

Hedge Brasil Shopping FII

HGBS11



Foto: Boulevard Shopping Bauru

OUTUBRO DE 2025

Relatório Gerencial



SUMÁRIO NAVEGÁVEL	pág.
OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS	3
PRINCIPAIS DESTAQUES	4
DESEMPENHO DO FUNDO	10
CARTEIRA DE INVESTIMENTOS	14
SHOPPING JARDIM SUL	16
SHOPPING PENHA	18
SHOPPING WEST PLAZA	20
MOOCA PLAZA SHOPPING	22
CAPIM DOURADO SHOPPING	24
TIVOLI SHOPPING CENTER	26
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING	28
BOULEVARD SHOPPING BAURU	30
SHOPPING VILLALOBOS	32
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA	34
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA	36
I FASHION OUTLET	38
SUZANO SHOPPING	40
PARTAGE SANTANA SHOPPING	42
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER	44
FRANCA SHOPPING	46
SHOPPING PARQUE D. PEDRO	48
FLORIPA SHOPPING	49
GRAND PLAZA SHOPPING	50
VIA PARQUE SHOPPING	51
GLOSSÁRIO	52
DOCUMENTOS	53



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\$ 21,67	INÍCIO DAS ATIVIDADES Novembro de 2006
COTA DE MERCADO R\$ 19,92	ADMINISTRADORA Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.
VALOR DE MERCADO R\$ 2,6 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 138.272	TAXA DE PERFORMANCE Não há
ABL PRÓPRIA ¹ 244,6 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 / Econômica; Data base das informações: 31/10/2025.



PRINCIPAIS DESTAQUES

FATO RELEVANTE – AQUISIÇÃO DO PARKSHOPPING SÃO CAETANO

Conforme divulgado via [Fato Relevante](#) em 14 de novembro de 2025 foi assinado um Memorando de Entendimentos (MoU) para aquisição de 20,00% de participação no ParkShopping São Caetano ao preço de R\$ 237.000.000,00, nas seguintes condições de pagamento: 50% do valor uma vez superada as condições precedentes, 25% em 12 meses após o Fechamento e 25% em 18 meses após o Fechamento. Os valores serão corrigidos pelo IPCA a partir da assinatura do MOU.

A operação está sujeita à superação de condições precedentes usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização dos documentos da Transação e da obtenção da aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE). Com a evolução da Transação, novas informações serão disponibilizadas ao mercado em geral.

ATUALIZAÇÃO RATING S&P – HGBS brAA+

Conforme mencionado em [relatórios anteriores](#), o HGBS se tornou o primeiro fundo de investimento imobiliário do mercado brasileiro a obter um rating corporativo da S&P Global Ratings, que atribuiu ao Fundo o rating “brAA+” em outubro de 2024, com perspectiva estável. Esta iniciativa reforçou o compromisso de promover uma gestão inovadora e comprometida com os mais altos padrões da indústria, garantindo que os investidores tenham sempre as melhores ferramentas para a tomada de decisão.

Destacamos que a análise de rating foi atualizada para o ano de 2025, com manutenção do rating “brAA+” e perspectiva estável, estabelecidos em novembro de 2025.

Adicionalmente, a S&P Global Ratings Brasil pontua que: “A perspectiva estável do rating de emissor reflete nossa expectativa de que o HGBS mantenha sua forte posição de mercado no segmento de shopping centers no Brasil, com operações resilientes e crescente geração de caixa, além de baixo endividamento...”. Ainda, para analisar o portfólio do Fundo, a S&P pontua que “Crescimento sustentável e diversificação conferem resiliência ao portfólio do HGBS.”.

O relatório completo pode ser acessado na página da S&P, ou através do seguinte [link](#).

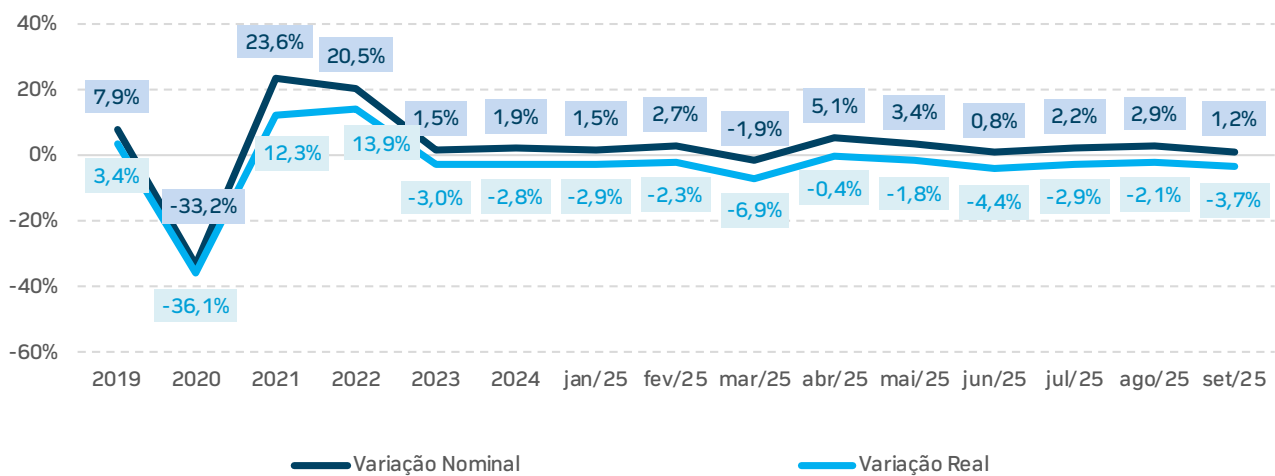


MERCADO DE SHOPPING CENTERS - MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em setembro, o mercado de shoppings brasileiro apresentou crescimento de 1,2% 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 3,7%. 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

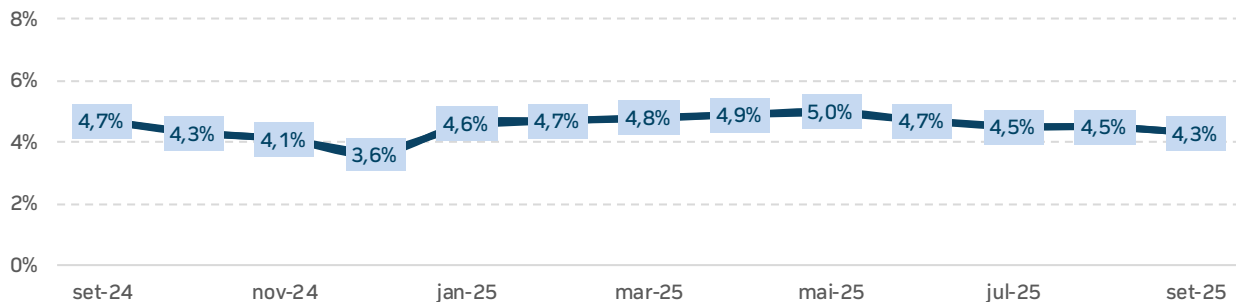


Fonte: Índice Cielo de Varejo em Shopping Centers (ICVS-Abrasce).

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

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
set/25	4,3%	5,3%	4,8%	4,1%	4,1%
ago/25	4,5%	5,3%	5,7%	4,1%	5,4%

Vacância mediana no Brasil



Fonte: Abrasce, Hedge



INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de setembro, considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira no ano anterior. Destacamos que a venda da fração de 10% do Shopping Jardim Sul apenas será refletida nos indicadores operacionais de outubro, que serão apresentados no relatório gerencial de novembro.

VENDAS/M²: O portfólio do Fundo apresentou vendas/m² de R\$ 1.151 em setembro, o que representa um crescimento de 5,7% vs. setembro de 2024. Levando em conta o acumulado de 2025, as vendas apresentam crescimento de 8,4% em comparação ao mesmo período de 2024.

VACÂNCIA: O Fundo encerrou setembro com 5,0% da ABL vaga vs. 5,1% em agosto e 5,5% em setembro de 2024.

NOI/M²: Em setembro, o NOI/m² do Fundo foi de R\$ 88,1/m², um crescimento de 16,4% vs. agosto de 2024. No acumulado do ano de 2025, o indicador apresenta crescimento de 7,1% em comparação ao mesmo período de 2024. Destacamos que em setembro/25 tivemos uma base elevada de recebimentos de estacionamento e aluguel mínimo, colaborando para o crescimento expressivo do NOI em relação a setembro/24.

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

Setembro - 2025					VENDAS (100%)			NOI (100%)		
Portfólio ¹	% da Carteira	Part.	ABL (100%)	Vacância	R\$/m ²	R\$/m ² vs. set/24	YTD vs. 2024	R\$/m ²	R\$/m ² vs. set/24	YTD vs. 2024
Jardim Sul	17%	90,0%	28.721	2,2%	1.813	1,4%	5,7%	175,1	23,3%	2,0%
Penha	12%	87,6%	29.779	4,5%	1.478	4,8%	5,2%	87,5	9,7%	6,2%
West Plaza ²	7%	89,6%	35.054	9,0%	713	16,1%	10,7%	41,2	31,5%	0,7%
Pq D. Pedro ²	7%	7,7%	126.137	2,7%	1.275	-2,0%	6,1%	154,5	20,4%	9,6%
Mooca	7%	20,0%	42.173	0,9%	1.981	9,6%	8,5%	167,2	4,4%	6,5%
Capim Dourado	7%	60,0%	38.731	4,2%	1.008	3,3%	4,0%	82,3	22,8%	15,4%
Tivoli	6%	59,0%	25.779	0,8%	1.297	5,5%	5,8%	104,4	8,4%	4,1%
São Bernardo	6%	35,0%	42.943	5,1%	981	4,2%	4,6%	80,2	-7,3%	1,4%
Bauru	5%	65,0%	34.550	3,0%	889	8,9%	14,8%	52,4	20,4%	14,0%
Villa Lobos	5%	15,0%	28.394	2,7%	2.528	10,5%	6,6%	263,0	19,5%	2,9%
Pr. da Moça	4%	23,1%	31.368	3,1%	1.074	-1,1%	2,2%	95,0	7,1%	3,8%
Floripa ²	4%	25,6%	50.469	1,6%	959 ⁴	3,4%	35,0%	60,7	9,5%	16,4%
Jaraguá Araraquara	2%	25,0%	21.099	4,7%	1.119	16,1%	18,7%	82,9	23,3%	23,4%
IFONH	2%	18,4%	20.049	3,5%	1.562	-4,3%	11,0%	112,7	14,0%	24,1%
Suzano	2%	15,0%	25.036	2,9%	1.168	7,9%	7,3%	99,8	19,4%	1,2%
Santana	2%	15,0%	25.884	6,0%	1.069	3,1%	3,2%	89,0	17,2%	22,8%
Goiabeiras	1%	54,0%	25.831	17,6%	399	14,3%	5,0%	-21,1	na	na
Via Parque ²	1%	12,4%	56.485	10,9%	461	23,5%	2,8%	47,3	351,9%	20,4%
Franca	0,03%	0,4%	18.955	1,0%	1.488	17,2%	17,7%	101,0	1,4%	12,5%
HGBS^{1 3}	-	-	239.478	5,0%	1.151	5,7%	8,4%	88,1	16,4%	7,1%

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.

Fonte: Hedge, Administradoras.

