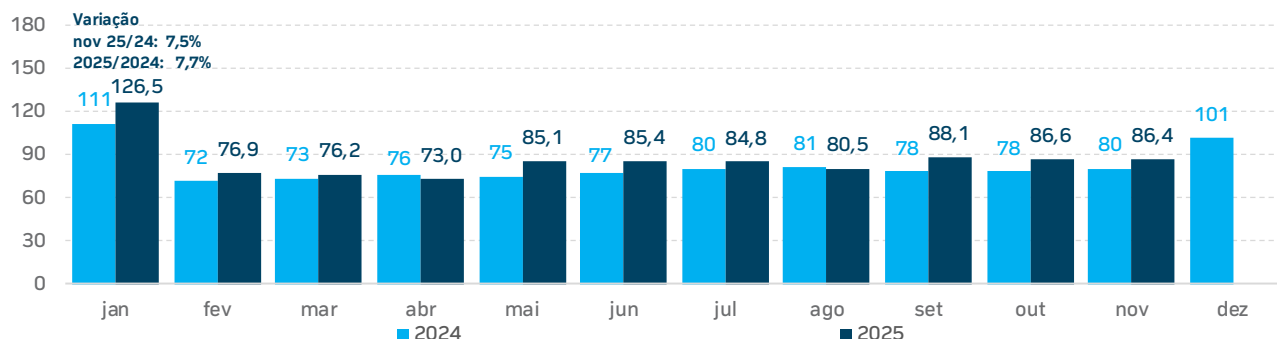
### VENDAS TOTAIS / M<sup>2</sup> (R\$)



### VACÂNCIA (% ABL)



### EVOLUÇÃO DO NOI/M<sup>2</sup> (R\$/M<sup>2</sup>, SOB REGIME DE CAIXA)



Fonte: Hedge, Administradores



## DESEMPENHO DO FUNDO

### RESULTADO

Em dezembro, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,153 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,150 / cota como rendimento referente ao mês de dezembro de 2025, considerando as 129.133.010 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 15 de janeiro de 2026, aos detentores de cotas em 30 de dezembro 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.

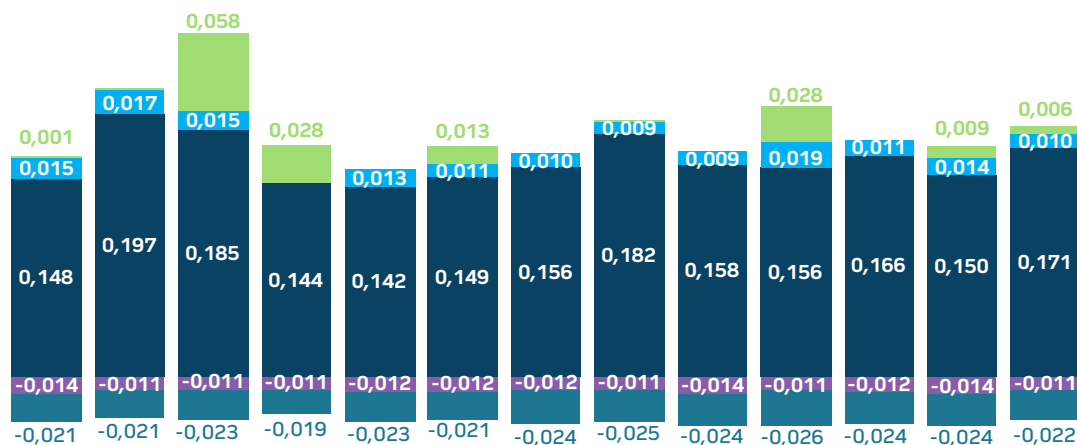
HGBS 11	dez-25	R\$ / Cota	2025	R\$ / Cota Médio Mensal
<b>Receita Imobiliária</b>	<b>22.094.239</b>	<b>0,171</b>	<b>252.523.398</b>	<b>0,163</b>
Imóveis	18.873.149	0,146	213.902.072	0,138
FIs Estratégicos - Rendimento	3.221.090	0,025	38.621.326	0,025
<b>Outras Receitas</b>	<b>1.313.925</b>	<b>0,010</b>	<b>17.964.754</b>	<b>0,012</b>
FIs Líquidos - Rendimento	688.600	0,005	7.908.608	0,005
CRI	113.418	0,001	4.294.799	0,003
LCI	61.382	0,000	1.381.746	0,001
Renda Fixa	450.526	0,003	4.379.601	0,003
<b>Total de Despesas</b>	<b>(4.347.142)</b>	<b>(0,034)</b>	<b>(53.690.714)</b>	<b>(0,035)</b>
Despesas operacionais	(1.445.157)	(0,011)	(18.227.322)	(0,012)
Despesas financeiras	(2.901.984)	(0,022)	(35.463.393)	(0,023)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>19.061.022</b>	<b>0,148</b>	<b>216.797.438</b>	<b>0,140</b>
<b>Lucro Operações</b>	<b>731.866</b>	<b>0,006</b>	<b>18.385.461</b>	<b>0,012</b>
Imóveis	-	-	16.497.480	0,011
FIs Estrat. - Ganho de Capital	1.006.837	0,008	2.195.371	0,001
FIs Líquidos - Ganho de Capital	(44.620)	(0,000)	(44.620)	(0,000)
IR Ganho FIs	(230.351)	(0,002)	(262.770)	(0,000)
<b>Resultado HGBS11</b>	<b>19.792.889</b>	<b>0,153</b>	<b>235.182.899</b>	<b>0,152</b>
<b>Rendimento HGBS11</b>	<b>19.369.952</b>	<b>0,150</b>	<b>240.187.399</b>	<b>0,155</b>

**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



	dez-24	jan-25	fev-25	mar-25	abr-25	mai-25	jun-25	jul-25	ago-25	set-25	out-25	nov-25	dez-25	Média 12m
Resultado Total	0,129	0,181	0,224	0,143	0,120	0,140	0,130	0,155	0,130	0,166	0,141	0,136	0,153	0,152
Rendimento	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,155
Resultado Acumulado	0,046	0,067	0,131	0,114	0,074	0,054	0,024	0,030	0,010	0,026	0,017	0,003	0,006	-

## PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Destacamos que a indicação da distribuição de rendimentos de 2026 será divulgada no próximo relatório gerencial.

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\$ 20,00**.

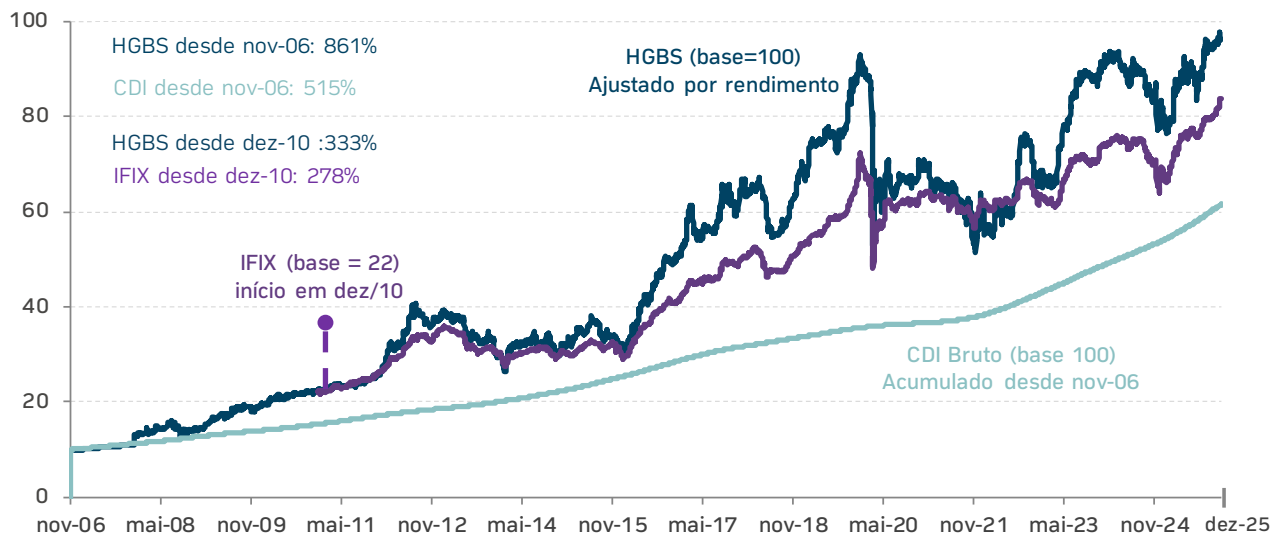
Hedge Brasil Shopping FII	dez/25	2025	Início
<b>Cota Aquisição (R\$)</b>	<b>20,00</b>	<b>18,61</b>	<b>10,00</b>
Renda Acumulada	0,8%	10,0%	280,4%
Ganho de Capital Líquido	0,0%	6,0%	80,0%
TIR Líq. (Renda + Venda)	0,8%	16,9%	1415,0%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	9,0%	16,9%	15,3%
<b>% CDI Líquido</b>	<b>72,7%</b>	<b>140,2%</b>	<b>323,2%</b>
<b>Retorno Total Bruto</b>	<b>0,8%</b>	<b>17,5%</b>	<b>380,4%</b>
<b>IFIX</b>	<b>3,1%</b>	<b>21,1%</b>	<b>258,9%<sup>1</sup></b>
<b>% IFIX</b>	<b>23,9%</b>	<b>82,9%</b>	<b>119,8%<sup>2</sup></b>

<sup>1</sup> Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

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

## RENTABILIDADE ACUMULADA

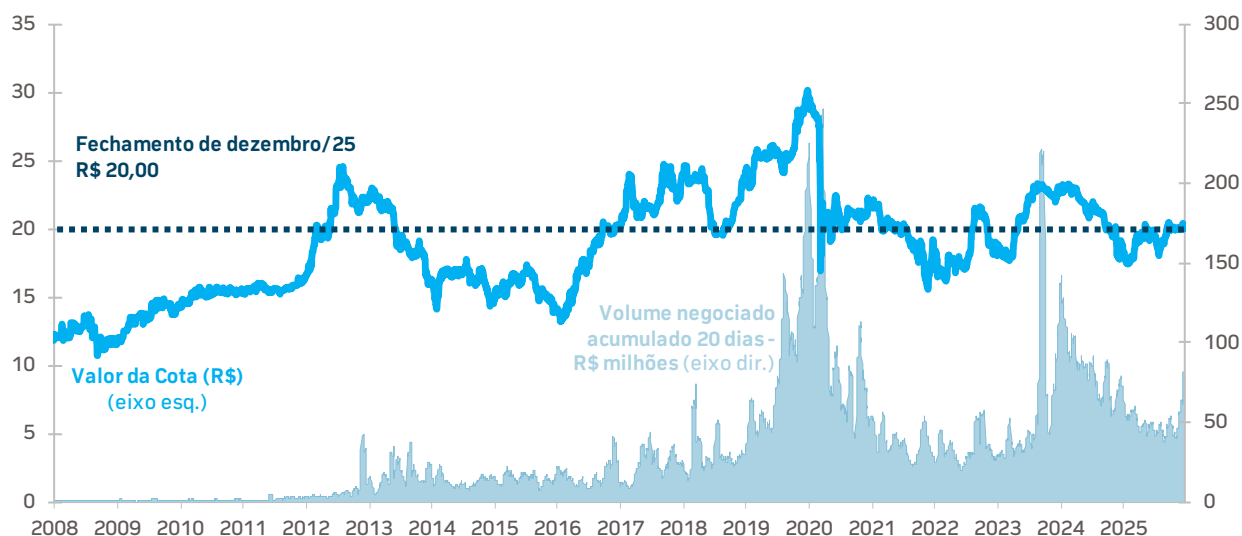
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Econômica

## LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	dez/25	2025
Presença em pregões	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	3,1%	25,9%
Volume negociado (R\$ milhões)	81,2	640,4
Volume médio diário (R\$ milhões)	4,1	2,6



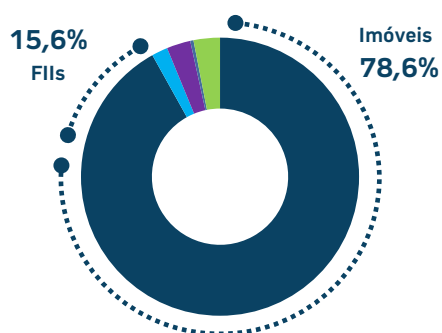
Fonte: Hedge / B3 / Econômica



## CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

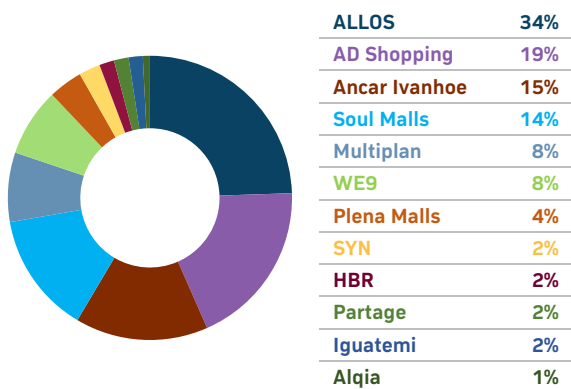
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 21 shopping centers, distribuídos em dezesseis cidades e seis estados, sendo 16 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 94,3% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 7 shoppings, que totalizam 50% do valor investido em ativos estratégicos. **Destacamos que a operação de aquisição de 35% do Boulevard Bauru e venda de 15% do Suzano foi concluída apenas em janeiro, portanto, será refletida na carteira do próximo relatório gerencial.**

### DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	94,3%	FIIs Líquidos	2,0%
CRIs e LCIs	2,6%	Fundos RF	1,2%

### DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



### DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

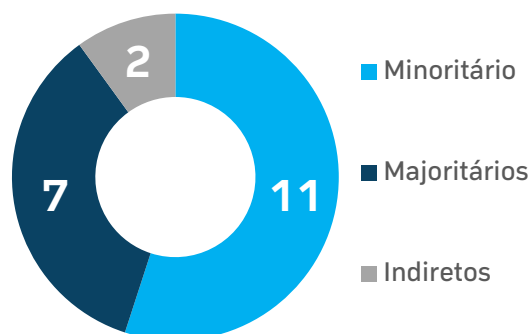


### DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

São Paulo	86%
Tocantins	7%
Santa Catarina	4%
Rio Grande do Sul	2%
Rio de Janeiro	1%
Mato Grosso	1%



### QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



Fonte: Hedge

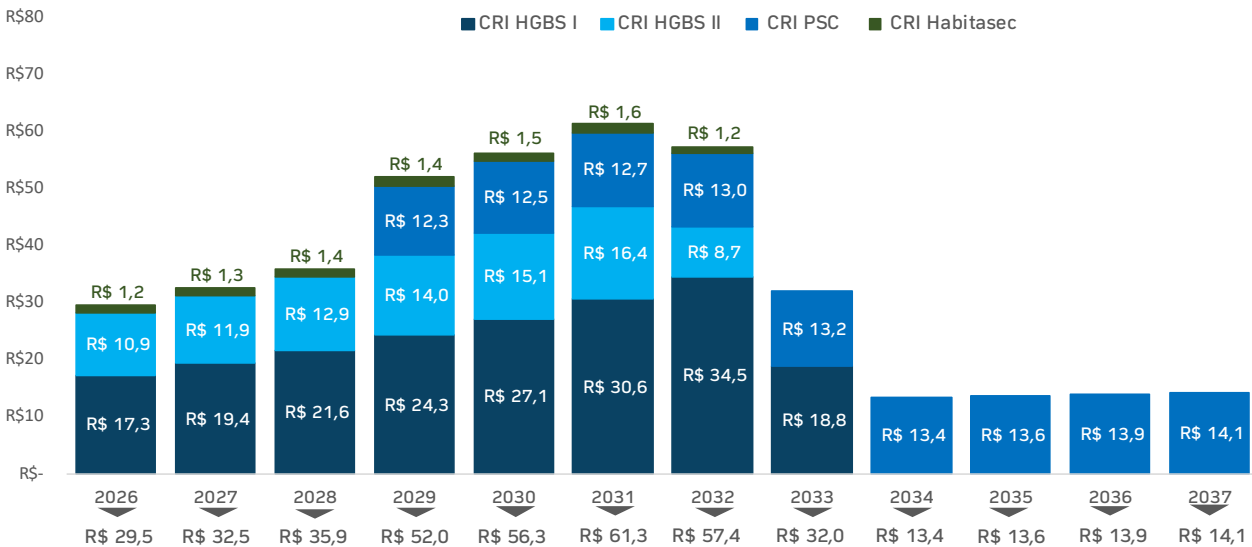


ALAVANCAGEM DO FUNDO

Em junho de 2023, foi emitido um 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 CRI, identificado abaixo como “CRI HGBS II”, e pela assunção de dívida já existente, identificada abaixo como “CRI Habitasec”. Em dezembro de 2025 foram levantados recursos via CRI para a aquisição de 20% do ParkShopping São Caetano, identificado abaixo como “CRI PSC”. As características e fluxo de pagamentos estão apresentados abaixo. Vale destacar que a emissão do CRI Bauru ocorreu em janeiro, portanto, apenas será refletida no próximo relatório gerencial.

Relação Dívida / PL		15,9%			
Identificação	CRI HGBS I	CRI HGBS I	CRI HGBS II	CRI PSC	CRI Habitasec
Séries	174ª e 196ª da TrueSec	197ª e 198ª da TrueSec	242ª da Virgo	135ª da Província	205ª e 348ª da Habitasec
Código IF	<a href="#">23F2356215</a> / <a href="#">23F2354249</a>	<a href="#">23F2356518</a> / <a href="#">23F2356527</a>	<a href="#">24L1967186</a>	<a href="#">25L3091365</a>	<a href="#">20J0030144</a> / <a href="#">20J0947707</a>
Saldo devedor	R\$ 99.085.999	R\$ 104.396.980	R\$ 94.468.522	R\$ 118.999.131	R\$ 10.083.240
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	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 65% do Bauru	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.	CDI + 1,75% a.a.	IPCA + 5,38% a.a.
Data de emissão	06/2023	06/2023	12/2024	12/2025	12/2024
Vencimento	06/2033	06/2033	06/2032	12/2037	09/2032

FLUXO DE AMORTIZAÇÃO POR VENCIMENTO (R\$ milhões)



Fonte: Hedge, True Securitizadora

## SHOPPING JARDIM SUL (15% 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.

Destacamos uma movimentação comercial estratégica realizada para viabilizar duas mudanças relevantes no mix de lojistas do Jardim Sul: i) a entrada do CEMA Medicina Especializada, referência em oftalmologia e otorrinolaringologia e uma das operações de saúde que mais crescem no mercado; ii) a ampliação da área do Espaço Curumim Kids, que também terá seu escopo de atuação expandido.

Essa movimentação atende a um desejo antigo da gestão e preenche duas lacunas importantes no mix do shopping: a ausência de uma operação de saúde com atendimento clínico e a falta de uma oferta completa de lazer e recreação infantil. Além de qualificar o mix, a iniciativa reforça a ancoragem de serviços do shopping e aumenta a rentabilidade do shopping.

**Movimentações comerciais:** entrada da Plie (38 m<sup>2</sup>) e saída da unidade antiga da CVC (74 m<sup>2</sup>), que entrou em setembro em uma loja menor (30 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO 80,0%	ABL TOTAL 28,7 mil m <sup>2</sup>	OPERAÇÕES 171	INAUGURAÇÃO 1990	OPERADOR Ancar + Hedge
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	---------------------------

**Principais Operações:** Renner, C&A, CEMA Medicina Especializada (a inaugurar), Centauro, Fast Shop, Pão de Açúcar, Outback, Almanara, Madero, América e UCI Cinemas.

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

[www.shoppingjardimsul.com.br](http://www.shoppingjardimsul.com.br)



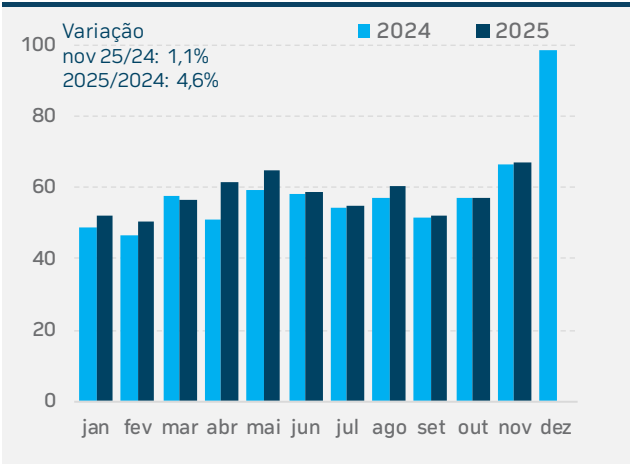
Fotos: Maurício Moreno.



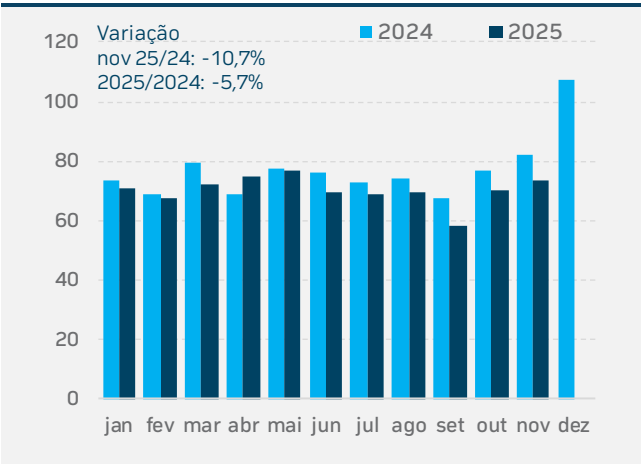
SHOPPING JARDIM SUL (15% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.643.530	2.669.480	-1%	30.851.450	30.609.577	1%
Aluguel complementar	183.630	137.996	33%	2.503.367	2.110.046	19%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	898.094	525.601	71%	6.409.427	6.143.075	4%
Outras receitas	30.829	76.203	-60%	657.199	956.013	-31%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.756.083</b>	<b>3.409.279</b>	<b>10%</b>	<b>40.421.443</b>	<b>39.818.711</b>	<b>2%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(70.229)	(81.126)	-13%	(709.832)	(1.019.029)	-30%
Outras despesas	(428.695)	(449.503)	-5%	(5.510.247)	(5.406.114)	2%
<b>Despesas totais</b>	<b>(498.924)</b>	<b>(530.629)</b>	<b>-6%</b>	<b>(6.220.079)</b>	<b>(6.425.143)</b>	<b>-3%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>3.257.159</b>	<b>2.878.651</b>	<b>13%</b>	<b>34.201.364</b>	<b>33.393.568</b>	<b>2%</b>
Resultado estacionamento	1.117.348	1.146.876	-3%	11.923.395	10.969.041	9%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>4.374.507</b>	<b>4.025.527</b>	<b>9%</b>	<b>46.124.759</b>	<b>44.362.609</b>	<b>4%</b>
Benfeitorias	(36.989)	(383.249)	-90%	(466.958)	(1.090.557)	-57%
Resultado não operacional	(14.119)	(13.682)	3%	(330.104)	902.485	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>4.323.399</b>	<b>3.628.595</b>	<b>19%</b>	<b>45.327.698</b>	<b>44.174.537</b>	<b>3%</b>

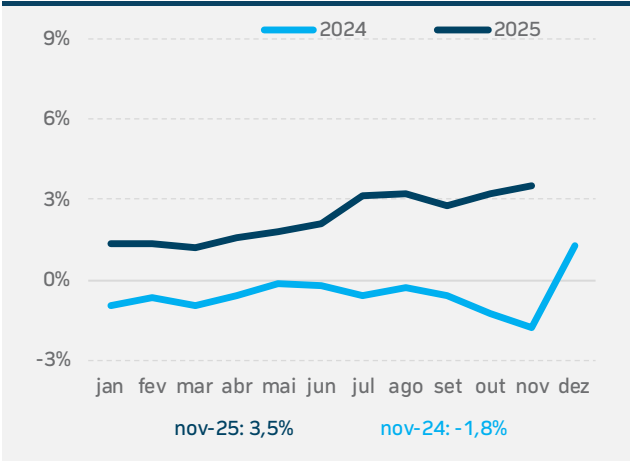
VENDAS (R\$ MM)



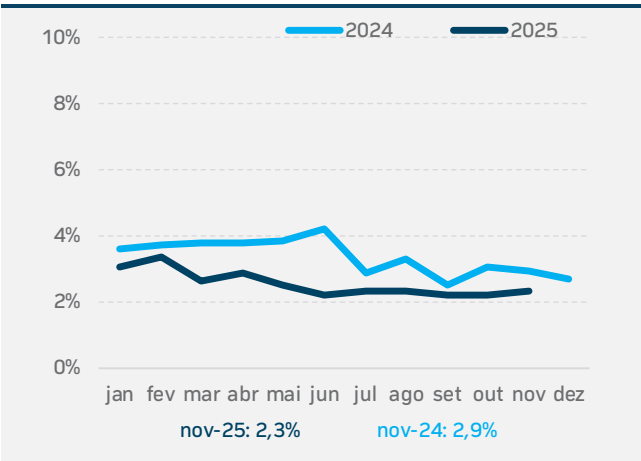
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)





## SHOPPING PENHA (10% 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:** saída do Grego Grill (28 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
87,6%	29,8 mil m²	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](http://www.shoppingpenha.com.br)



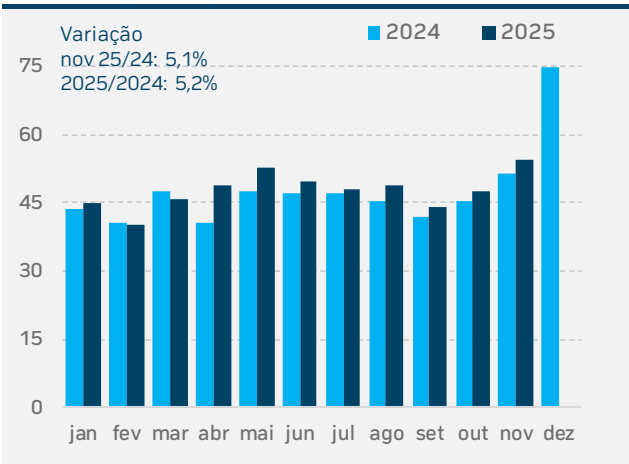
Fotos: Maurício Moreno



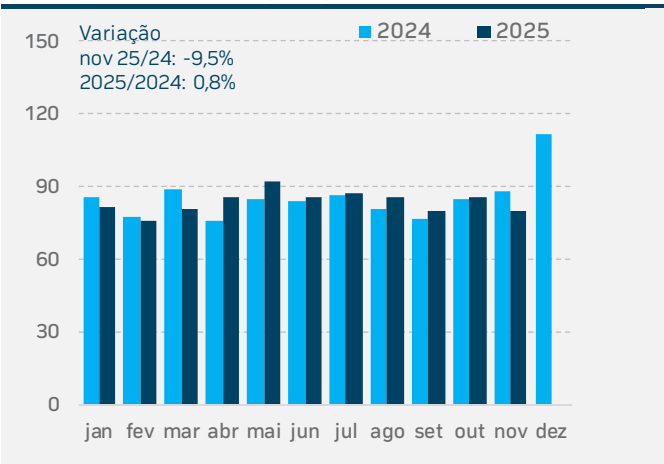
SHOPPING PENHA (10% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.023.156	1.916.218	6%	23.704.401	21.604.635	10%
Aluguel complementar	103.318	118.163	-13%	1.950.736	2.184.957	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	620.004	527.229	18%	5.424.786	5.495.617	-1%
Outras receitas	1.137.761	58.501	1845%	2.296.890	377.658	508%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.884.238</b>	<b>2.620.110</b>	<b>48%</b>	<b>33.376.813</b>	<b>29.662.867</b>	<b>13%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(334.349)	(253.903)	32%	(3.104.738)	(3.170.258)	-2%
Outras despesas	(340.177)	(343.932)	-1%	(2.776.552)	(2.939.518)	-6%
<b>Despesas totais</b>	<b>(674.526)</b>	<b>(597.835)</b>	<b>13%</b>	<b>(5.881.290)</b>	<b>(6.109.776)</b>	<b>-4%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>3.209.713</b>	<b>2.022.275</b>	<b>59%</b>	<b>27.495.523</b>	<b>23.553.091</b>	<b>17%</b>
Resultado estacionamento	527.954	485.403	9%	5.806.635	5.670.980	2%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.737.667</b>	<b>2.507.678</b>	<b>49%</b>	<b>33.302.158</b>	<b>29.224.071</b>	<b>14%</b>
Benfeitorias	(116.253)	(1.068.134)	-89%	(6.706.909)	(4.944.543)	36%
Resultado não operacional	-	(462.248)	-	(22.000)	(316.466)	-93%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.621.414</b>	<b>977.296</b>	<b>271%</b>	<b>26.573.249</b>	<b>23.963.062</b>	<b>11%</b>