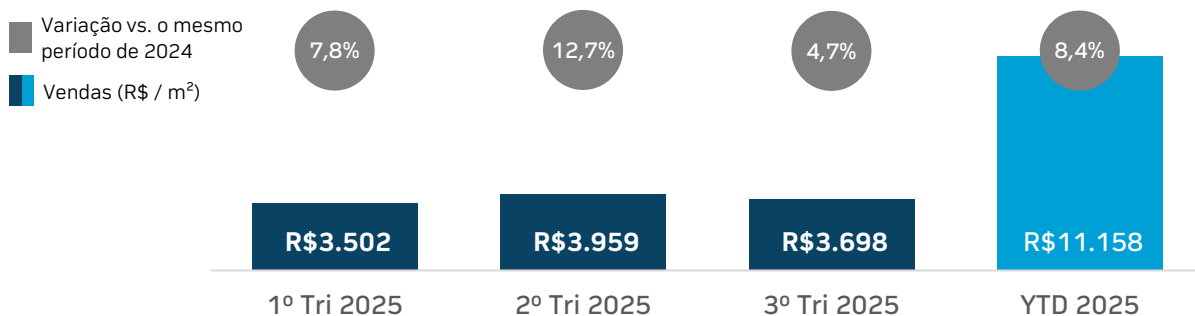


INDICADORES TRIMESTRAIS

VENDAS / M²

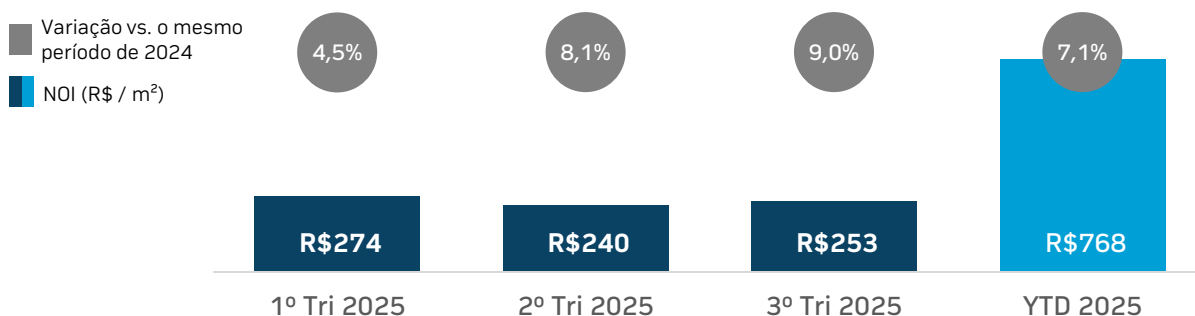
O Fundo apresentou vendas de R\$ 3.698/m² no 3º trimestre de 2025, o que representa um crescimento de 4,7% em relação ao 3º trimestre de 2024. O 3º trimestre apresentou crescimento inferior ao observado nos períodos anteriores. O principal detrator das vendas no 3º tri foram os cinemas, que apresentaram queda de 17% isoladamente. Retirando este segmento da comparação, teríamos um acréscimo de 0,4 p.p. no crescimento das vendas totais, que ficariam 5,1% acima do mesmo trimestre do ano passado.

Ainda assim, temos um crescimento sólido de 8,4% no acumulado de 2025 até setembro, em comparação ao mesmo período de 2024. Os ativos de maior destaque no portfólio considerando o YTD 2025 são: Floripa (+35% vs YTD/24), Araraquara (+19% vs YTD/24) e Bauru (+15% vs YTD/24).



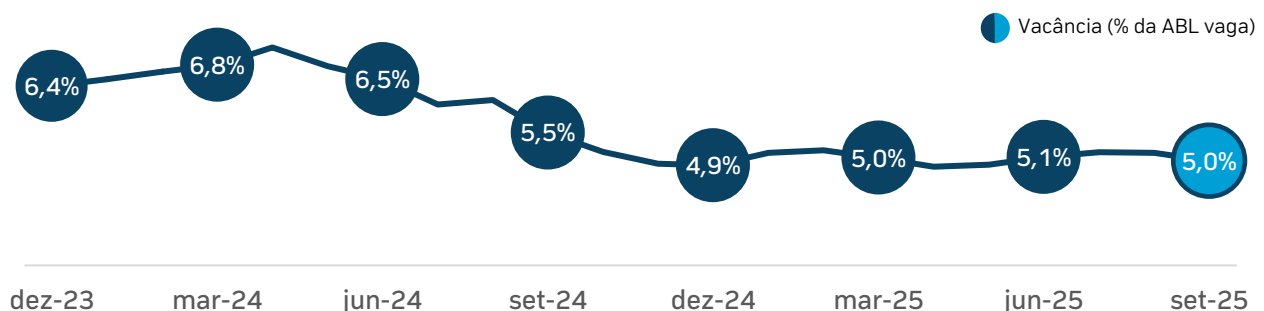
NOI / M²

O NOI/m² do Fundo ficou em R\$ 253,40/m² no 3º trimestre de 2025, um crescimento de 9,0% em relação ao mesmo período de 2024. No 3º trimestre, tivemos o melhor desempenho do NOI no ano, impulsionado pela boa performance da receita de estacionamento dos shoppings, que apresentou um crescimento consolidado de 13,6% no 3º trimestre de 2025 em relação ao mesmo período de 2024, representando 26,5% do NOI total.



VACÂNCIA

Ao longo de 2025 o Fundo vem mantendo uma vacância próxima a 5,0% da ABL vaga, sem grandes flutuações ao longo dos meses. Vale destacar que este nível é considerado saudável para a indústria, e em alguns ativos é até mesmo considerada como “vacância estratégica”, possibilitando que a gestão do shopping tenha ABL disponível para trazer novos lojistas que agreguem para a qualificação do mix de lojistas do shopping.



Fonte: Hedge, Administradores

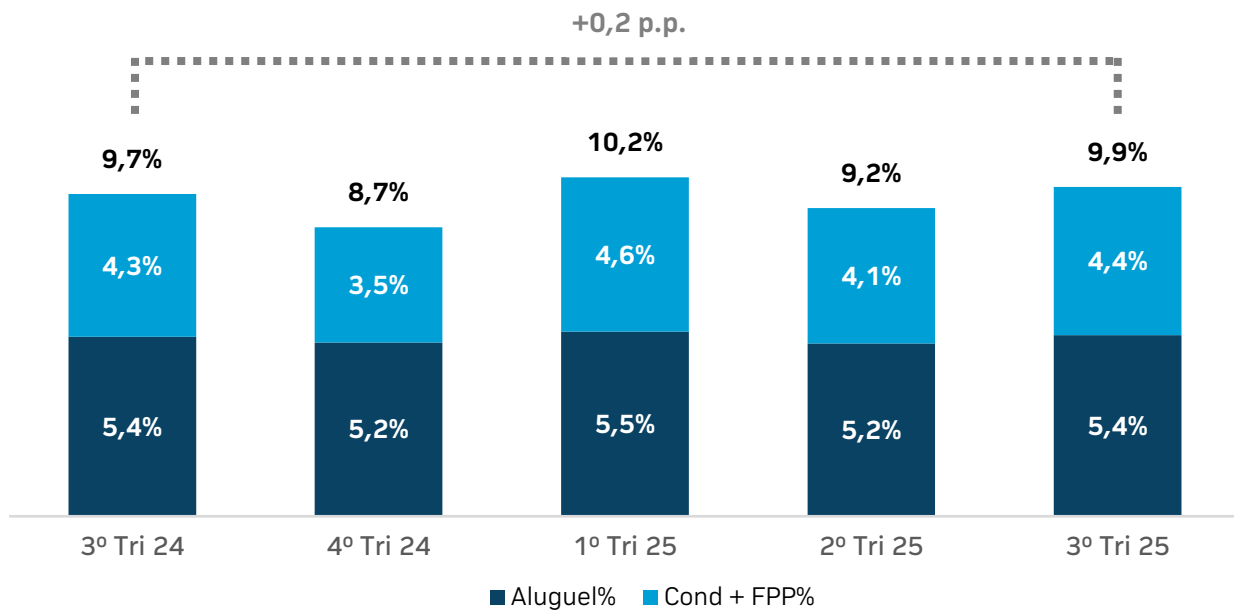


INDICADORES COMERCIAIS

CUSTO DE OCUPAÇÃO (% DAS VENDAS)

No 3º trimestre de 2025, o custo de ocupação médio do portfólio foi de 9,9%, levemente acima (+0,2 p.p.) do registrado no mesmo período em 2024, reflexo do crescimento mais tímido das vendas no mesmo período e reajuste das despesas condominiais.

Ainda assim, o indicador permanece saudável e inferior aos níveis do 3º trimestre de 2022 (10,2%) e 2023 (10,1%).



VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS)

O portfólio do HGBS, no 3º trimestre de 2025, apresentou um SSS de +2,4% em comparação com o mesmo período de 2024, com destaque para Academias (+15,1%) e Farmácias (+7,2%) no segmento de Conveniências e Serviços, reforçando a capacidade dos shoppings em atender às necessidades do dia a dia, e para Fast Food (+6,7%) e Café & Lanches (+6,1%), dentro de Alimentação.

O Cinema, por sua vez, teve uma base comparativa forte em 2024, principalmente nos meses de julho e agosto, sendo o principal detrator no 3º trimestre de 2025, com um SSS de -18%. Além disso, no varejo de moda as grandes redes avançaram de forma moderada, com isso, o segmento de Roupas e Calçados, o mais significativo dentre os segmentos, registrou ligeira alta de +1,5% no trimestre.

Entre os ativos, Franca (+6,8%) e Bauru (+5,8%) continuam se destacando, seguidos pelo Mooca (+5,7%) e West Plaza (+5,3%). Este último colheu os frutos da reforma da praça de alimentação, com avanço expressivo em Alimentação (+12,5%), impulsionado por Fast Food (+12,2%) e Café & Lanches (+16,6%), ambos superando a média do portfólio no trimestre.

SSS por segmento (vs. mesmo período de 2024)	3º Tri 2025
Roupas e Calçados	1,5%
Alimentação	5,0%
Conveniência & Serviços	6,2%
Artigos do Lar	1,8%
Outros	-1,5%
HGBS	2,4%

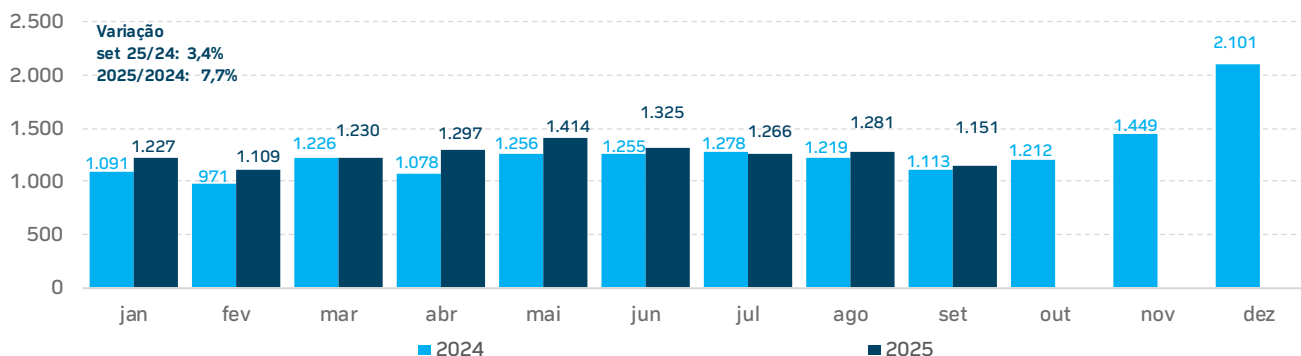
Fonte: Hedge, Administradores



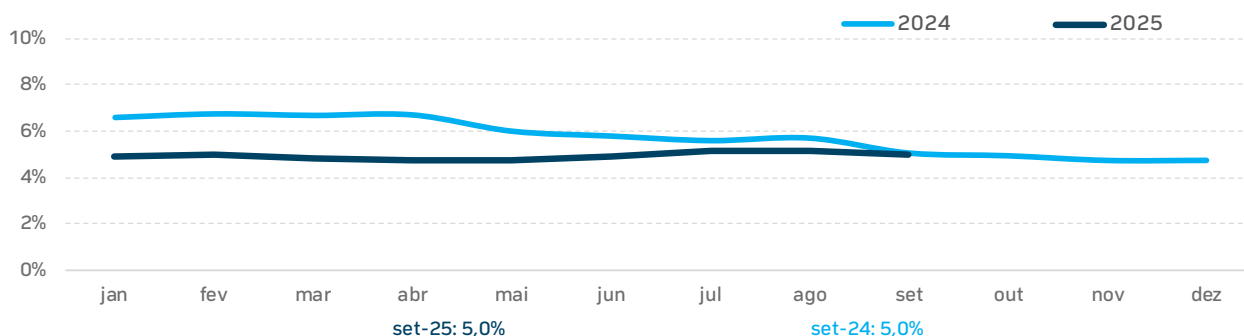
INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

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.