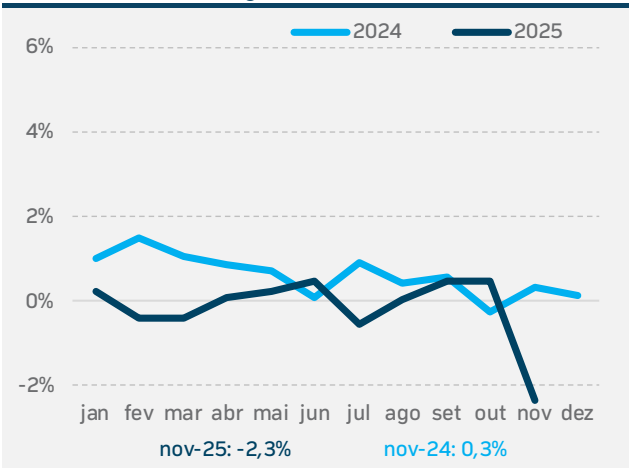
VENDAS (R\$ MM)



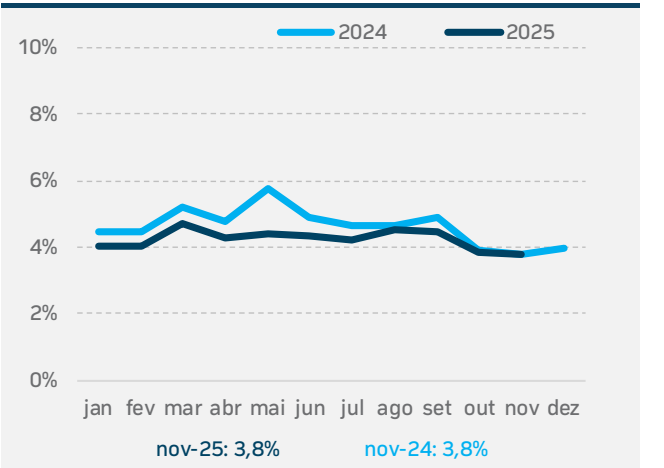
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

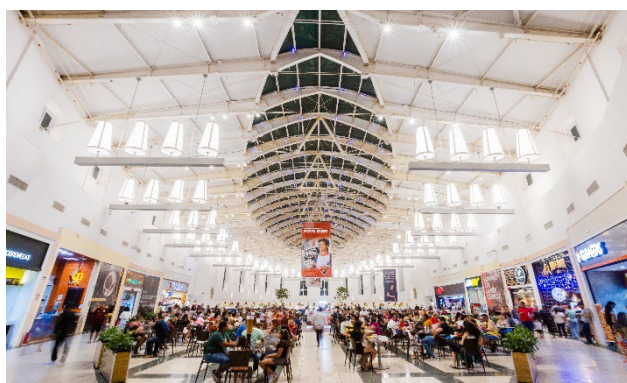
**Movimentações comerciais:** saídas da Seals Sport Wear (68 m<sup>2</sup>), Hering Kids (54 m<sup>2</sup>, em decorrência do mix já estar presente na Hering Megastore) e Black Eskilo (51 m<sup>2</sup>).

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

**Principais Operações:** Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, Hering Megastore, Madero, MoroFit, Cinemark, Super Big, ZigZag Play e Wow Park.

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

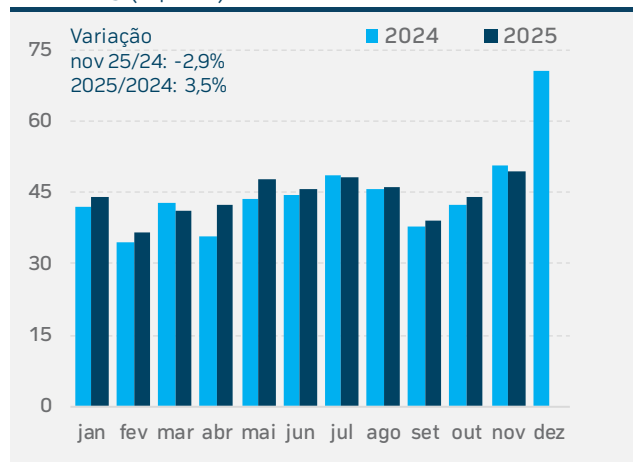
[capimdouradosc.com.br](http://capimdouradosc.com.br)



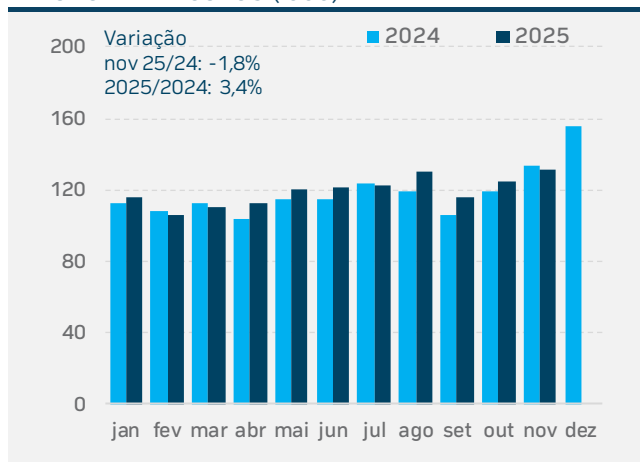
## CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.513.170	1.456.663	4%	17.913.760	16.379.697	9%
Aluguel complementar	371.831	452.750	-18%	5.546.591	5.272.923	5%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	697.034	636.240	10%	6.080.365	5.282.871	15%
Outras receitas	97.740	28.943	238%	781.679	867.917	-10%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.679.775</b>	<b>2.574.596</b>	<b>4%</b>	<b>30.322.395</b>	<b>27.803.408</b>	<b>9%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(48.550)	(46.339)	5%	(556.428)	(460.098)	21%
Outras despesas	(338.595)	(295.693)	15%	(2.882.746)	(3.231.687)	-11%
<b>Despesas totais</b>	<b>(387.145)</b>	<b>(342.032)</b>	<b>13%</b>	<b>(3.439.174)</b>	<b>(3.691.785)</b>	<b>-7%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.292.630</b>	<b>2.232.564</b>	<b>3%</b>	<b>26.883.221</b>	<b>24.111.623</b>	<b>11%</b>
Resultado estacionamento	384.157	475.627	-19%	5.944.342	5.024.074	18%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.676.787</b>	<b>2.708.191</b>	<b>-1%</b>	<b>32.827.564</b>	<b>29.135.697</b>	<b>13%</b>
Benfeitorias	(55.377)	-	-	(1.050.715)	(40.240)	2511%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.621.410</b>	<b>2.708.191</b>	<b>-3%</b>	<b>31.776.849</b>	<b>29.095.457</b>	<b>9%</b>

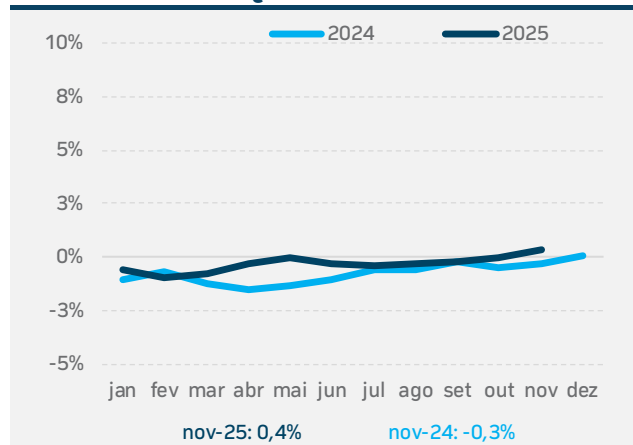
### VENDAS (R\$ MM)



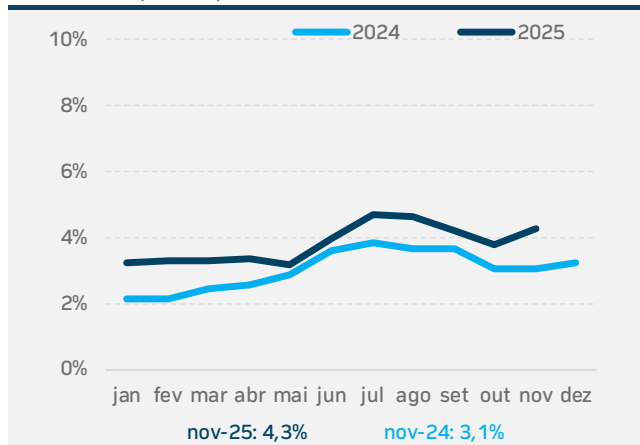
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VCÂNCIA (% 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.

**Movimentações comerciais:** entradas das operações Mamo Brasil (110 m<sup>2</sup>), Maximu's Steak House (73 m<sup>2</sup>), Sultão Dourado (54 m<sup>2</sup>), Goldko (52 m<sup>2</sup>) e Bibi Calçados (39 m<sup>2</sup>), saídas da Di Cunto (326 m<sup>2</sup>) e New Era (39 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO 20,0%	ABL TOTAL 42,1 mil m <sup>2</sup>	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, Vivara, Zara.

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

[www.moocaplaza.com.br](http://www.moocaplaza.com.br)



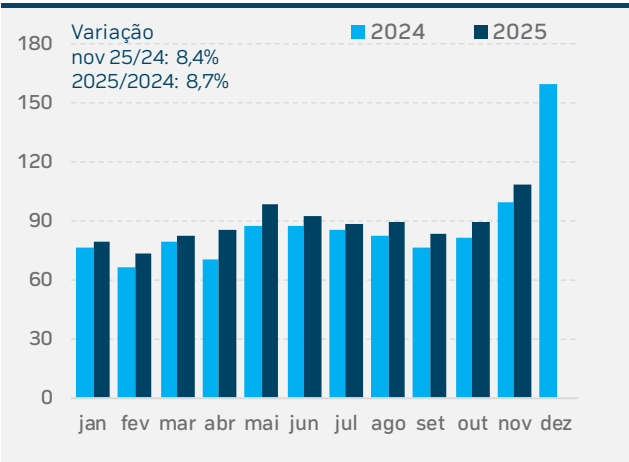
Fotos: Maurício Moreno.



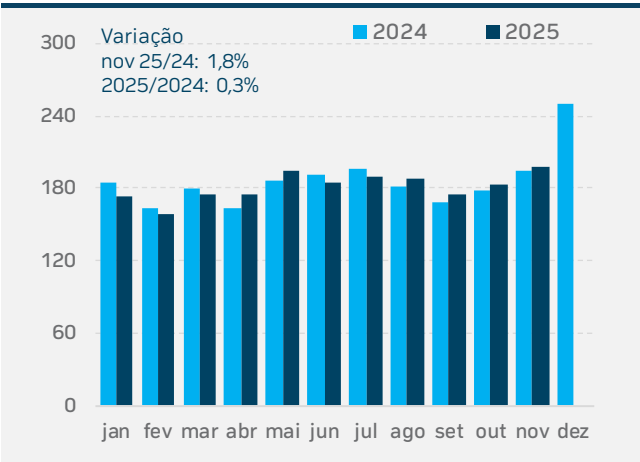
MOOCA PLAZA SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	4.934.306	4.598.422	7%	55.511.065	53.417.107	4%
Aluguel complementar	299.968	291.920	3%	5.341.661	4.919.523	9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.167.505	931.737	25%	10.949.233	9.729.408	13%
Outras receitas	443.514	449.067	-1%	3.029.174	2.911.400	4%
Receitas totais	6.845.294	6.271.146	9%	74.831.134	70.977.439	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(24.603)	(97.078)	-75%	(839.626)	(1.065.974)	-21%
Outras despesas	(1.929.059)	(1.516.388)	27%	(17.498.046)	(16.127.345)	8%
Despesas totais	(1.953.662)	(1.613.466)	21%	(18.337.673)	(17.193.319)	7%
Resultado sem estacionamento	4.891.632	4.657.680	5%	56.493.462	53.784.120	5%
Resultado estacionamento	2.075.192	1.893.144	10%	21.600.516	20.052.051	8%
Resultado operacional (NOI)	6.966.824	6.550.824	6%	78.093.978	73.836.172	6%
Benfeitorias	(529.708)	(126.614)	318%	(12.203.246)	(4.382.439)	178%
Resultado não operacional	15.413	103.426	-85%	111.372	126.247	-12%
Fluxo de caixa total	6.452.528	6.527.636	-1%	66.002.104	69.579.980	-5%

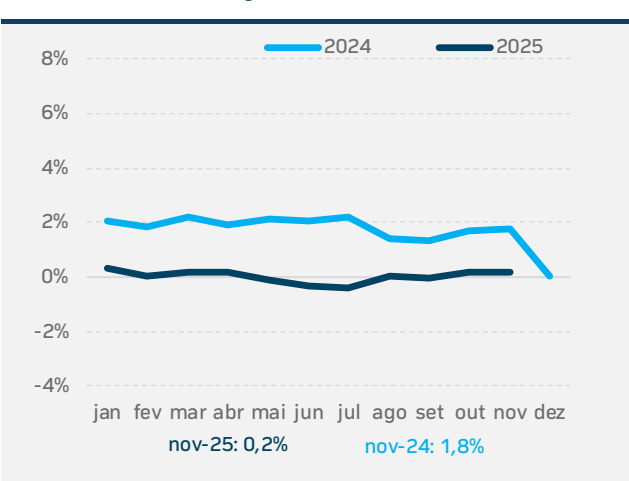
VENDAS (R\$ MM)



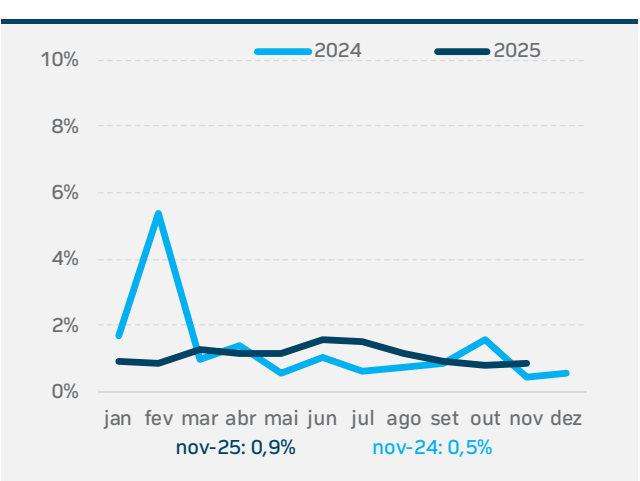
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)





## SHOPPING WEST PLAZA (6% da carteira – 5% 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 foi iniciada a operação do [Mané Mercado São Paulo](#) com um evento de abertura para convidados, influenciadores, jornalistas e operadores, atingindo um engajamento de mais de 105 mil visualizações nas redes sociais em menos de 24 horas. Conforme [divulgado](#), a unidade paulista nasce com a expectativa de atrair aproximadamente 1 milhão de visitantes por ano e com a meta de faturar cerca de R\$ 60 milhões no primeiro ano de operação.