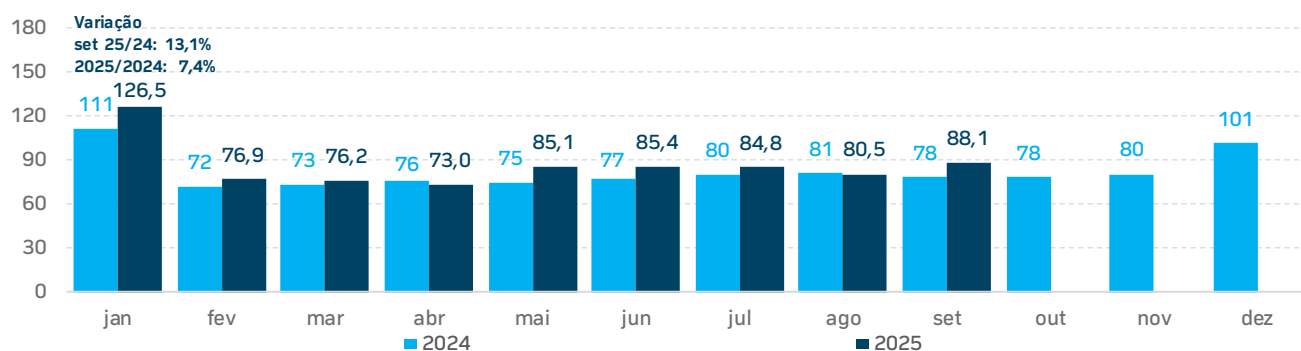
VENDAS TOTAIS / M² (R\$)



VACÂNCIA (% ABL)



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



Fonte: Hedge, Administradores

DESEMPENHO DO FUNDO

RESULTADO

Em outubro, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,141 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,150 / cota como rendimento referente ao mês de outubro de 2025, considerando as 129.133.010 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 14 de novembro de 2025, aos detentores de cotas em 31 de outubro 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	out-25	R\$ / Cota	2025	R\$ / Cota Médio Mensal
Receita Imobiliária	21.431.747	0,166	211.036.720	0,163
Imóveis	18.567.887	0,144	178.749.746	0,138
FIs Estratégicos - Rendimento	2.863.860	0,022	32.286.974	0,025
Outras Receitas	1.448.401	0,011	14.869.890	0,012
FIs Líquidos - Rendimento	696.100	0,005	6.531.644	0,005
CRI	118.110	0,001	3.736.509	0,003
LCI	-	-	1.152.473	0,001
Renda Fixa	634.191	0,005	3.449.263	0,003
Total de Despesas	(4.619.904)	(0,036)	(44.547.784)	(0,034)
Despesas operacionais	(1.547.887)	(0,012)	(15.023.051)	(0,012)
Despesas financeiras	(3.072.017)	(0,024)	(29.524.733)	(0,023)
Resultado Operacional	18.260.244	0,141	181.358.825	0,140
Lucro Operações	(1.998)	(0,000)	16.508.798	0,013
Imóveis	-	-	16.497.480	0,013
FIs Estrat. - Ganho de Capital	-	-	43.628	0,000
FIs Líquidos - Ganho de Capital	-	-	-	-
IR Ganho FIs	(1.998)	(0,000)	(32.310)	(0,000)
Resultado HGBS11	18.258.246	0,141	197.867.624	0,153
Rendimento HGBS11	19.369.952	0,150	201.447.496	0,156

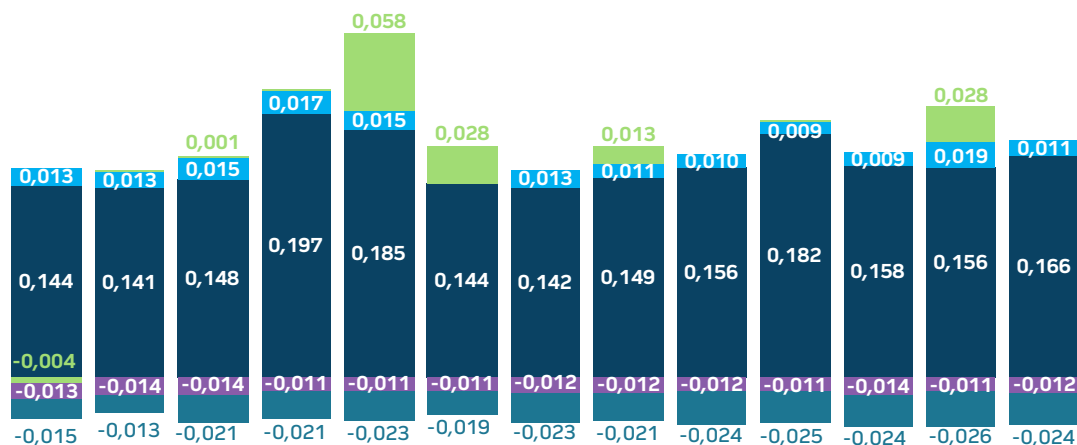
Renda Imobiliária: Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIs Estratégicos – Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIs Líquidos - Rendimento: rendimentos 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



	out-24	nov-24	dez-24	jan-25	fev-25	mar-25	abr-25	mai-25	jun-25	jul-25	ago-25	set-25	out-25	Média 12m
Resultado Total	0,124	0,126	0,129	0,181	0,224	0,143	0,120	0,140	0,130	0,155	0,130	0,166	0,141	0,149
Rendimento	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,150	0,150	0,150	0,150	0,157
Resultado Acumulado	0,111	0,078	0,046	0,067	0,131	0,114	0,074	0,054	0,024	0,030	0,010	0,026	0,017	-

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\$ 19,92**.

Hedge Brasil Shopping FII	out/25	2025	12 meses	Início
Cota Aquisição (R\$)	20,45	18,61	19,78	10,00
Renda Acumulada	0,7%	8,4%	9,6%	277,4%
Ganho de Capital Líquido	-2,6%	5,6%	0,6%	79,4%
TIR Líq. (Renda + Venda)	-1,9%	14,7%	10,7%	1381,5%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	-18,6%	17,8%	10,7%	15,3%
% CDI Líquido	-	148,4%	92,6%	324,2%
Retorno Total Bruto	-1,9%	15,5%	10,3%	376,6%
IFIX	0,1%	15,3%	12,1%	258,9%¹
% IFIX	-	101,1%	84,8%	125,1%²

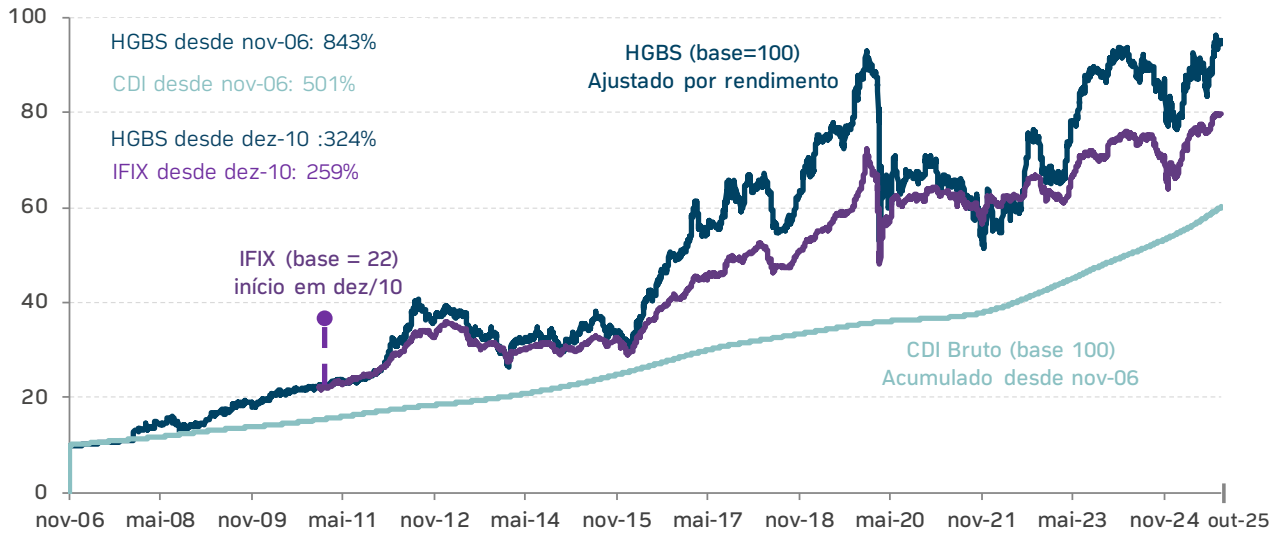
¹ Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

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



RENTABILIDADE ACUMULADA

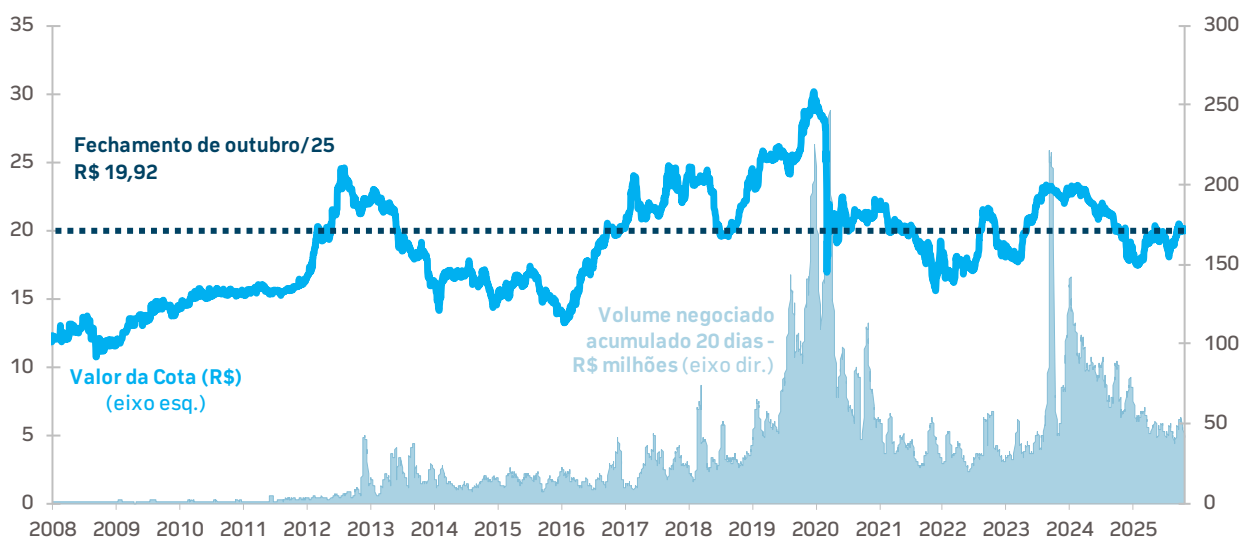
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Econômica

LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	out/25	2025	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	2,0%	20,7%	26,3%
Volume negociado (R\$ milhões)	51,4	507,6	640,3
Volume médio diário (R\$ milhões)	2,2	2,4	2,6

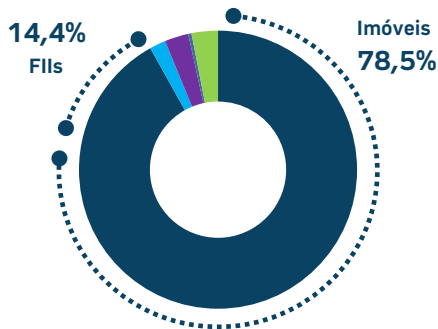


Fonte: Hedge / B3 / Econômica

CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

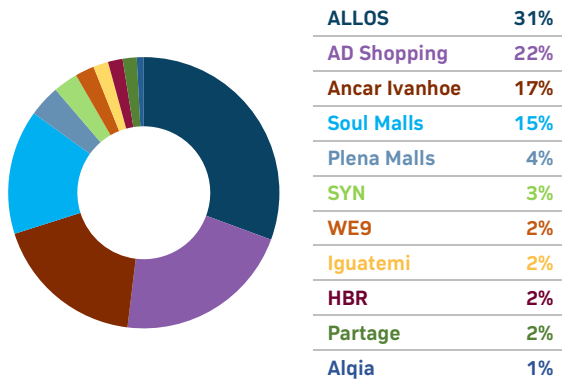
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 20 shopping centers, distribuídos em quinze cidades e seis estados, sendo 15 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 92,9% 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. Destacamos que a carteira já reflete a venda da fração de 10% do Shopping Jardim Sul, enquanto os indicadores operacionais refletirão a partir dos dados de outubro.

DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	92,9%	FIIs Líquidos	2,0%
CRIs e LCIs	3,0%	Fundos RF	2,2%

DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)

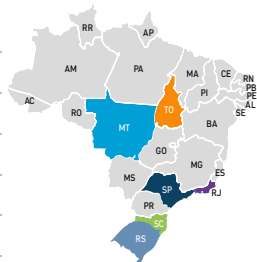


DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

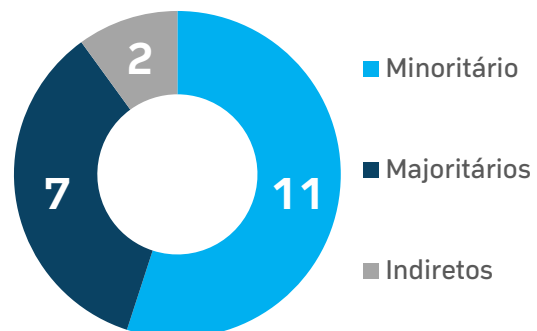


DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

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

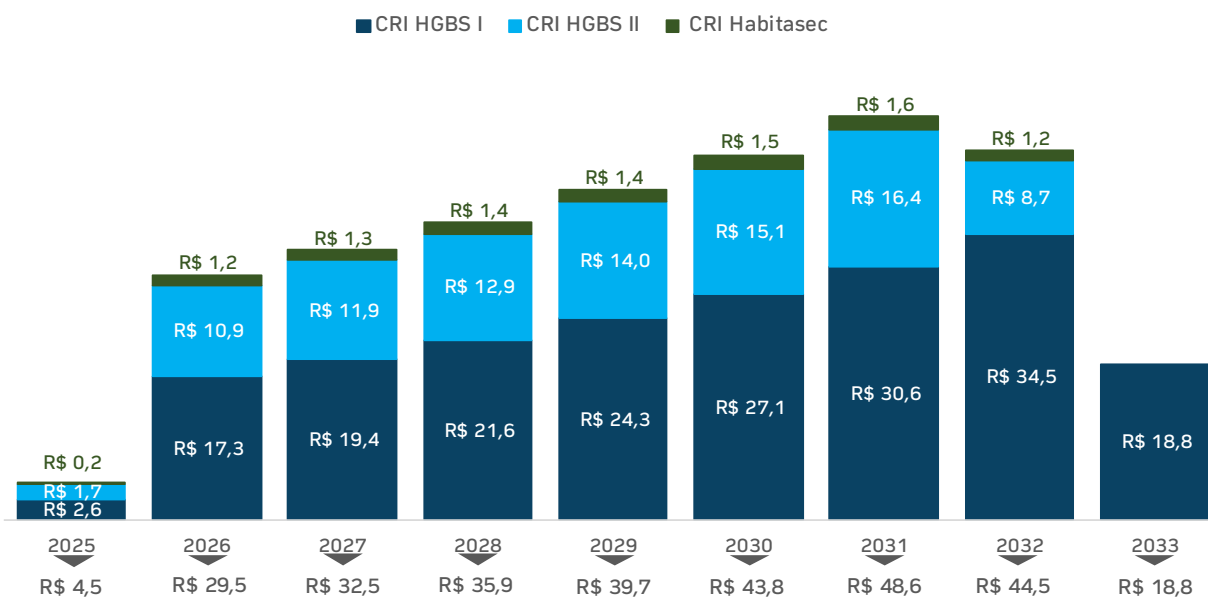


ALAVANCAGEM DO FUNDO

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	11,2%			
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\$ 100.190.987	R\$ 105.618.896	R\$ 95.914.652	R\$ 10.239.278
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 (17% 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: entradas da Mondo Pane (89 m²), L'Occitane Au Bresil (33 m²) e CVC (30 m²), saídas da Samsung (81 m²) e Quem disse Berenice (33 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
80,0%	28,7 mil m ²	171	1990	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



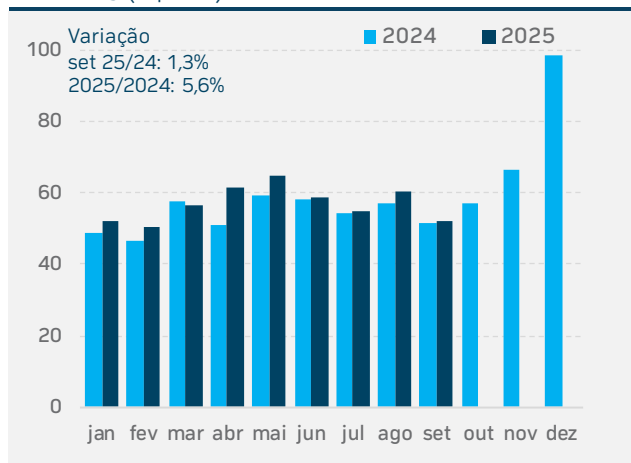
Fotos: Maurício Moreno.



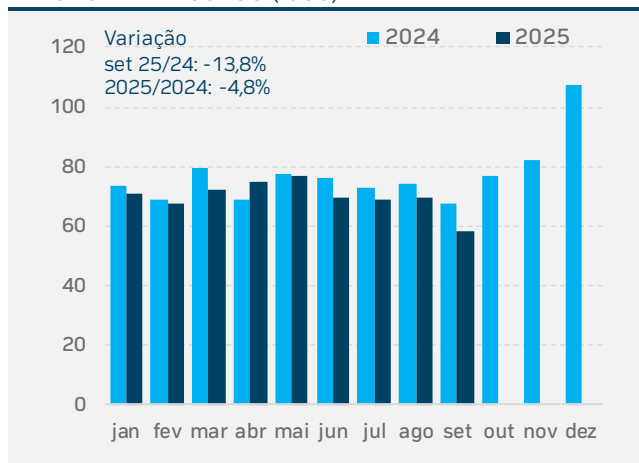
SHOPPING JARDIM SUL (17% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	3.005.917	2.910.300	3%	25.182.457	25.298.811	0%
Aluguel complementar	260.182	182.691	42%	2.192.232	1.853.837	18%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	586.307	551.867	6%	4.803.872	4.833.896	-1%
Outras receitas	93.422	56.009	67%	573.737	872.356	-34%
Receitas totais	3.945.828	3.700.867	7%	32.752.298	32.858.900	0%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(50.704)	(99.913)	-49%	(565.247)	(845.279)	-33%
Outras despesas	12.443	(463.206)	-	(4.890.850)	(4.470.796)	9%
Despesas totais	(38.261)	(563.119)	-93%	(5.456.097)	(5.316.076)	3%
Resultado sem estacionamento	3.907.567	3.137.748	25%	27.296.201	27.542.824	-1%
Resultado estacionamento	1.121.919	942.504	19%	9.790.008	8.838.891	11%
Resultado operacional (NOI)	5.029.486	4.080.252	23%	37.086.209	36.381.715	2%
Benfeitorias	(3.080)	(13.842)	-78%	(257.574)	(707.308)	-64%
Resultado não operacional	(39.393)	767	-	(273.243)	905.488	-
Fluxo de caixa total	4.987.013	4.067.177	23%	36.555.393	36.579.895	0%

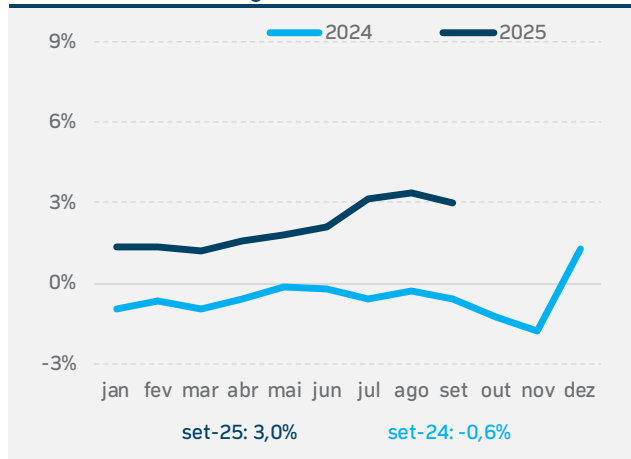
VENDAS (R\$ MM)



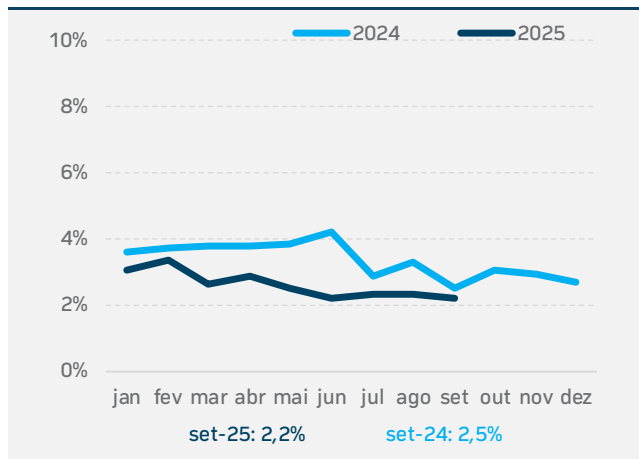
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PENHA (12% 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. Kitsch (40 m²) e redução de 60 m² na área da Artwalk + Authentic Feet.

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



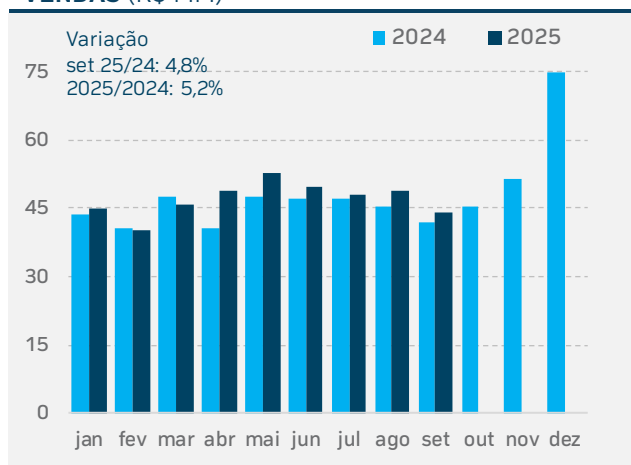
Fotos: Maurício Moreno



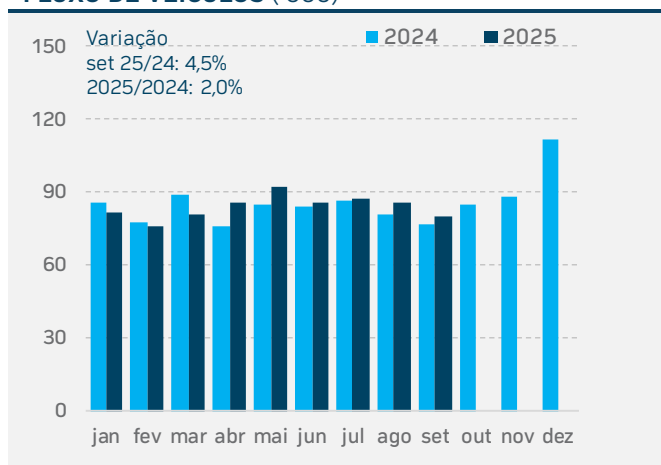
SHOPPING PENHA (12% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.960.120	1.848.375	6%	19.180.508	17.536.161	9%
Aluguel complementar	130.076	137.636	-5%	1.752.865	1.965.797	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	471.412	518.211	-9%	4.381.020	4.526.575	-3%
Outras receitas	54.373	9.623	465%	162.279	305.607	-47%
Receitas totais	2.615.981	2.513.845	4%	25.476.671	24.334.141	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(280.456)	(308.318)	-9%	(2.422.396)	(2.611.297)	-7%
Outras despesas	(221.142)	(298.820)	-26%	(2.180.597)	(2.302.411)	-5%
Despesas totais	(501.598)	(607.139)	-17%	(4.602.994)	(4.913.708)	-6%
Resultado sem estacionamento	2.114.383	1.906.707	11%	20.873.677	19.420.434	7%
Resultado estacionamento	491.307	467.629	5%	4.835.967	4.781.493	1%
Resultado operacional (NOI)	2.605.690	2.374.336	10%	25.709.645	24.201.927	6%
Benfeitorias	(177.501)	(747.916)	-76%	(6.501.643)	(2.857.514)	128%
Resultado não operacional	(2.200)	(88.128)	-98%	(19.800)	126.148	-
Fluxo de caixa total	2.425.989	1.538.292	58%	19.188.202	21.470.560	-11%

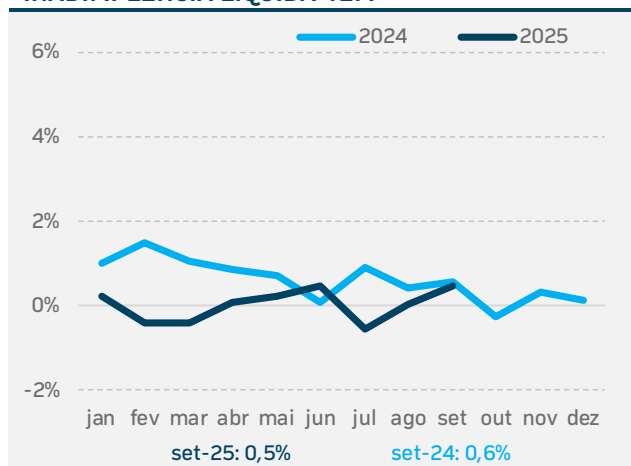
VENDAS (R\$ MM)



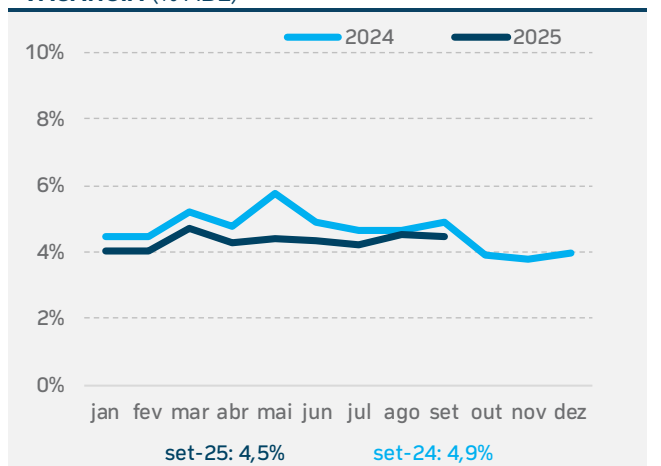
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 as obras do Mané Mercado estão em fase avançada e a inauguração deverá ocorrer no início de dezembro, em uma área com mais de 3 mil m². Cerca de 80% do espaço que será disponibilizado para operações gastronômicas já foi comercializado, e a divulgação dos restaurantes começará em breve.

Movimentações comerciais: entrada da Fix Store (34 m²) e saídas da Lassu (80 m³) e Albert 's Famous (23 m²). Tivemos também a realocação do Plush Mania com entrada da Ei Kids na antiga área, sem afetar vacância

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
89,1%	35,0 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, Dickey's, Cinemark, Game Station, Villa Bowling e Cema Medicina Especializada.

Endereço: Av. Francisco Matarazzo – São Paulo, SP

westplaza.com.br



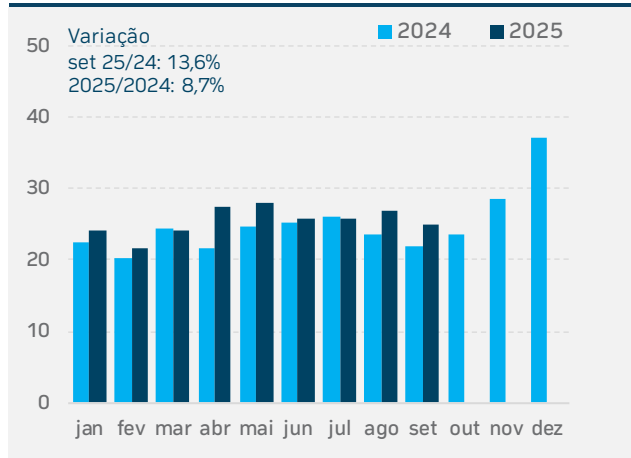
Fotos: Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).



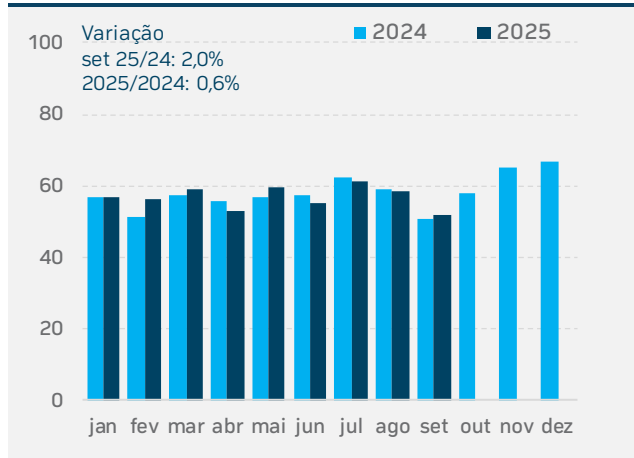
SHOPPING WEST PLAZA (7% da carteira – 6% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.488.138	1.260.872	18%	13.551.911	11.963.925	13%
Aluguel complementar	142.934	152.610	-6%	1.441.835	1.735.767	-17%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	232.980	273.782	-15%	2.553.042	2.340.665	9%
Outras receitas	19.500	2.605	-	92.755	721.148	-87%
Receitas totais	1.883.553	1.689.869	11%	17.639.542	16.761.504	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(737.350)	(700.709)	5%	(7.380.472)	(6.114.605)	21%
Outras despesas	(295.159)	(269.758)	9%	(3.408.928)	(2.576.413)	32%
Despesas totais	(1.032.510)	(970.467)	6%	(10.789.399)	(8.691.018)	24%
Resultado sem estacionamento	851.043	719.402	18%	6.850.142	8.070.486	-15%
Resultado estacionamento	592.646	402.436	47%	6.038.391	4.972.352	21%
Resultado operacional (NOI)	1.443.689	1.121.838	29%	12.888.533	13.042.838	-1%
Benefitórias	(3.248.697)	(270.278)	1102%	(16.361.903)	(5.553.929)	195%
Resultado não operacional	-	-	-	-	(79.407)	-100%
Fluxo de caixa total	(1.805.008)	851.560	-	(3.473.370)	7.409.503	-

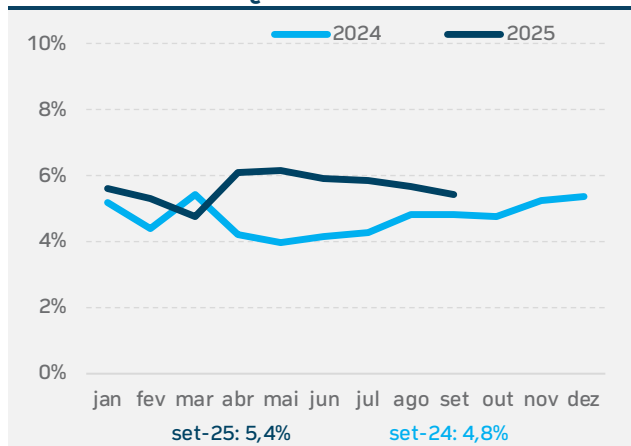
VENDAS (R\$ MM)



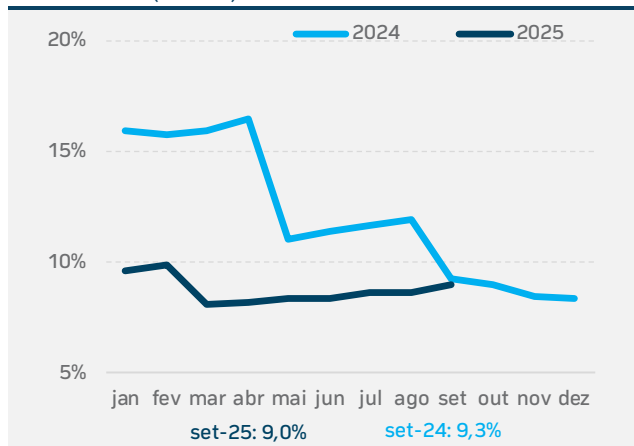
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 em setembro ocorreu a [inauguração](#) da Sephora em uma área de mais de 300 m², reforçando a qualificação do mix de lojistas do Mooca, e colaborando para a atração de clientes e destaque do Mooca na posição de dominância na região.

Movimentações comerciais: entrada da Realidade Virtual – X Dome (102 m²) e Monte Carlo (67 m²), saída da Sapatop (66 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, Vivara, Zara.

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

www.moocaplaza.com.br



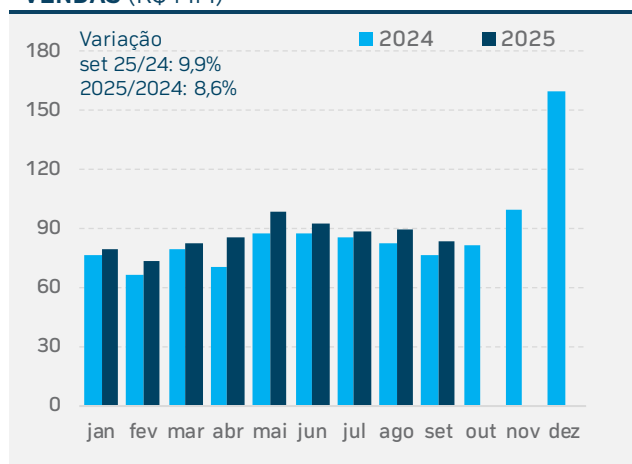
Fotos: Maurício Moreno.



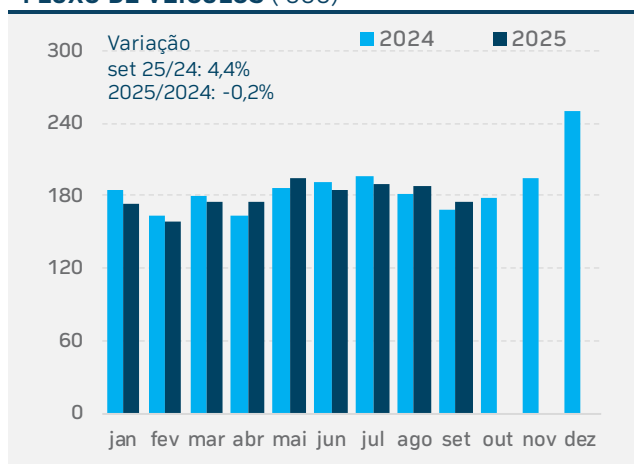
MOOCA PLAZA SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.838.577	4.516.852	7%	45.815.809	44.037.054	4%
Aluguel complementar	359.023	421.682	-15%	4.800.583	4.377.965	10%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.036.203	1.058.766	-2%	8.726.088	7.799.413	12%
Outras receitas	214.397	234.316	-9%	2.045.262	2.051.114	0%
Receitas totais	6.448.200	6.231.617	3%	61.387.742	58.265.545	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(61.892)	84.006	-	(727.460)	(1.092.165)	-33%
Outras despesas	(1.553.765)	(1.490.989)	4%	(13.912.255)	(13.268.543)	5%
Despesas totais	(1.615.658)	(1.406.983)	15%	(14.639.715)	(14.360.708)	2%
Resultado sem estacionamento	4.832.542	4.824.634	0%	46.748.027	43.904.837	6%
Resultado estacionamento	2.220.259	1.912.847	16%	17.534.131	16.382.674	7%
Resultado operacional (NOI)	7.052.801	6.737.481	5%	64.282.157	60.287.511	7%
Benfeitorias	(3.634.714)	(562.335)	546%	(9.982.013)	(3.391.265)	194%
Resultado não operacional	831	(20.210)	-	90.113	15.288	489%
Fluxo de caixa total	3.418.918	6.154.936	-44%	54.390.257	56.911.535	-4%

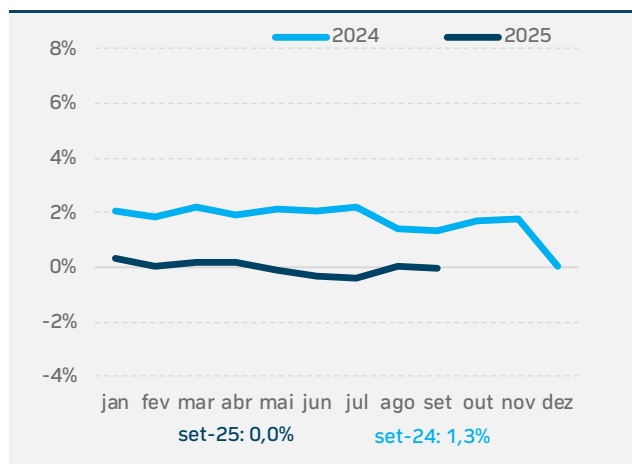
VENDAS (R\$ MM)



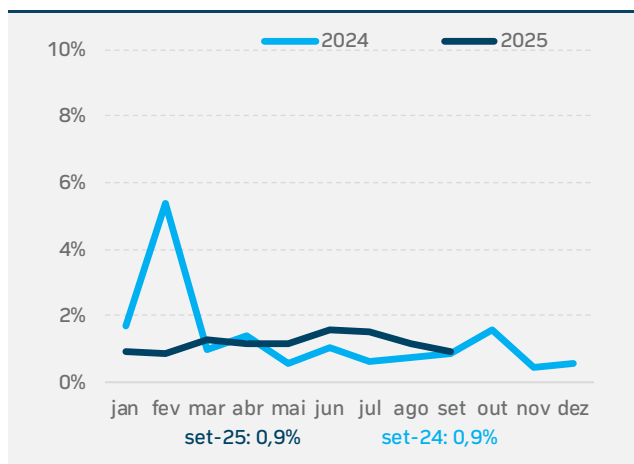
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