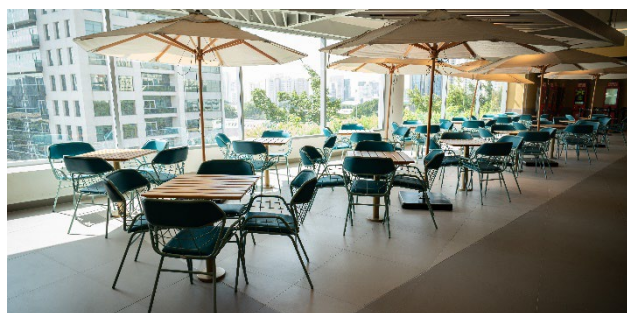
**Movimentações comerciais:** entradas da Life by Vivara (94 m<sup>2</sup>) e Sampraia (60 m<sup>2</sup>)

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
89,1%	35,0 mil m <sup>2</sup>	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, Dickey's, Cinemark, Game Station, Villa Bowling e Cema Medicina Especializada.

**Endereço:** Av. Francisco Matarazzo – São Paulo, SP

[westplaza.com.br](http://westplaza.com.br)



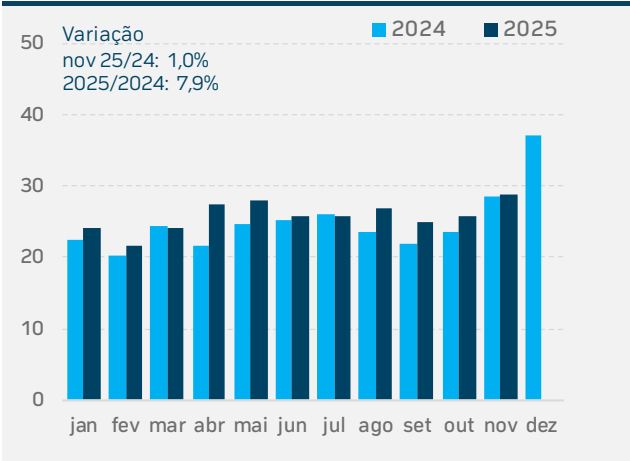
Fotos: Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).



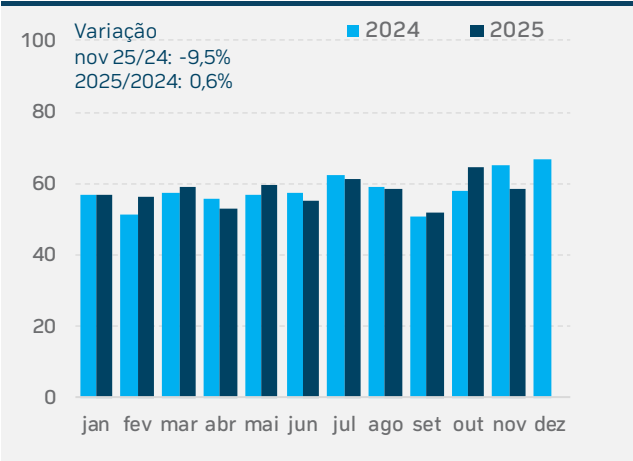
SHOPPING WEST PLAZA (6% da carteira – 5% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.237.831	1.237.853	0%	16.025.532	14.529.158	10%
Aluguel complementar	154.764	130.669	18%	1.727.198	1.969.280	-12%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	245.912	346.245	-29%	3.022.452	3.009.516	0%
Outras receitas	10.113	5.049	-	110.158	739.454	-85%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.648.620</b>	<b>1.719.816</b>	<b>-4%</b>	<b>20.885.340</b>	<b>20.247.407</b>	<b>3%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(749.174)	(875.224)	-14%	(8.862.665)	(7.838.189)	13%
Outras despesas	(364.654)	(611.310)	-40%	(4.210.575)	(3.718.213)	13%
<b>Despesas totais</b>	<b>(1.113.828)</b>	<b>(1.486.534)</b>	<b>-25%</b>	<b>(13.073.241)</b>	<b>(11.556.402)</b>	<b>13%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>534.792</b>	<b>233.282</b>	<b>129%</b>	<b>7.812.099</b>	<b>8.691.005</b>	<b>-10%</b>
Resultado estacionamento	693.559	719.395	-4%	7.544.426	6.271.867	20%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.228.351</b>	<b>952.677</b>	<b>29%</b>	<b>15.356.525</b>	<b>14.962.872</b>	<b>3%</b>
Benfeitorias	(1.666.426)	(1.131.675)	47%	(19.810.928)	(8.334.227)	138%
Resultado não operacional	-	(19)	-100%	-	(82.580)	-100%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>(438.075)</b>	<b>(179.017)</b>	<b>145%</b>	<b>(4.454.403)</b>	<b>6.546.065</b>	<b>-</b>

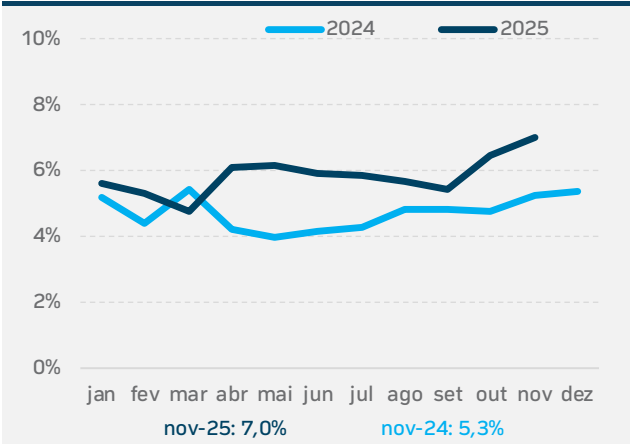
VENDAS (R\$ MM)



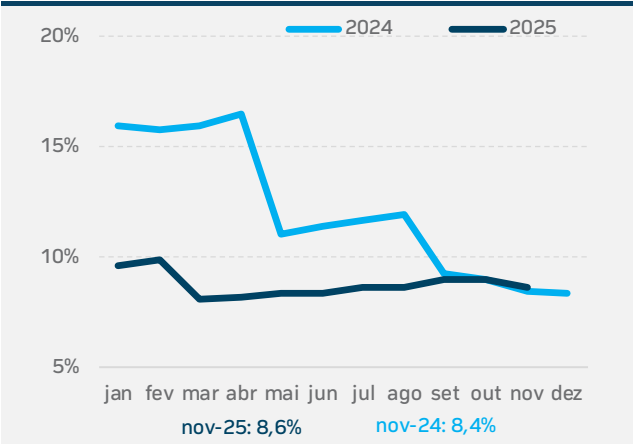
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% 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:** sem alterações.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
59,0%	25,8 mil m <sup>2</sup>	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](http://www.tivolishopping.com.br)

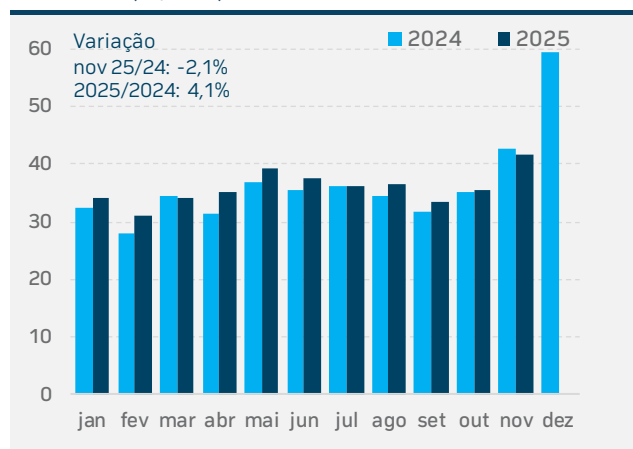


Fotos: Maurício Moreno

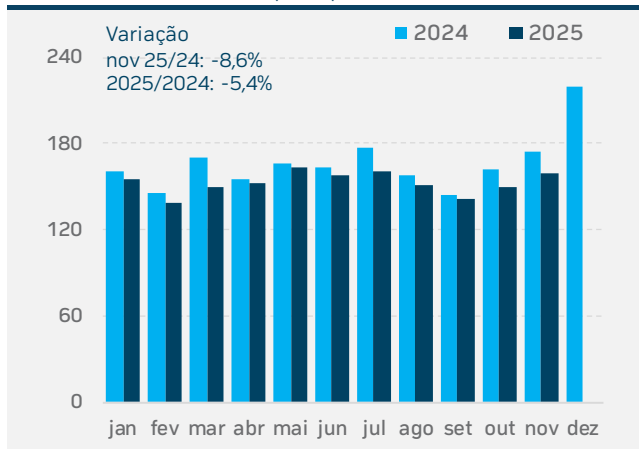
## TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.628.589	1.627.112	0%	18.349.075	17.600.005	4%
Aluguel complementar	123.355	137.501	-10%	2.099.090	2.180.614	-4%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	347.089	268.011	30%	2.921.833	2.650.926	10%
Outras receitas	42.357	29.223	45%	689.081	1.059.339	-35%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.141.390</b>	<b>2.061.847</b>	<b>4%</b>	<b>24.059.079</b>	<b>23.490.884</b>	<b>2%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(53.783)	(61.211)	-12%	(542.078)	(571.655)	-5%
Outras despesas	(230.612)	(177.679)	30%	(2.659.834)	(2.123.963)	25%
<b>Despesas totais</b>	<b>(284.395)</b>	<b>(238.890)</b>	<b>19%</b>	<b>(3.201.912)</b>	<b>(2.695.618)</b>	<b>19%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.856.995</b>	<b>1.822.958</b>	<b>2%</b>	<b>20.857.168</b>	<b>20.795.266</b>	<b>0%</b>
Resultado estacionamento	658.873	639.614	3%	7.109.988	6.399.719	11%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.515.867</b>	<b>2.462.572</b>	<b>2%</b>	<b>27.967.156</b>	<b>27.194.986</b>	<b>3%</b>
Benfeitorias	(468.790)	(104.000)	351%	(1.646.349)	(3.131.029)	-47%
Resultado não operacional	-	-	-	-	(160.551)	-100%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.047.077</b>	<b>2.358.572</b>	<b>-13%</b>	<b>26.320.807</b>	<b>23.903.405</b>	<b>10%</b>

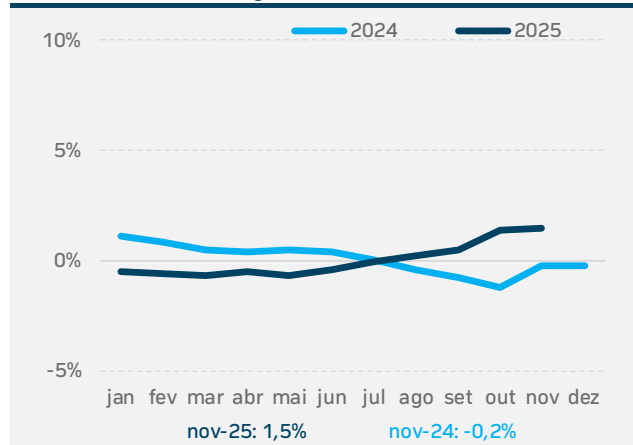
### VENDAS (R\$ MM)



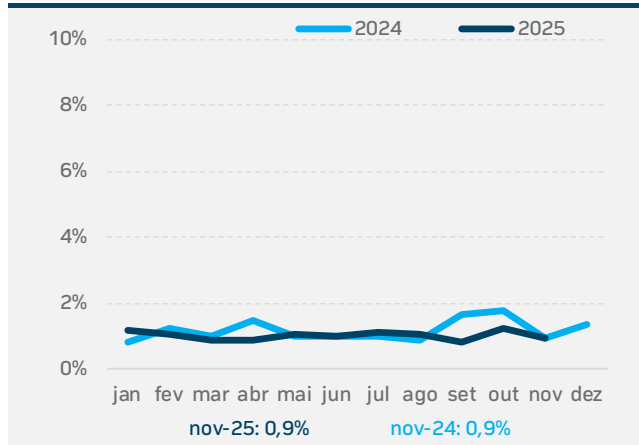
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)





## BOULEVARD SHOPPING BAURU (6% 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 em novembro ocorreu a transição da administração do ativo para a WE9, em atuação conjunta com a Hedge como coadministradoras do Boulevard Bauru. A escolha pela WE9 foi pautada pela expertise da administradora na gestão de ativos similares ao Bauru, com localização no interior de São Paulo e ABL média/regional, tendo demonstrado sucesso com a geração de valor nos ativos em que administra, como é o caso do Jaraguá Araraquara, ativo em que a Hedge possui participação e pode acompanhar de perto o trabalho da WE9. A entrada deste player é um marco estratégico para o Bauru, que atualmente passa por um processo de *rebranding*, buscando aumentar a sua consolidação como o principal e mais atrativo shopping da cidade. Vale destacar que este modelo de gestão se traduz em ganhos operacionais e comerciais, além de gerar resultados imediatos em eficiência de custos nas taxas de administração da ordem de até 25%.