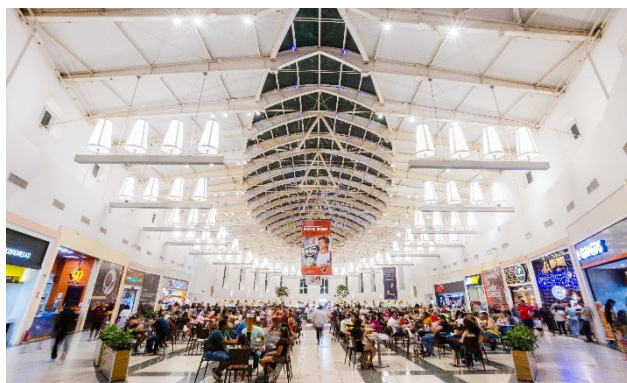
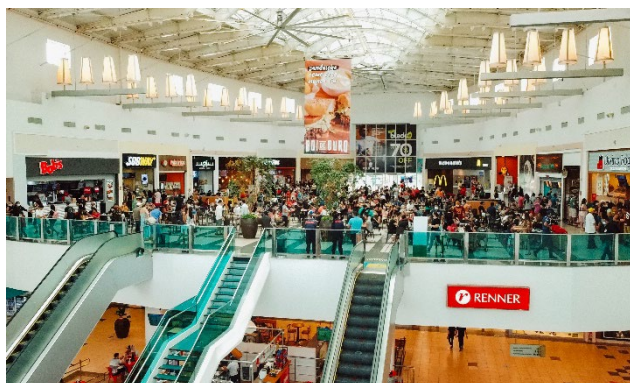
Movimentações comerciais: entradas das operações Eskilo (133 m²) e Fic Fit (24 m²).

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, 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

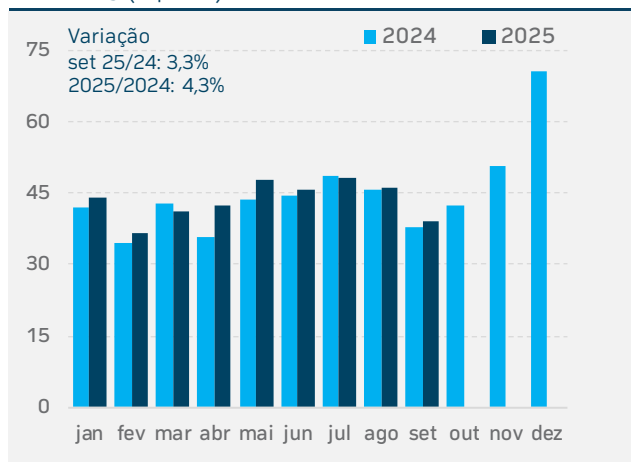




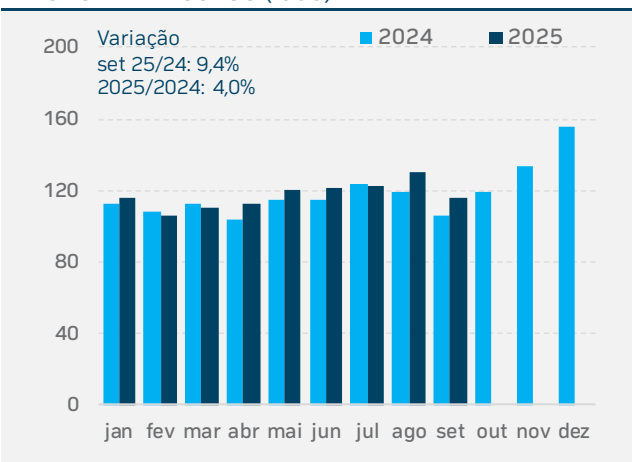
CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.500.023	1.393.630	8%	14.908.337	13.456.409	11%
Aluguel complementar	481.024	588.177	-18%	4.876.741	4.508.420	8%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	527.748	453.859	16%	4.778.345	4.101.496	17%
Outras receitas	27.446	27.570	0%	606.607	741.699	-18%
Receitas totais	2.536.241	2.463.236	3%	25.170.030	22.808.024	10%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(72.278)	(47.753)	51%	(437.063)	(383.063)	14%
Outras despesas	100.795	(307.483)	-	(2.210.076)	(2.669.611)	-17%
Despesas totais	28.517	(355.236)	-	(2.647.139)	(3.052.674)	-13%
Resultado sem estacionamento	2.564.758	2.108.000	22%	22.522.891	19.755.350	14%
Resultado estacionamento	623.193	486.776	28%	5.105.111	4.127.426	24%
Resultado operacional (NOI)	3.187.951	2.594.776	23%	27.628.002	23.882.776	16%
Benefitorias	(99.165)	(5.820)	1604%	(932.209)	(5.820)	15917%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	3.088.786	2.588.956	19%	26.695.793	23.876.956	12%

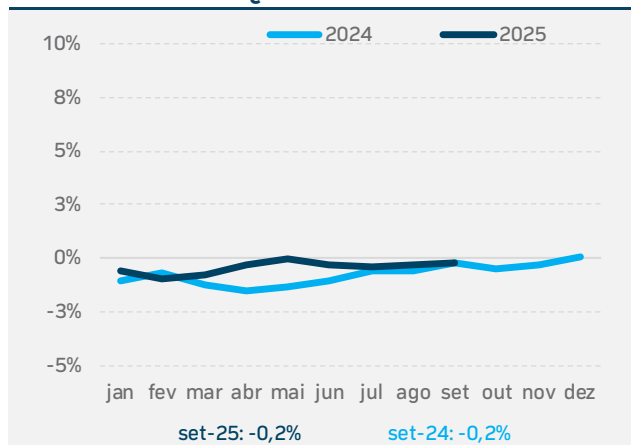
VENDAS (R\$ MM)



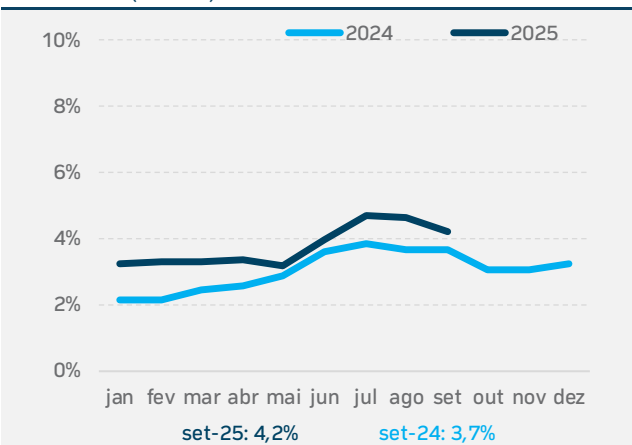
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: entradas da Casa do Celular (36 m²), Chilli Beans (36 m²) e Copenhagen (55 m²), saídas da Nyte (40 m²) e Maria Joaquim (36 m²).

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



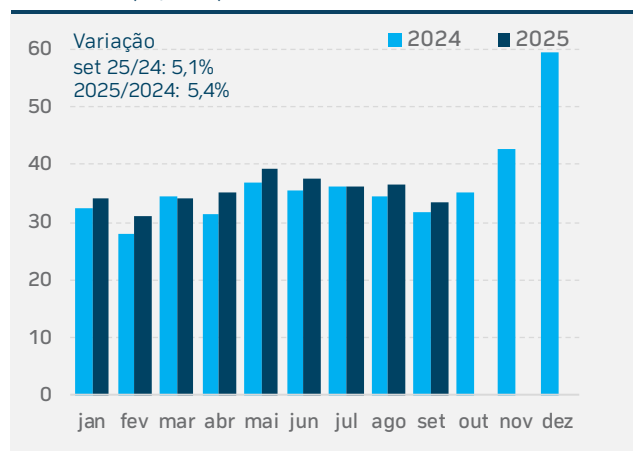
Fotos: Maurício Moreno



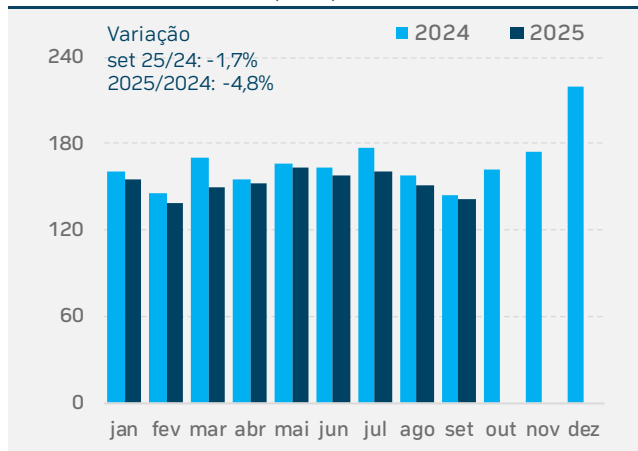
TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.735.764	1.512.038	15%	14.911.064	14.100.125	6%
Aluguel complementar	249.651	340.325	-27%	1.871.527	1.951.442	-4%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	296.982	212.110	40%	2.257.630	2.165.931	4%
Outras receitas	59.940	35.471	69%	587.853	964.027	-39%
Receitas totais	2.342.337	2.099.944	12%	19.628.074	19.181.525	2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(47.998)	(48.260)	-1%	(425.163)	(442.299)	-4%
Outras despesas	(239.300)	(160.239)	49%	(2.097.818)	(1.819.411)	15%
Despesas totais	(287.298)	(208.499)	38%	(2.522.981)	(2.261.710)	12%
Resultado sem estacionamento	2.055.039	1.891.444	9%	17.105.093	16.919.815	1%
Resultado estacionamento	636.214	601.459	6%	5.841.987	5.198.084	12%
Resultado operacional (NOI)	2.691.253	2.492.904	8%	22.947.080	22.117.899	4%
Benfeitorias	(105.264)	(206.056)	-49%	(807.613)	(2.706.142)	-70%
Resultado não operacional	-	-	-	-	(160.551)	-100%
Fluxo de caixa total	2.585.989	2.286.847	13%	22.139.467	19.251.205	15%

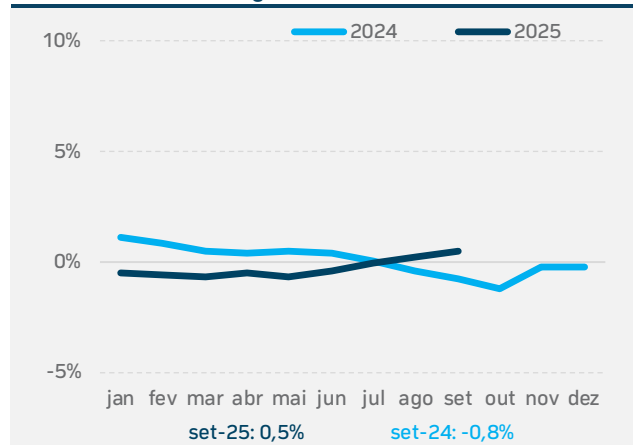
VENDAS (R\$ MM)



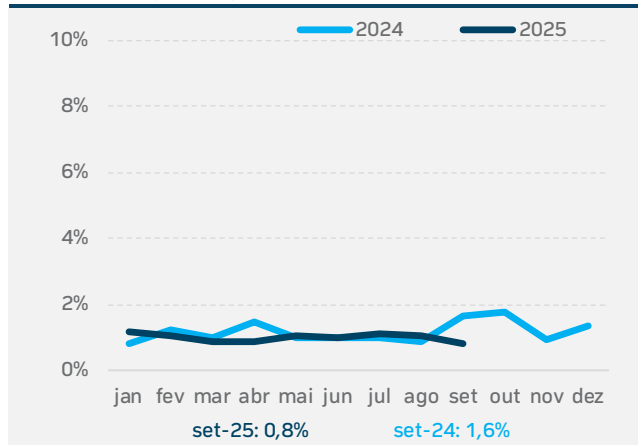
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: entradas da Plush 4 Fun (94 m²) e Casa do Celular (40 m²), saídas da Inovar Móveis (222 m²), Artex (83 m²), Nikids (61 m²) e ARF Folheados (43 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



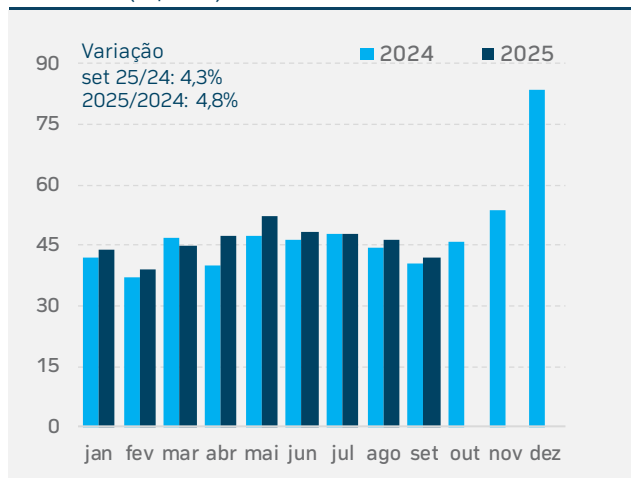
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



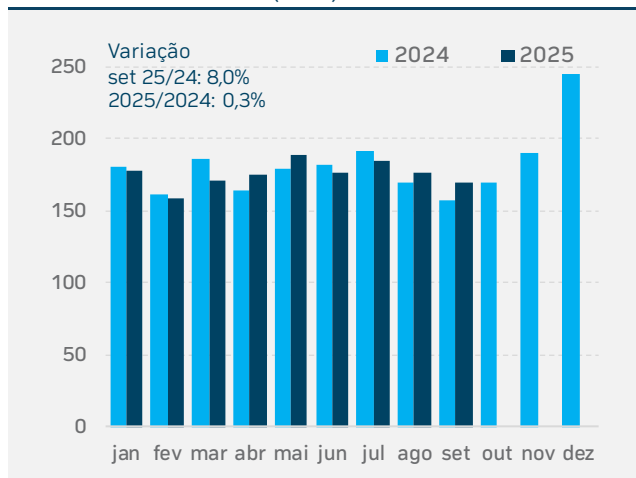
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.108.970	2.149.763	-2%	21.515.714	21.303.681	1%
Aluguel complementar	124.484	128.911	-3%	1.594.389	1.916.843	-17%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	455.645	931.732	-51%	4.108.092	4.225.099	-3%
Outras receitas	177.803	64.693	175%	1.522.627	1.196.668	27%
Receitas totais	2.866.902	3.275.099	-12%	28.740.822	28.642.291	0%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(90.706)	(125.796)	-28%	(1.079.067)	(1.063.041)	2%
Outras despesas	(465.232)	(468.777)	-1%	(4.803.536)	(4.095.886)	17%
Despesas totais	(555.938)	(594.573)	-6%	(5.882.603)	(5.158.927)	14%
Resultado sem estacionamento	2.310.964	2.680.526	-14%	22.858.219	23.483.364	-3%
Resultado estacionamento	1.132.730	1.029.333	10%	10.947.199	9.825.047	11%
Resultado operacional (NOI)	3.443.694	3.709.859	-7%	33.805.418	33.308.411	1%
Benefitorias	(161.148)	(292.686)	-45%	(1.803.280)	(1.449.712)	24%
Resultado não operacional	(262.307)	(48.274)	443%	(279.672)	29.326	-
Fluxo de caixa total	3.020.239	3.368.900	-10%	31.722.466	31.888.025	-1%

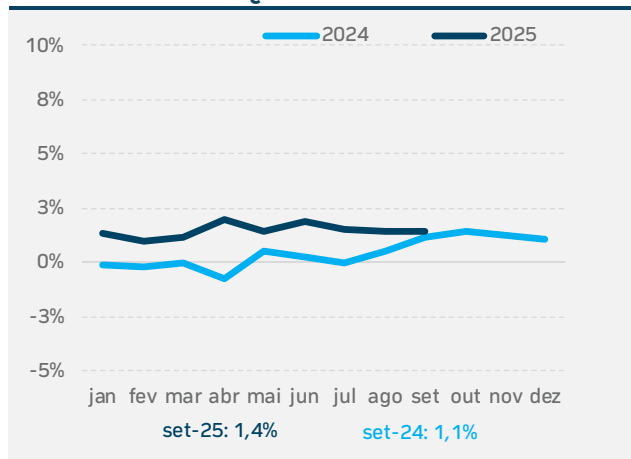
VENDAS (R\$ MM)



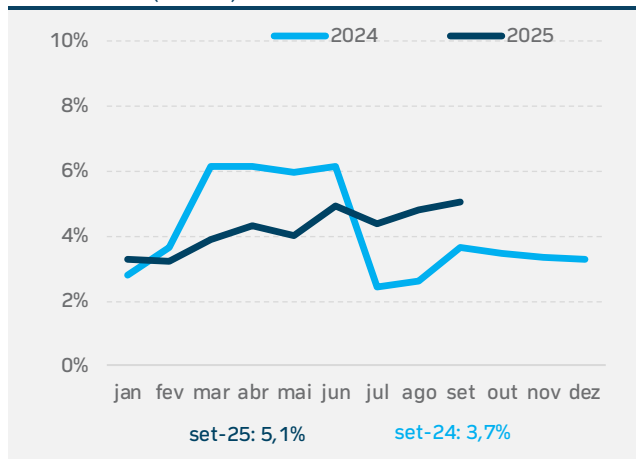
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

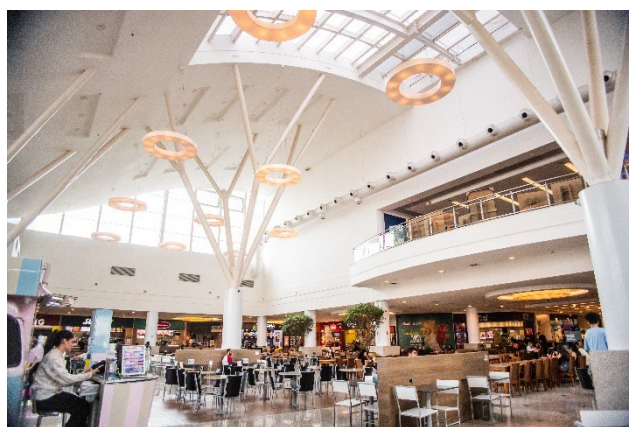
Movimentações comerciais: entradas da Oscar Calçados (187 m²), Tommy Hilfiger (74 m²) e Reserva (62 m²).

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

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

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

boulevardshoppingbauru.com.br

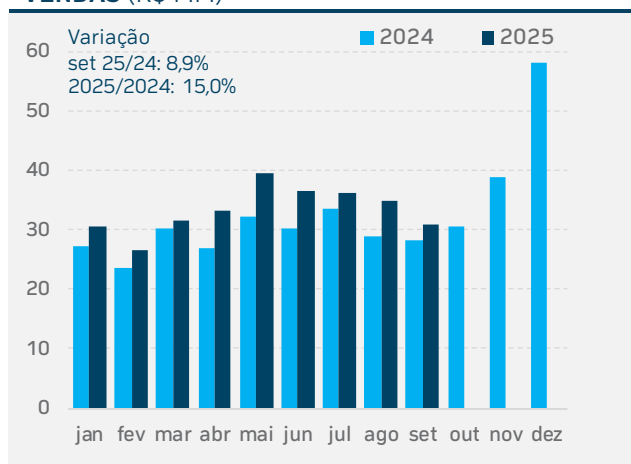




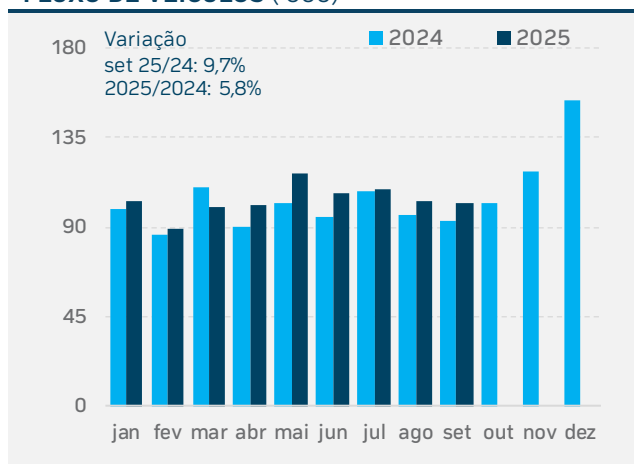
BOULEVARD SHOPPING BAURU (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.243.139	1.152.231	8%	12.276.145	11.483.131	7%
Aluguel complementar	184.649	141.353	31%	2.169.256	1.714.575	27%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	345.529	297.366	16%	3.248.380	2.781.368	17%
Outras receitas	56.100	15.206	-	200.126	166.301	-
Receitas totais	1.829.417	1.606.155	14%	17.893.907	16.145.376	11%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(203.094)	(230.378)	-12%	(1.838.758)	(1.987.942)	-8%
Outras despesas	(236.374)	(219.622)	8%	(2.299.973)	(1.843.398)	25%
Despesas totais	(439.468)	(450.000)	-2%	(4.138.731)	(3.831.340)	8%
Resultado sem estacionamento	1.389.949	1.156.155	20%	13.755.175	12.314.036	12%
Resultado estacionamento	419.026	346.867	21%	4.005.286	3.244.384	23%
Resultado operacional (NOI)	1.808.975	1.503.022	20%	17.760.461	15.558.420	14%
Benfeitorias	(357.305)	(78.031)	358%	(757.123)	(230.163)	229%
Resultado não operacional	12.010	16.028	-25%	120.826	(27.585)	-
Fluxo de caixa total	1.463.680	1.441.018	2%	17.124.164	15.300.672	12%

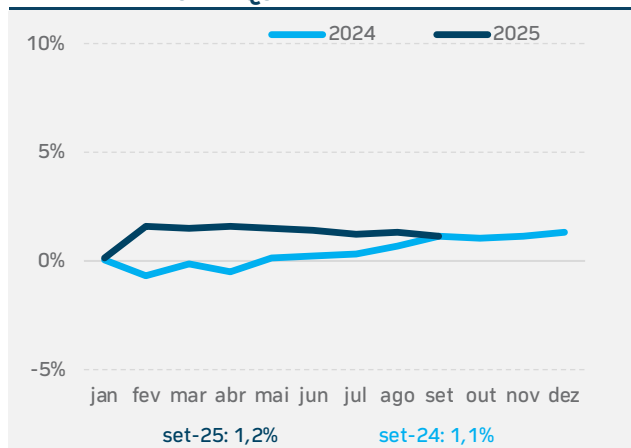
VENDAS (R\$ MM)



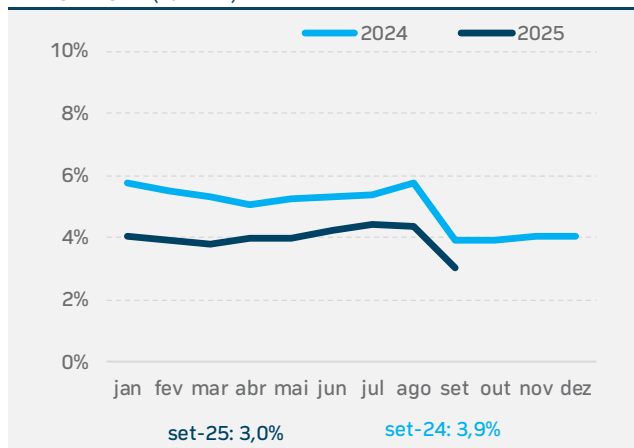
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 a foto da fachada finalizada.

Destacamos que o Shopping VillaLobos foi patrocinador oficial do [SP Open](#), torneio feminino de tênis na categoria WTA 250 que foi disputado pela primeira vez em setembro de 2025 no Parque Villa-Lobos. O SP Open marcou 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 [sorteou](#) 30 pares de ingressos do evento para os clientes e usuários do programa de benefícios do shopping.

Movimentações comerciais: entradas da Live! (108 m²), Zissou (85 m²), Tim (70 m²), Milon (39 m²) e Cabana&Co (19 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.