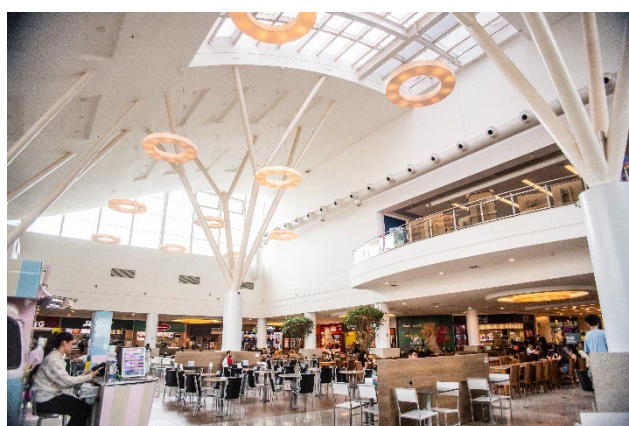
**Movimentações comerciais:** entrada da Print Racing (77 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
65,0%	34,7 mil m <sup>2</sup>	163	2012	WE9 + Hedge

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

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

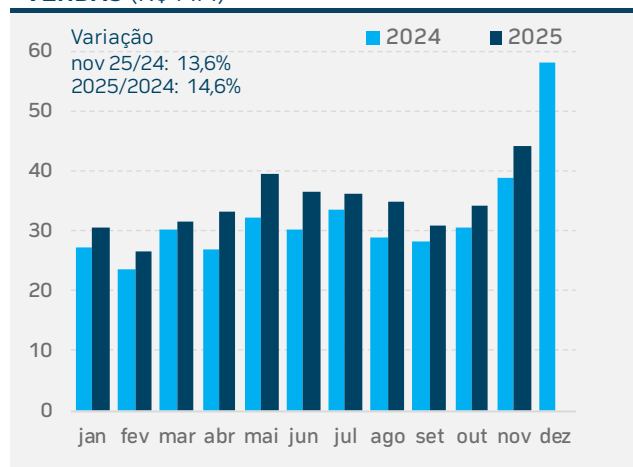
[boulevardshoppingbauru.com.br](http://boulevardshoppingbauru.com.br)



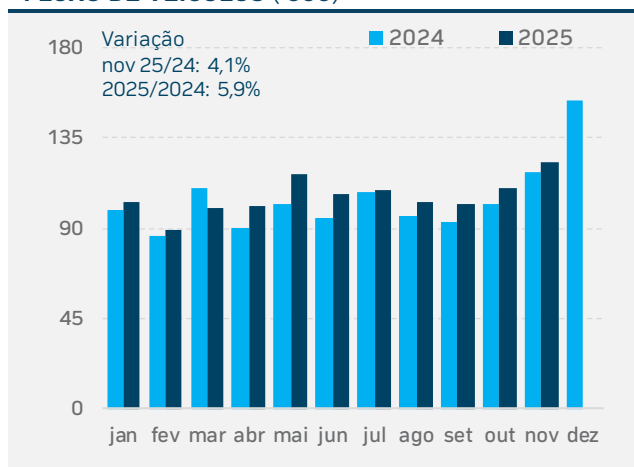
## BOULEVARD SHOPPING BAURU (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.235.739	1.132.551	9%	14.744.456	13.707.740	8%
Aluguel complementar	206.396	187.358	10%	2.495.386	2.036.751	23%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	372.328	370.297	1%	3.950.005	3.518.528	12%
Outras receitas	33.913	22.459	-	262.316	223.082	-
<b>Receitas totais</b>	<b>1.848.376</b>	<b>1.712.665</b>	<b>8%</b>	<b>21.452.164</b>	<b>19.486.101</b>	<b>10%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(210.274)	(203.771)	3%	(2.269.048)	(2.402.765)	-6%
Outras despesas	(266.571)	(231.982)	15%	(2.760.953)	(2.326.565)	19%
<b>Despesas totais</b>	<b>(476.845)</b>	<b>(435.753)</b>	<b>9%</b>	<b>(5.030.000)</b>	<b>(4.729.330)</b>	<b>6%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.371.531</b>	<b>1.276.912</b>	<b>7%</b>	<b>16.422.164</b>	<b>14.756.771</b>	<b>11%</b>
Resultado estacionamento	649.085	496.425	31%	5.103.015	4.124.665	24%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.020.616</b>	<b>1.773.337</b>	<b>14%</b>	<b>21.525.178</b>	<b>18.881.436</b>	<b>14%</b>
Benfeitorias	(142.730)	(298.741)	-52%	(1.475.717)	(682.751)	116%
Resultado não operacional	11.937	11.279	6%	144.884	(1.776)	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.889.824</b>	<b>1.485.875</b>	<b>27%</b>	<b>20.194.345</b>	<b>18.196.909</b>	<b>11%</b>

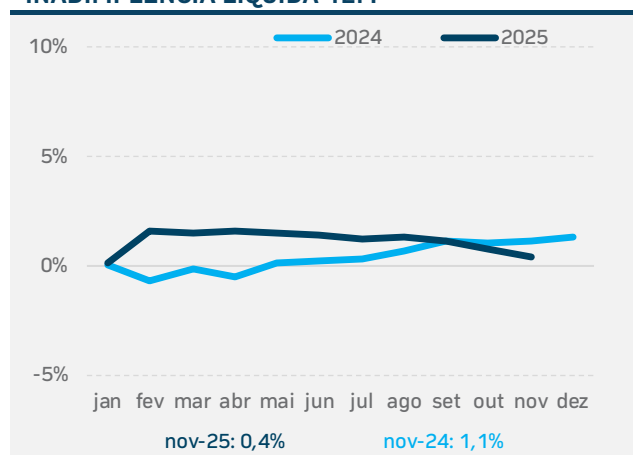
### VENDAS (R\$ MM)



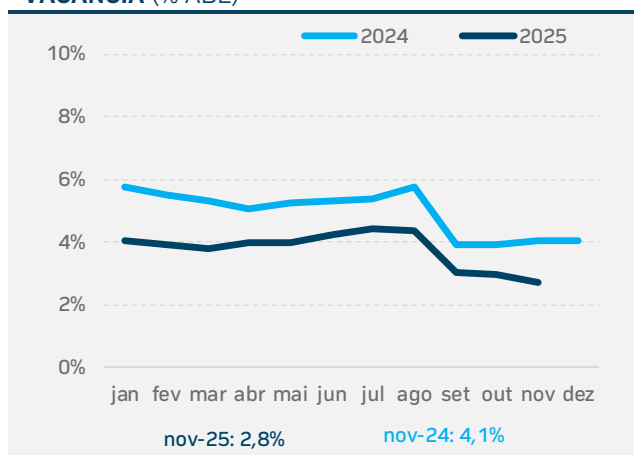
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)





## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (5% 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:** entradas da Probel (222 m<sup>2</sup>) e Mr Kitsch (61 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
35,0%	42,9 mil m <sup>2</sup>	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](http://www.shoppingsaobernardoplaza.com.br)

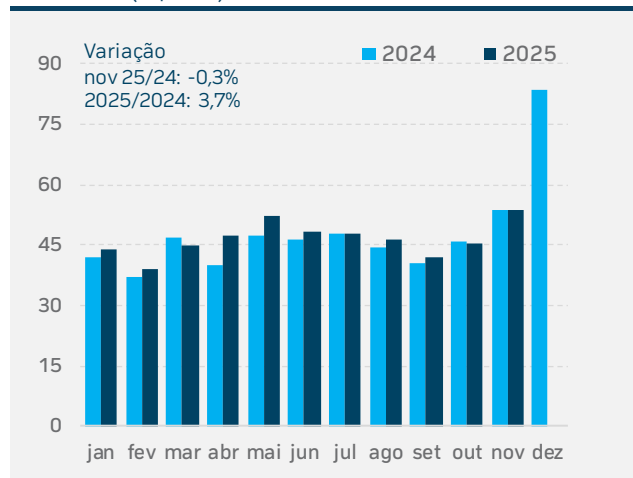


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.

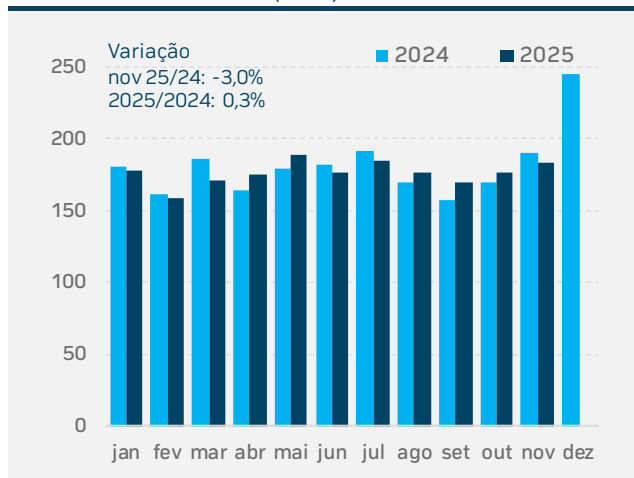
## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.146.847	2.272.206	-6%	25.786.492	25.972.899	-1%
Aluguel complementar	123.052	135.796	-9%	1.812.662	2.159.007	-16%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	485.879	469.354	4%	5.029.737	5.179.951	-3%
Outras receitas	102.633	61.236	68%	1.752.254	1.427.584	23%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.858.412</b>	<b>2.938.592</b>	<b>-3%</b>	<b>34.381.146</b>	<b>34.739.442</b>	<b>-1%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(136.734)	(136.575)	0%	(1.257.229)	(1.203.385)	4%
Outras despesas	(545.774)	(427.662)	28%	(5.917.212)	(4.845.281)	22%
<b>Despesas totais</b>	<b>(682.508)</b>	<b>(564.236)</b>	<b>21%</b>	<b>(7.174.441)</b>	<b>(6.048.667)</b>	<b>19%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.175.904</b>	<b>2.374.356</b>	<b>-8%</b>	<b>27.206.705</b>	<b>28.690.776</b>	<b>-5%</b>
Resultado estacionamento	1.048.622	1.162.718	-10%	13.028.301	11.912.439	9%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.224.526</b>	<b>3.537.074</b>	<b>-9%</b>	<b>40.235.006</b>	<b>40.603.214</b>	<b>-1%</b>
Benfeitorias	(195.450)	(195.703)	0%	(2.086.240)	(2.070.922)	1%
Resultado não operacional	(79.074)	8.549	-	(354.119)	66.484	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.950.002</b>	<b>3.349.920</b>	<b>-12%</b>	<b>37.794.647</b>	<b>38.598.776</b>	<b>-2%</b>

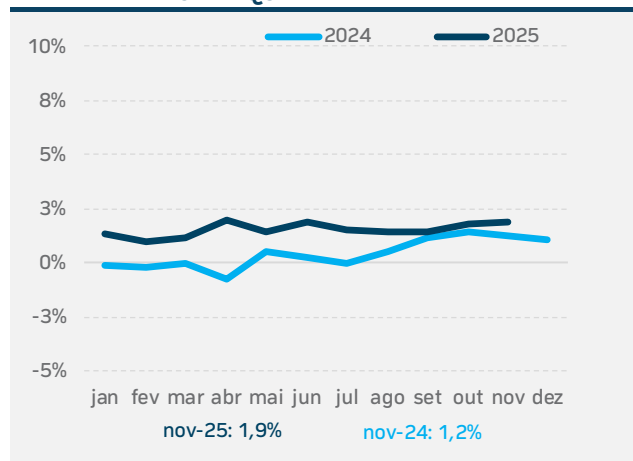
### VENDAS (R\$ MM)



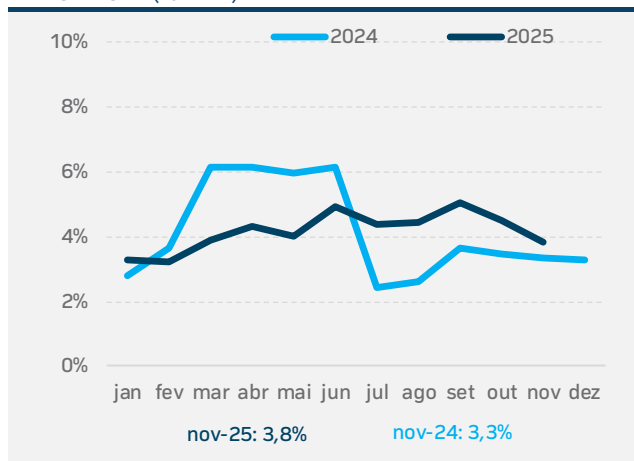
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)





## SHOPPING VILLALOBOS (4% 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 a foto da fachada finalizada.

**Movimentações comerciais:** entrada da Les Nereides (54 m<sup>2</sup>).

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

**Principais Operações:** St. Marche, Zara, MAC, Le Lis Blanc, Cinemark, Outback, Ráscas, Cortés Asador, Almanara, Ici Brasserie, Pirajá.

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

[www.shoppingvillalobos.com.br](http://www.shoppingvillalobos.com.br)



Fotos: Maurício Moreno.



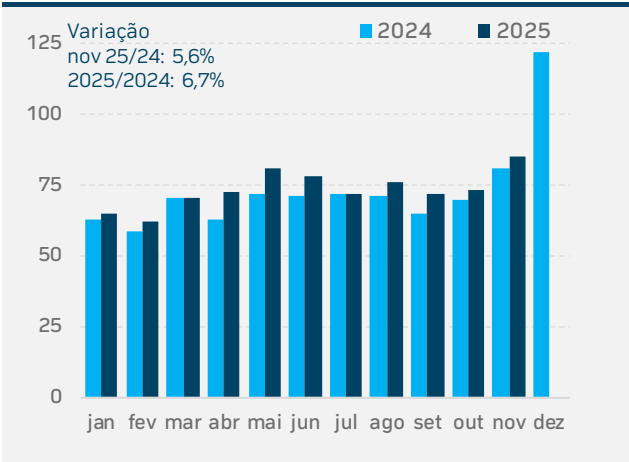
Fotos: Fachada revitalizada.



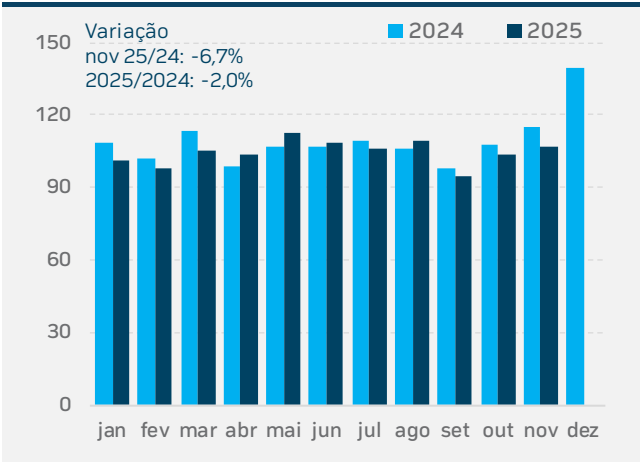
SHOPPING VILLALOBOS (4% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	4.060.827	3.959.067	3%	48.708.212	48.210.437	1%
Aluguel complementar	417.471	593.033	-30%	4.978.153	5.209.474	-4%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.349.853	1.400.552	-4%	10.630.374	10.292.238	3%
Outras receitas	388.640	98.288	295%	3.580.917	2.226.625	61%
Receitas totais	6.216.791	6.050.940	3%	67.897.656	65.938.775	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(516.717)	15.212	-	(2.480.662)	(1.772.989)	40%
Outras despesas	(630.711)	(618.543)	2%	(7.829.475)	(7.403.678)	6%
Despesas totais	(1.147.428)	(603.331)	90%	(10.310.137)	(9.176.667)	12%
Resultado sem estacionamento	5.069.363	5.447.609	-7%	57.587.518	56.762.108	1%
Resultado estacionamento	1.715.950	1.499.032	14%	17.771.596	15.816.861	12%
Resultado operacional (NOI)	6.785.314	6.946.641	-2%	75.359.114	72.578.968	4%
Benfeitorias	(305.873)	(5.706.953)	-95%	(8.859.606)	(26.748.853)	-67%
Resultado não operacional	61.402	15.715	291%	433.424	253.816	71%
Fluxo de caixa total	6.540.842	1.255.403	421%	66.932.932	46.083.931	45%