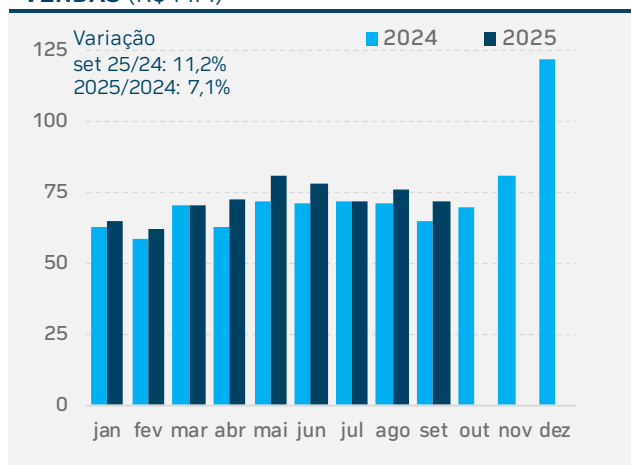
Fotos: Fachada revitalizada (esquerda); Ativação do shopping no SP Open (direita).



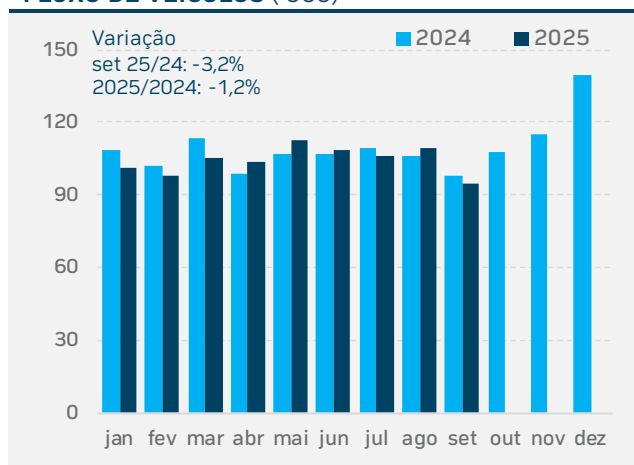
SHOPPING VILLALOBOS (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.142.471	4.114.508	1%	40.398.615	40.249.583	0%
Aluguel complementar	444.840	305.939	45%	4.265.414	4.261.236	0%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	974.438	1.140.656	-15%	7.812.947	7.661.152	2%
Outras receitas	1.119.379	(100.984)	-	2.779.304	2.070.251	34%
Receitas totais	6.681.128	5.460.119	22%	55.256.280	54.242.223	2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(164.755)	(88.492)	86%	(1.727.141)	(1.604.330)	8%
Outras despesas	(875.780)	(625.444)	40%	(6.405.030)	(6.059.553)	6%
Despesas totais	(1.040.536)	(713.937)	46%	(8.132.171)	(7.663.883)	6%
Resultado sem estacionamento	5.640.593	4.746.183	19%	47.124.109	46.578.340	1%
Resultado estacionamento	1.827.413	1.465.761	25%	14.508.572	13.089.341	11%
Resultado operacional (NOI)	7.468.006	6.211.944	20%	61.632.680	59.667.680	3%
Benfeitorias	(492.084)	(2.527.725)	-81%	(7.060.015)	(15.728.837)	-55%
Resultado não operacional	42.959	43.560	-1%	303.923	246.629	23%
Fluxo de caixa total	7.018.881	3.727.778	88%	54.876.588	44.185.473	24%

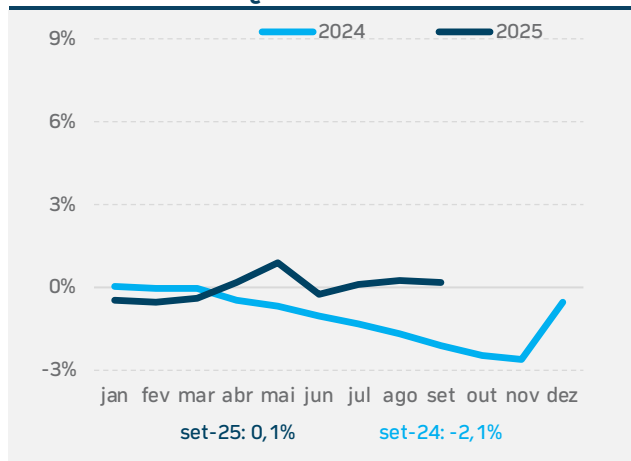
VENDAS (R\$ MM)



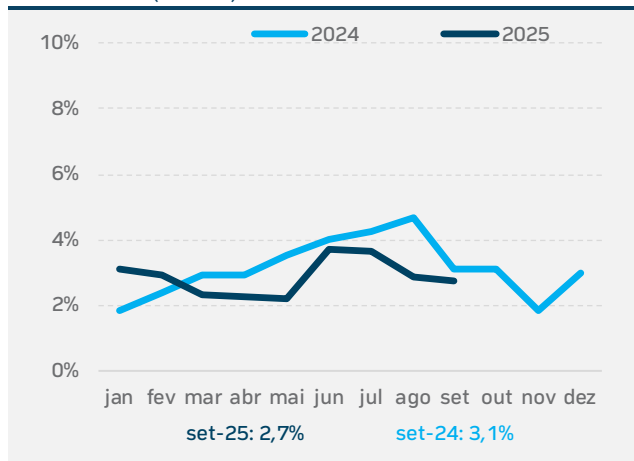
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: entradas da Juca Trampolim (422 m²) e Iconic (42 m²), saídas da Planet Girls (101 m²) e Via Laser (42 m²).

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.shoppingpracadamoca.com.br



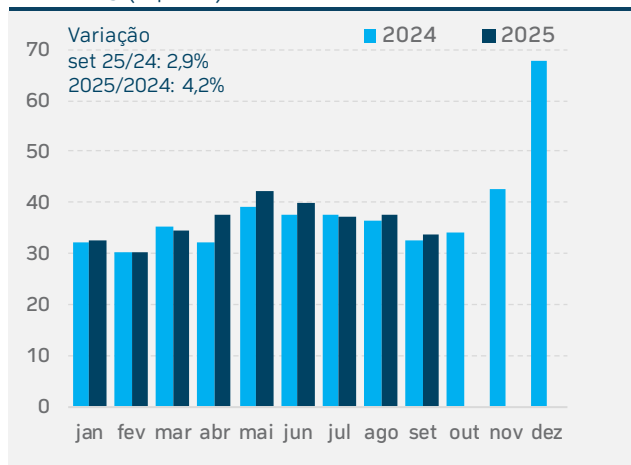
Fotos: Maurício Moreno.



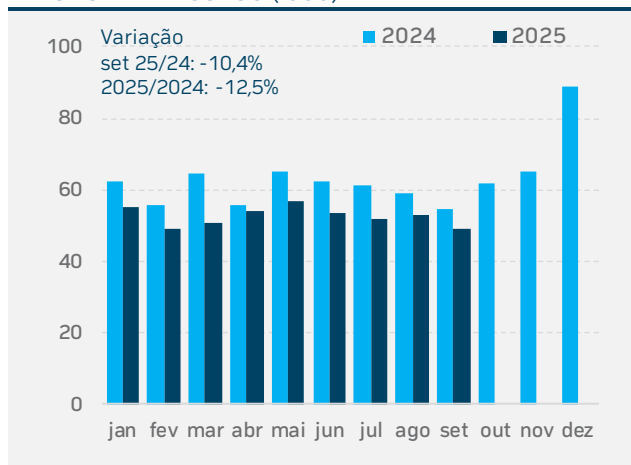
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (4% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.218.105	2.091.493	6%	22.322.431	20.814.652	7%
Aluguel complementar	100.480	105.309	-5%	1.092.477	1.030.929	6%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	426.086	412.344	3%	3.574.889	3.619.466	-1%
Outras receitas	68.556	44.205	55%	545.073	567.968	-4%
Receitas totais	2.813.227	2.653.351	6%	27.534.870	26.033.016	6%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(103.313)	(84.468)	22%	(836.083)	(752.580)	11%
Outras despesas	(117.984)	(253.605)	-53%	(1.819.129)	(1.945.944)	-7%
Despesas totais	(221.297)	(338.073)	-35%	(2.655.211)	(2.698.524)	-2%
Resultado sem estacionamento	2.591.931	2.315.277	12%	24.879.659	23.334.492	7%
Resultado estacionamento	388.253	358.564	8%	3.750.352	3.740.480	0%
Resultado operacional (NOI)	2.980.184	2.673.841	11%	28.630.011	27.074.972	6%
Benefitorias	-	(50.000)	-100%	(103.407)	(50.000)	107%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.980.184	2.623.841	14%	28.526.604	27.024.972	6%

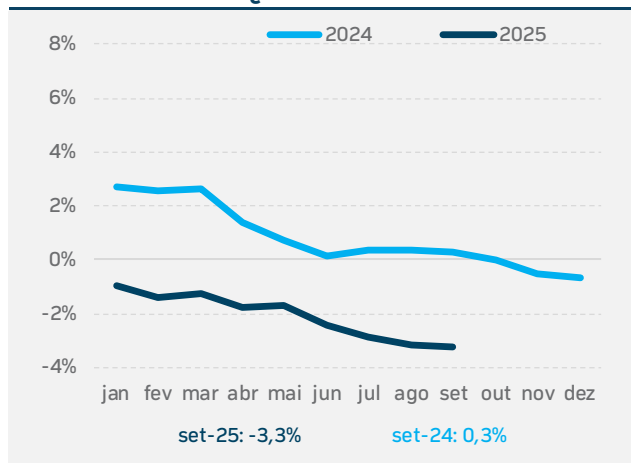
VENDAS (R\$ MM)



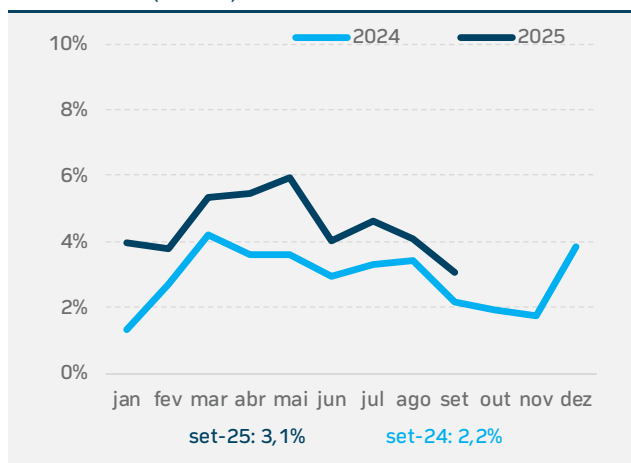
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 Youcom (214 m²) e saída da Hering no antigo ponto (130 m², entrou em julho no novo ponto de 123 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/

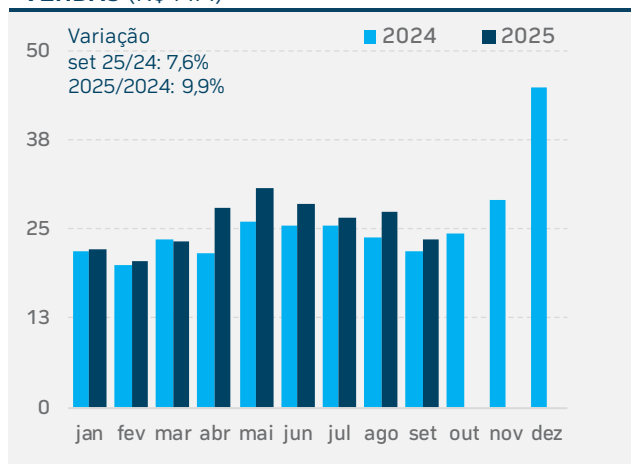




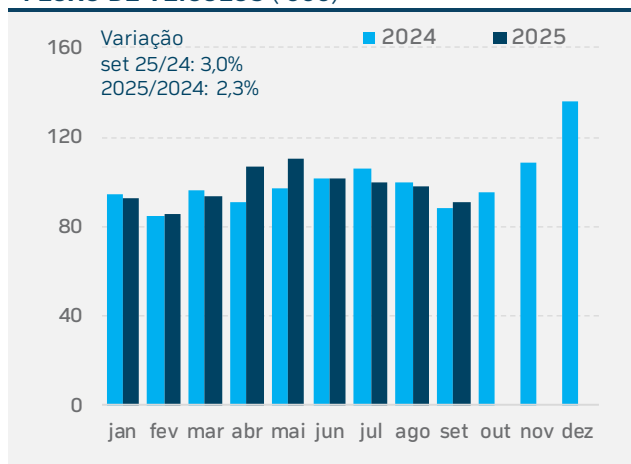
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	851.053	734.516	16%	8.203.998	7.592.142	8%
Aluguel complementar	161.644	201.221	-20%	1.892.468	2.126.383	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	450.613	343.796	31%	4.302.212	3.479.577	24%