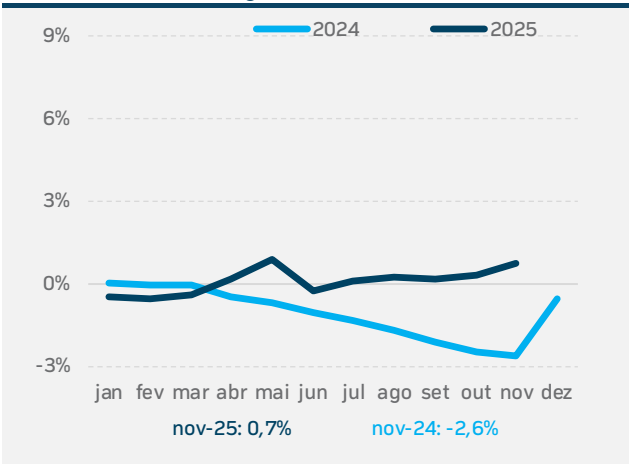
VENDAS (R\$ MM)



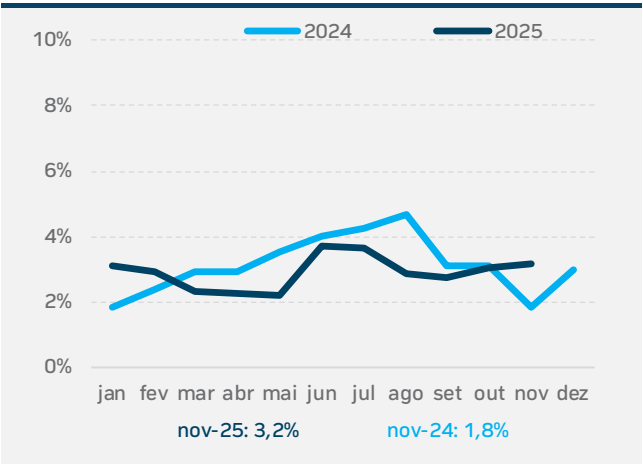
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)





## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (3% 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 m<sup>2</sup> 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:** entrada da Além da Make (101 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
23,1%	31,4 mil m <sup>2</sup>	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.shoppingpracadamoca.com.br](http://www.shoppingpracadamoca.com.br)



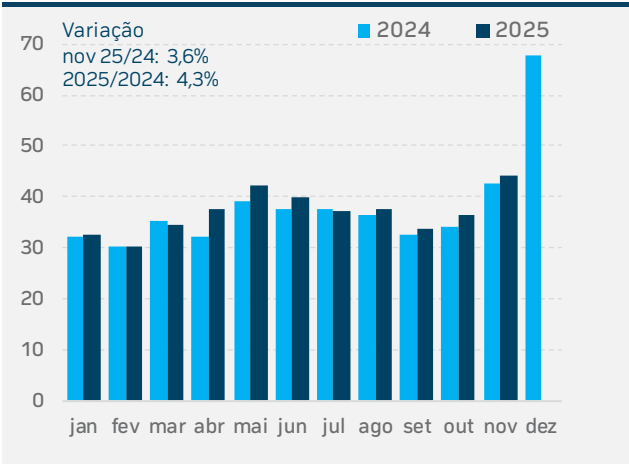
Fotos: Maurício Moreno.



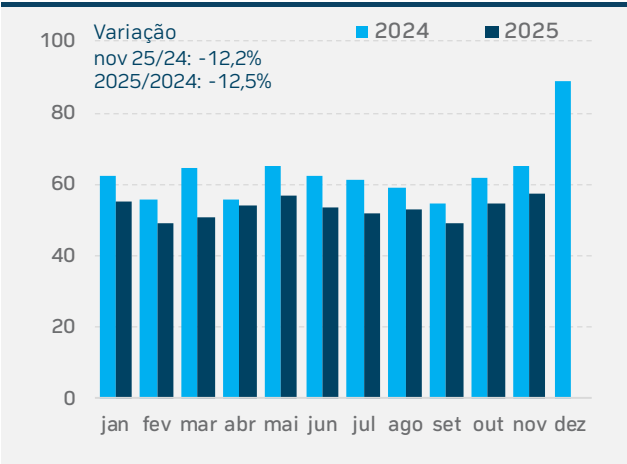
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (3% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.420.245	2.247.021	8%	26.989.773	25.220.308	7%
Aluguel complementar	77.843	81.789	-5%	1.243.149	1.186.194	5%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	507.237	515.008	-2%	4.485.950	4.505.459	0%
Outras receitas	65.559	86.749	-24%	659.958	681.378	-3%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.070.884</b>	<b>2.930.569</b>	<b>5%</b>	<b>33.378.829</b>	<b>31.593.339</b>	<b>6%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(71.890)	(59.897)	20%	(999.684)	(892.863)	12%
Outras despesas	(203.879)	(186.785)	9%	(2.233.650)	(2.387.955)	-6%
<b>Despesas totais</b>	<b>(275.769)</b>	<b>(246.682)</b>	<b>12%</b>	<b>(3.233.334)</b>	<b>(3.280.817)</b>	<b>-1%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.795.115</b>	<b>2.683.886</b>	<b>4%</b>	<b>30.145.496</b>	<b>28.312.522</b>	<b>6%</b>
Resultado estacionamento	432.880	483.903	-11%	4.604.884	4.629.790	-1%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.227.996</b>	<b>3.167.789</b>	<b>2%</b>	<b>34.750.380</b>	<b>32.942.312</b>	<b>5%</b>
Benfeitorias	-	(225.000)	-100%	(103.407)	(325.000)	-68%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.227.996</b>	<b>2.942.789</b>	<b>10%</b>	<b>34.646.973</b>	<b>32.617.312</b>	<b>6%</b>

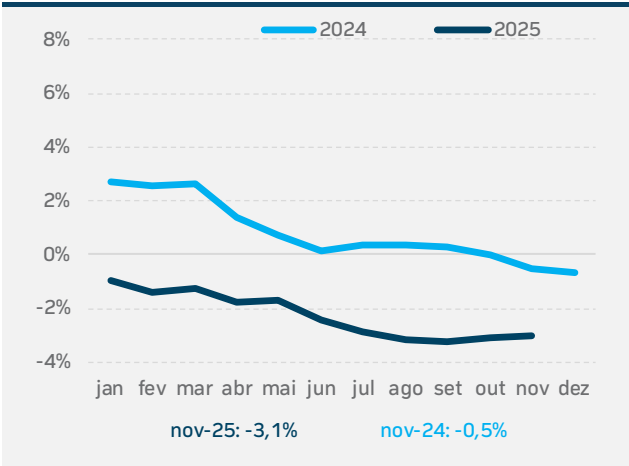
VENDAS (R\$ MM)



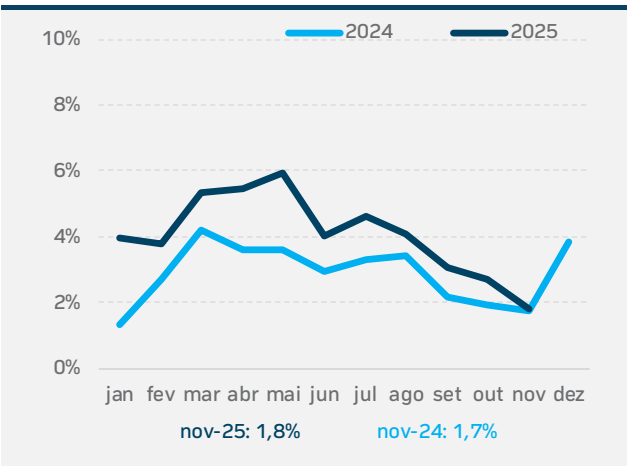
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 CVC (24 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
25%	21,1 mil m²	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

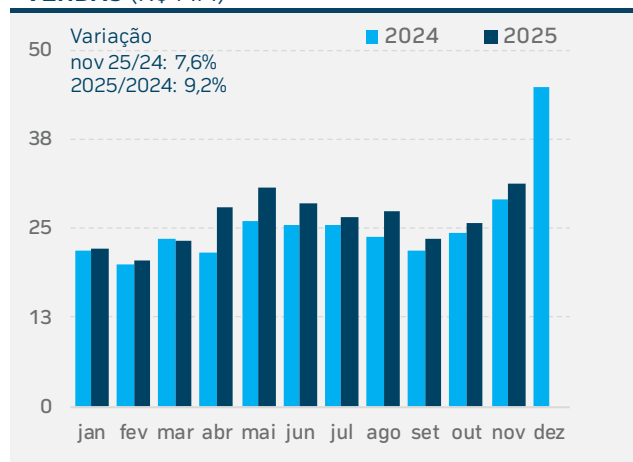
[shoppingjaragua.com.br/araraquara/](http://shoppingjaragua.com.br/araraquara/)



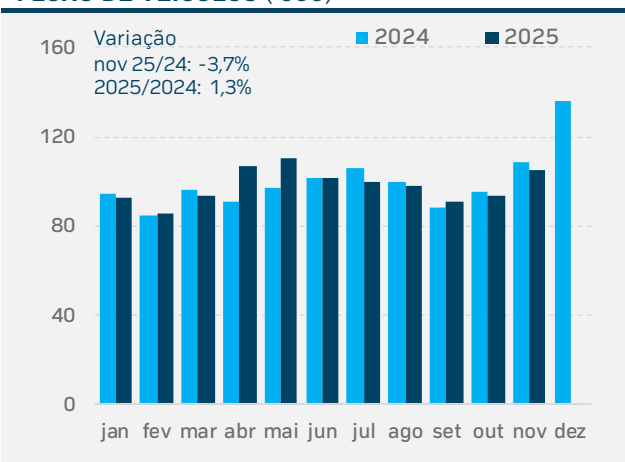
## SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	861.301	763.766	13%	9.898.123	9.167.748	8%
Aluguel complementar	128.004	198.433	-35%	2.148.072	2.465.881	-13%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	589.134	468.728	26%	5.395.081	4.396.626	23%
Outras receitas	13.297	16.462	-19%	374.625	395.872	-5%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.591.735</b>	<b>1.447.389</b>	<b>10%</b>	<b>17.815.900</b>	<b>16.426.127</b>	<b>8%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(72.245)	(83.147)	-13%	(898.526)	(1.054.738)	-15%
Outras despesas	(137.231)	(100.019)	37%	(1.529.789)	(1.356.637)	13%
<b>Despesas totais</b>	<b>(209.477)</b>	<b>(183.166)</b>	<b>14%</b>	<b>(2.428.316)</b>	<b>(2.411.375)</b>	<b>1%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.382.259</b>	<b>1.264.223</b>	<b>9%</b>	<b>15.387.585</b>	<b>14.014.752</b>	<b>10%</b>
Resultado estacionamento	431.627	342.366	26%	4.927.871	3.842.745	28%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.813.886</b>	<b>1.606.589</b>	<b>13%</b>	<b>20.315.456</b>	<b>17.857.497</b>	<b>14%</b>
Benfeitorias	(59.045)	(489.201)	-88%	(3.964.663)	(2.026.852)	96%
Resultado não operacional	-	-	-	(95.805)	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.754.841</b>	<b>1.117.388</b>	<b>57%</b>	<b>16.254.988</b>	<b>15.830.646</b>	<b>3%</b>

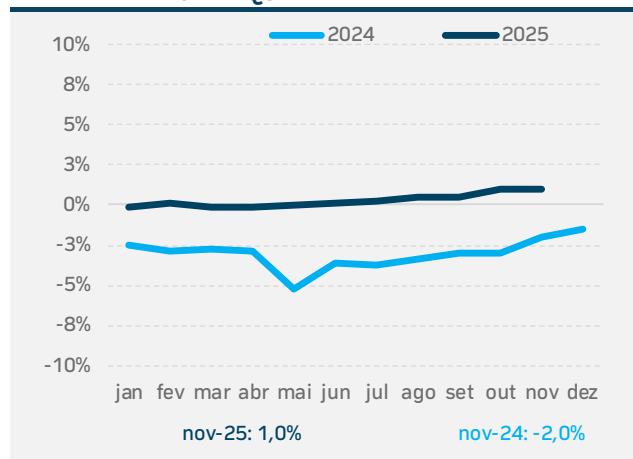
### VENDAS (R\$ MM)



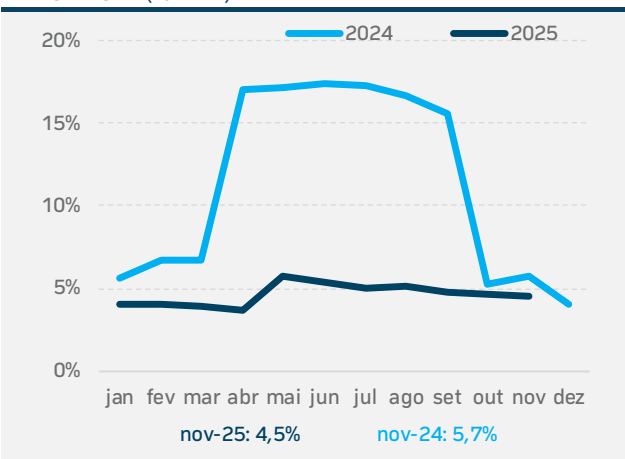
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

**Movimentações comerciais:** sem alterações.

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

**Principais Operações:** Renner, Centerplex, Centauro, C&A, Riachuelo, Magazine Luiza, Smart Fit e Outback.

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

[www.suzanoshopping.com.br](http://www.suzanoshopping.com.br)



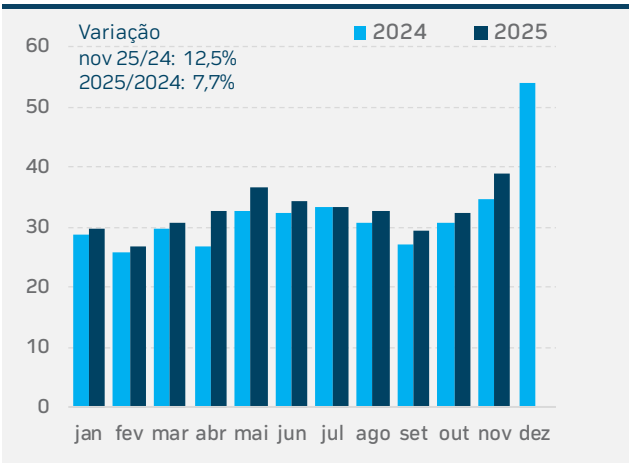
Fotos 2 a 4: Maurício Moreno; Foto 5: Fachada da Riachuelo.



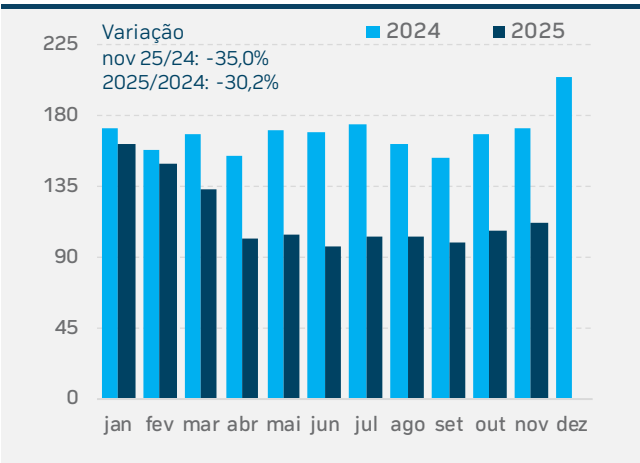
SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.315.803	1.458.445	-10%	16.407.835	16.676.306	-2%
Aluguel complementar	182.207	158.439	15%	2.245.125	2.050.296	10%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	442.676	516.764	-14%	3.818.359	3.764.587	1%
Outras receitas	175.559	220.340	-20%	1.436.885	1.581.102	-9%
Receitas totais	2.116.245	2.353.989	-10%	23.908.204	24.072.291	-1%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(156.880)	(15.684)	900%	(856.479)	(930.191)	-8%
Outras despesas	(231.372)	(235.078)	-2%	(2.802.429)	(2.415.597)	16%
Despesas totais	(388.253)	(250.762)	55%	(3.658.909)	(3.345.788)	9%
Resultado sem estacionamento	1.727.992	2.103.227	-18%	20.249.295	20.726.503	-2%
Resultado estacionamento	677.652	573.912	18%	6.266.646	5.643.069	11%
Resultado operacional (NOI)	2.405.644	2.677.138	-10%	26.515.941	26.369.572	1%
Benfeitorias	(686.552)	(277.871)	147%	(5.396.160)	(3.451.096)	56%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	1.719.093	2.399.267	-28%	21.119.781	22.918.476	-8%

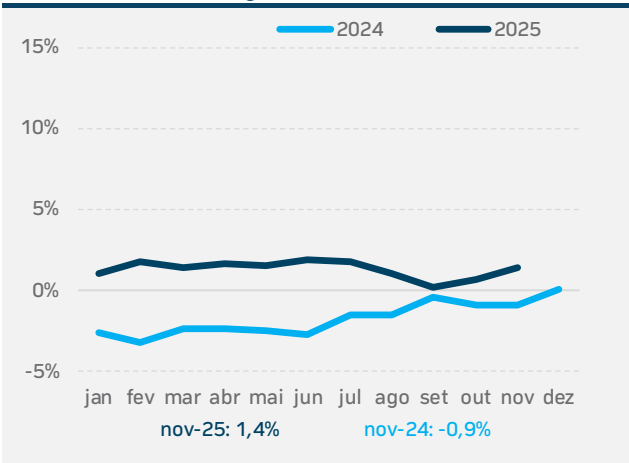
VENDAS (R\$ MM)



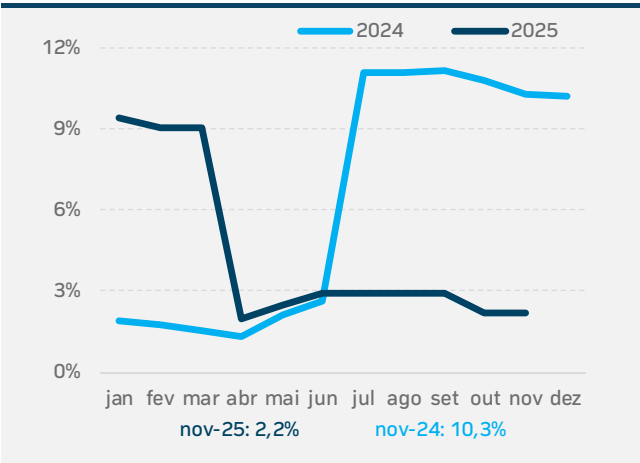
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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:** entrada da Bauducco (60 m<sup>2</sup>) e O Boticário (30 m<sup>2</sup>), saída da Now Nutrição Esportiva (32 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15,0%	26,7 mil m <sup>2</sup>	165	2007	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/](http://partagesantana.com.br/)



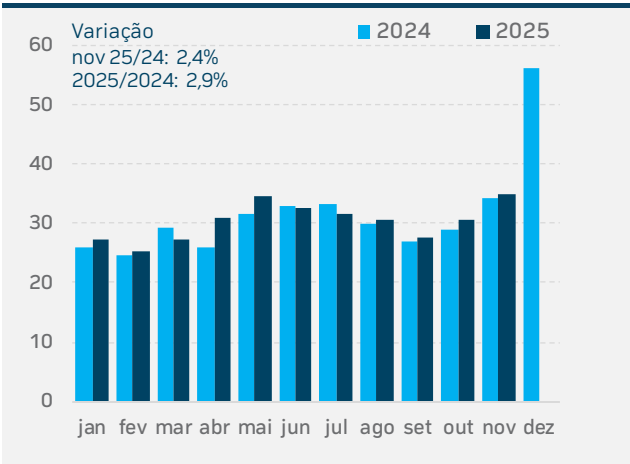
Fotos: Maurício Moreno.



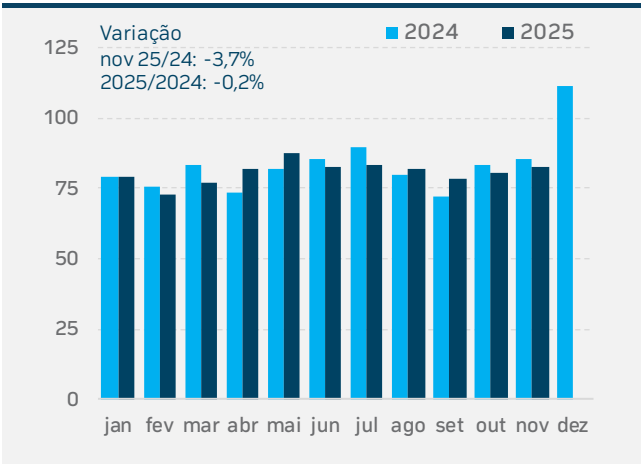
PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.472.660	1.537.199	-4%	18.174.858	16.804.414	8%
Aluguel complementar	217.667	227.352	-4%	3.154.130	2.579.169	22%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	393.640	407.548	-3%	4.038.992	3.717.715	9%
Outras receitas	45.903	157.285	-71%	725.086	348.698	108%
Receitas totais	2.129.869	2.329.383	-9%	26.093.066	23.449.996	11%
Encargos de lojas vagas e contratuais	34.508	(264.549)	-	(1.392.702)	(2.495.037)	-44%
Outras despesas	(306.443)	(640.820)	-52%	(3.214.335)	(3.431.667)	-6%
Despesas totais	(271.935)	(905.369)	-70%	(4.607.036)	(5.926.704)	-22%
Resultado sem estacionamento	1.857.934	1.424.015	30%	21.486.029	17.523.291	23%
Resultado estacionamento	647.259	516.158	25%	8.126.693	6.822.328	19%
Resultado operacional (NOI)	2.505.193	1.940.172	29%	29.612.722	24.345.619	22%
Benfeitorias	(21.440)	(469.186)	-95%	(2.038.444)	(2.553.881)	-20%
Resultado não operacional	(265.127)	-	-	(1.637.748)	(144.800)	1031%
Fluxo de caixa total	2.218.626	1.470.986	51%	25.936.530	21.646.937	20%

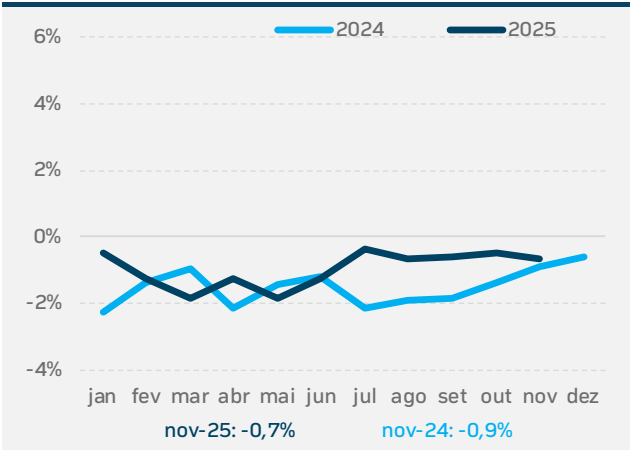
VENDAS (R\$ MM)



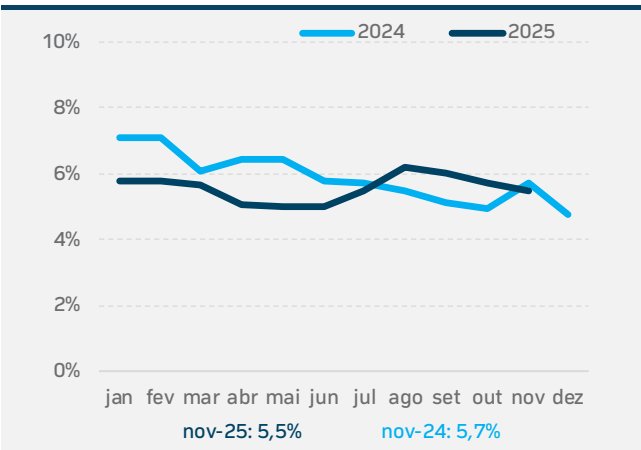
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 Asics (270 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
18,4%	20,1 mil m²	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/ifashionoutletnh](http://iguatemi.com.br/ifashionoutletnh)

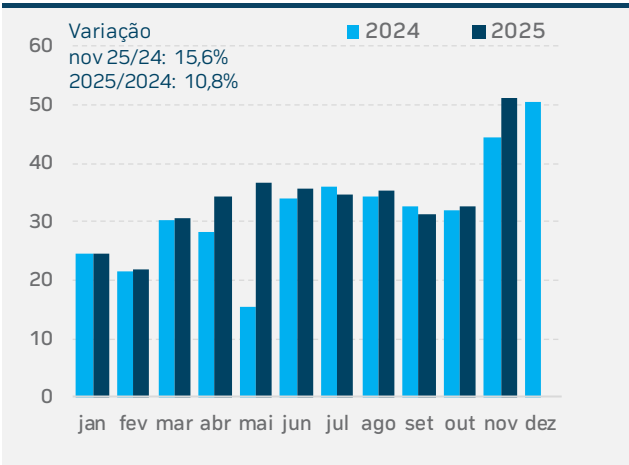




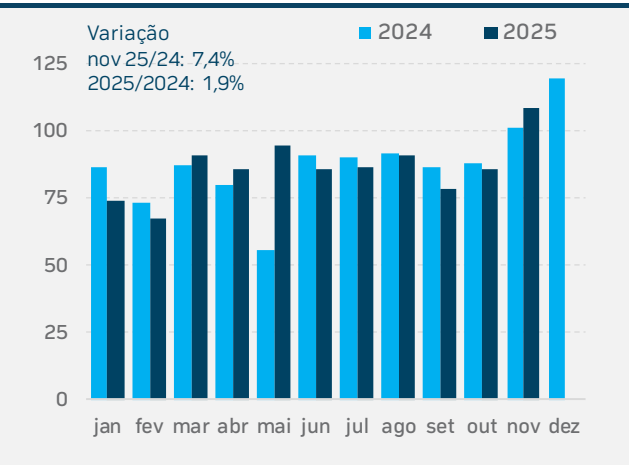
I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.307.197	1.140.812	15%	13.941.539	12.598.733	11%
Aluguel complementar	428.346	439.186	-2%	5.101.834	4.661.188	9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	252.183	192.242	31%	1.663.475	1.316.592	26%
Outras receitas	7.056	21.754	-68%	456.267	418.919	9%
Receitas totais	1.994.783	1.793.994	11%	21.163.114	18.995.432	11%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(83.231)	(61.275)	36%	(813.864)	(620.685)	31%
Outras despesas	(239.251)	(225.507)	6%	(1.956.195)	(1.683.079)	16%
Despesas totais	(322.481)	(286.782)	12%	(2.770.059)	(2.303.765)	20%
Resultado sem estacionamento	1.672.301	1.507.212	11%	18.393.055	16.691.668	10%
Resultado estacionamento	353.661	217.702	62%	4.015.835	1.674.585	140%
Resultado operacional (NOI)	2.025.962	1.724.914	17%	22.408.891	18.366.252	22%
Benfeitorias	(125.003)	(240.941)	-48%	(785.526)	(1.857.096)	-58%
Resultado não operacional	408.096	(1.262)	-	(10.294)	(423.296)	-98%
Fluxo de caixa total	2.309.055	1.482.711	56%	21.613.071	16.085.860	34%

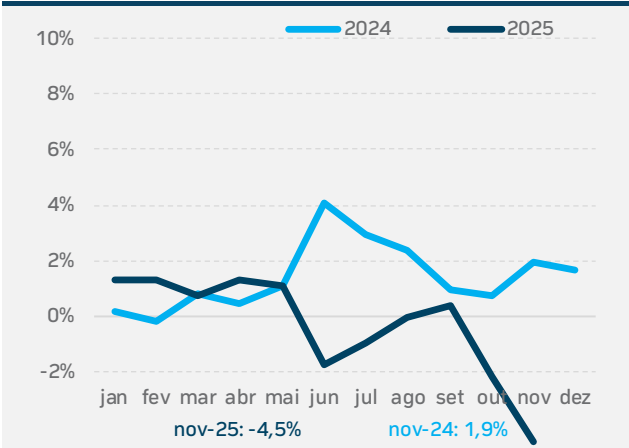
VENDAS (R\$ MM)



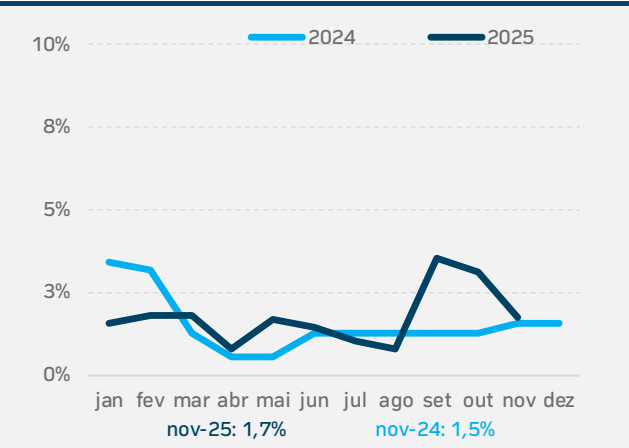
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)





## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,5% 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:** sem alterações.

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

**Principais Operações:** Bodytech, Cinelaser, Vivara, Track & Field, Kitchens (a inaugurar), 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](http://www.goiabeirasshopping.com.br)

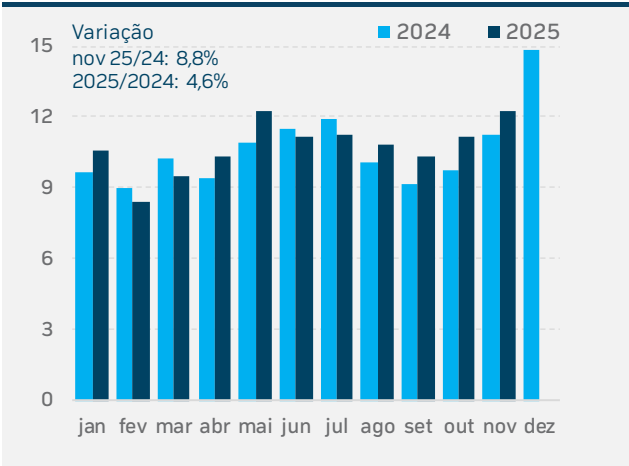




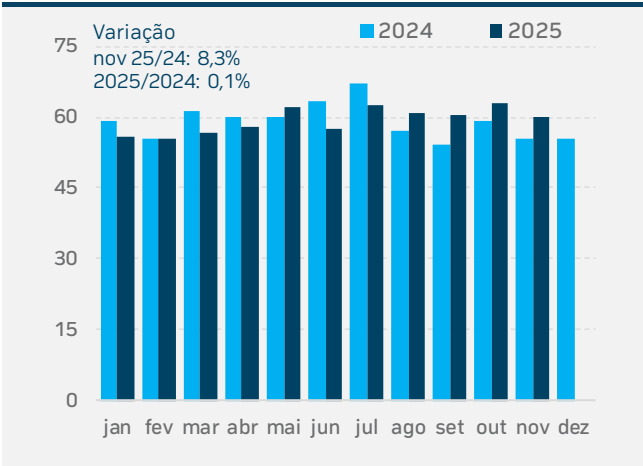
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	273.556	249.840	9%	2.222.806	2.428.419	-8%
Aluguel complementar	113.254	61.744	83%	988.722	1.086.561	-9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	208.631	198.408	5%	997.170	903.628	10%
Outras receitas	641	36.521	-98%	27.920	311.518	-91%
Receitas totais	596.081	546.513	9%	4.236.618	4.730.126	-10%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(816.363)	(720.656)	13%	(8.557.585)	(8.034.658)	7%
Outras despesas	(53.184)	(55.675)	-4%	(757.794)	(841.327)	-10%
Despesas totais	(869.547)	(776.331)	12%	(9.315.379)	(8.875.984)	5%
Resultado sem estacionamento	(273.466)	(229.818)	19%	(5.078.761)	(4.145.858)	23%
Resultado estacionamento	-	2.564	-	26.338	28.129	-6%
Resultado operacional (NOI)	(273.466)	(227.254)	-	(5.052.423)	(4.117.729)	-
Benfeitorias	(74.378)	(400)	18495%	(1.002.983)	(781.504)	28%
Resultado não operacional	-	(255.000)	-100%	(1.045.000)	(2.268.946)	-54%
Fluxo de caixa total	(347.844)	(482.654)	-28%	(7.100.406)	(7.168.179)	-1%

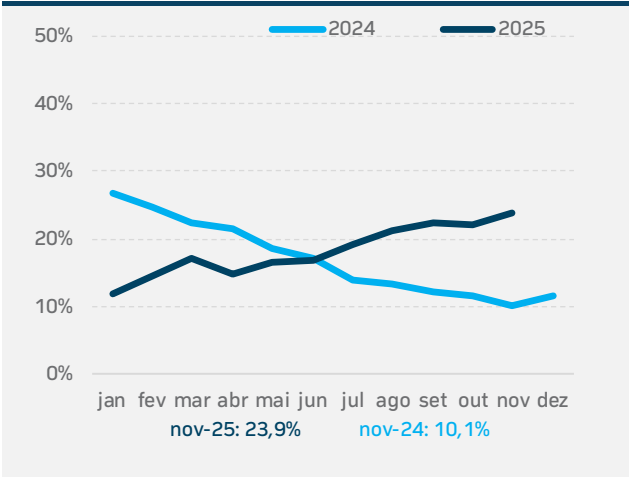
VENDAS (R\$ MM)



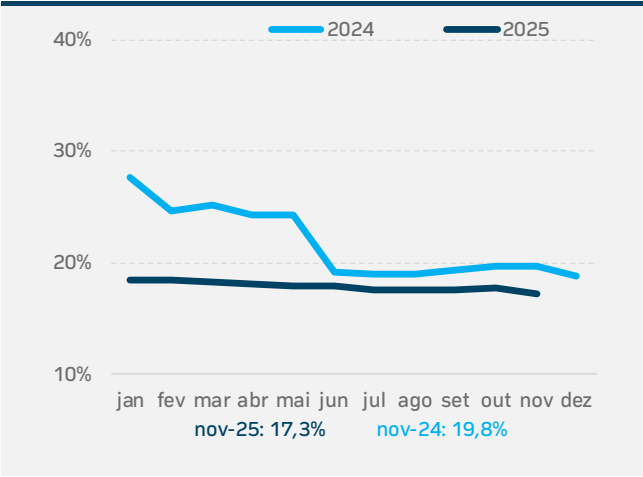
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)





## FRANCA SHOPPING (0,04% 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.

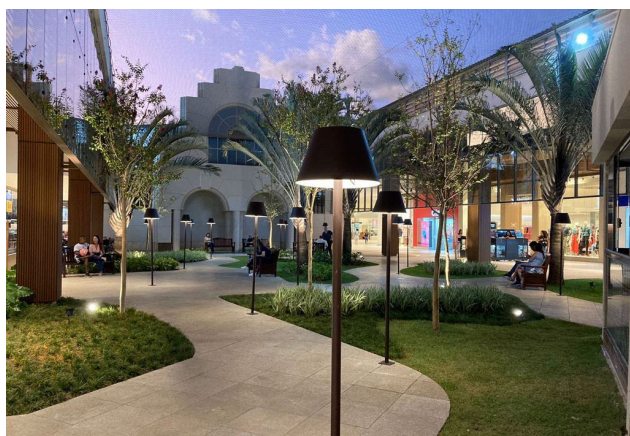
**Movimentações comerciais:** entrada da TNG (68 m<sup>2</sup>).

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

**Principais Operações:** Lojas Renner, Casas Bahia, C&A, Riachuelo, Maravilhas do Lar, Magazine Luiza e Centauro, Outback, Unimed e Youcom.

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

[www.francashopping.com.br](http://www.francashopping.com.br)



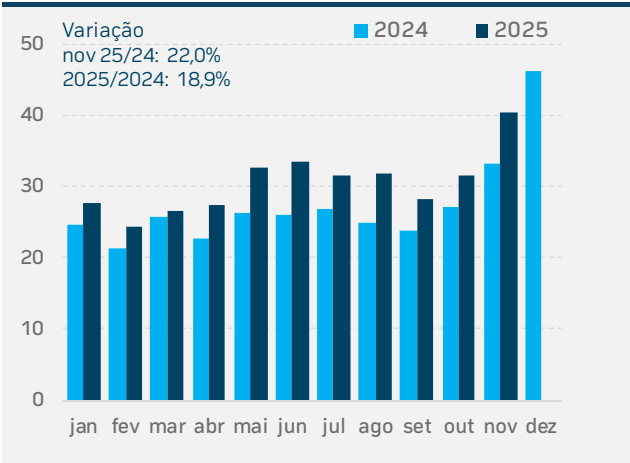




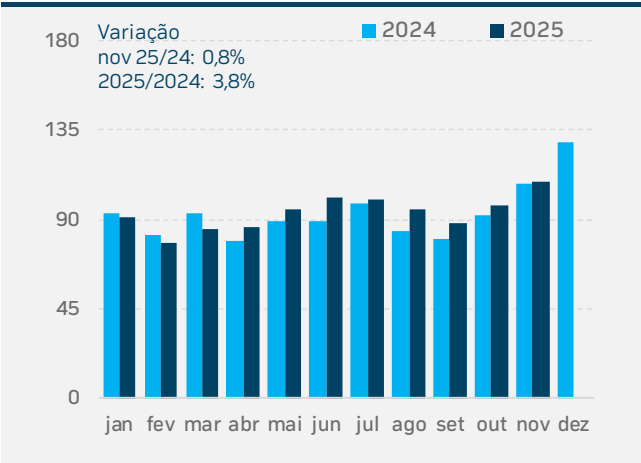
FRANCA SHOPPING (0,04% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado nov-25	Realizado nov-24	Variação vs. nov-24	Acum. nov-25	Acum. nov-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.419.701	1.147.770	24%	13.912.241	12.895.152	8%
Aluguel complementar	201.252	178.786	13%	2.627.406	2.023.854	30%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	383.423	319.255	20%	3.729.883	3.047.248	22%
Outras receitas	66.124	11.440	-	330.272	123.160	-
Receitas totais	2.070.501	1.657.251	25%	20.599.801	18.089.414	14%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(10.768)	(47.853)	-77%	(636.917)	(568.094)	12%
Outras despesas	(276.688)	(153.542)	80%	(2.491.292)	(1.795.475)	39%
Despesas totais	(287.456)	(201.395)	43%	(3.128.209)	(2.363.569)	32%
Resultado sem estacionamento	1.783.044	1.455.856	22%	17.471.591	15.725.845	11%
Resultado estacionamento	571.765	455.877	25%	6.057.693	4.772.602	27%
Resultado operacional (NOI)	2.354.810	1.911.733	23%	23.529.284	20.498.447	15%
Benfeitorias	(100.625)	(70.843)	42%	(2.239.503)	(1.011.281)	121%
Resultado não operacional	(23.540)	13.884	-	(250.606)	(125.071)	100%
Fluxo de caixa total	2.230.644	1.854.773	20%	21.039.175	19.362.095	9%

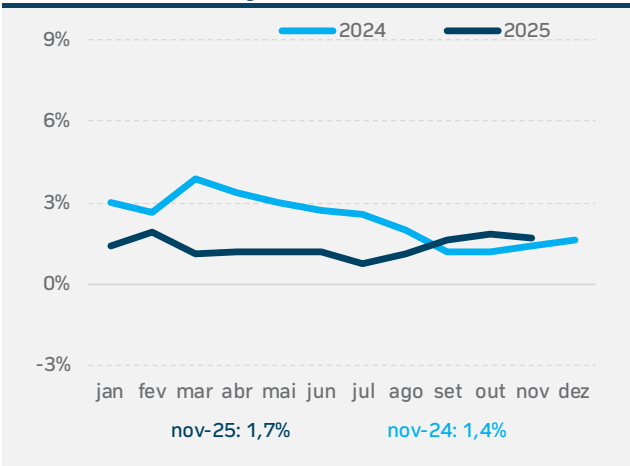
VENDAS (R\$ MM)



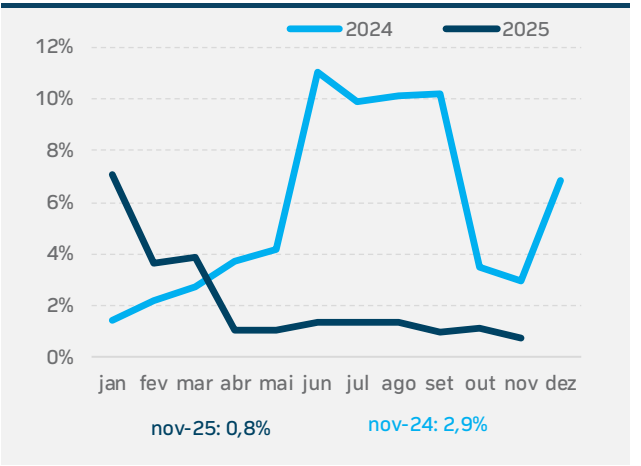
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 m<sup>2</sup> 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.

Destacamos que em outubro ocorreu a inauguração da H&M em uma área de cerca de 2.300 m<sup>2</sup> no corredor Árvores. Reconhecida como uma das maiores redes de moda do mundo, a varejista sueca abriu sua terceira loja no país, sendo a primeira fora da cidade de São Paulo e a única que conta com a H&M Home, divisão da marca focada em itens de decoração e utilidades para casa. A data de inauguração contou com ações especiais como brindes e vale -compras para os primeiros clientes, além de influenciadores locais.

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

PARTICIPAÇÃO 7,7%	ABL TOTAL 126,2 mil m <sup>2</sup>	OPERAÇÕES 387	INAUGURAÇÃO 2002	OPERADOR ALLOS
<b>Principais Operações:</b> Bodytech, C&A, Casas Bahia, Centauro, Clínica Diagmed, Daiso Japan, Decathlon, Expo Dom Pedro, H&M, Kinoplex, Magazine Luiza, Marisa, Miniso, Mobly, PEP da Polícia Federal, Renner, Riachuelo, Zara, Barbacoa, Big Jack, Camarada Camarão, Empório Santa Therezinha, Giovannetti, Jangada Restaurante, Lago do Holandês, L'Entrecôte de Paris, Madero, Mamma Jamma, Nagairô, Ninetto, O Matuto, Olive Garden, Outback, Parrilla da Fazenda, Pecorino, Pirajá, Si Señor e Temakeria e Cia.				
<b>Endereço:</b> Av. Guilherme Campos 500 – Campinas, SP			<a href="https://parquedpedro.com.br/">https://parquedpedro.com.br/</a>	



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 <sup>2</sup>	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](http://www.floripashopping.com.br)





## GRAND PLAZA SHOPPING (2% 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 <sup>2</sup>	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](http://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 m<sup>2</sup> 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.

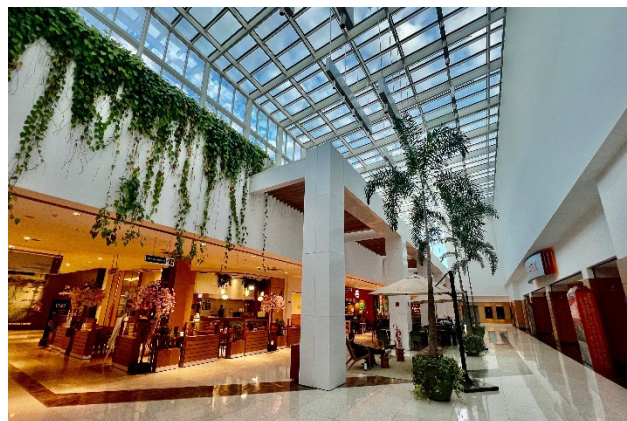
Por outro lado, movimentos recentes reforçam o reposicionamento do ativo: a inauguração de um supermercado, importante operação para agregação ao *tenant mix* do shopping, e a instalação de um hospital no terreno vizinho ampliam a atratividade do empreendimento, com potencial de incremento no fluxo de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

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
12,4%	56,5 mil m <sup>2</sup>	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, 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](http://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 999m<sup>2</sup> 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](mailto: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](mailto: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](https://hedgeinvest.com.br)**

Siga-nos nas redes sociais:

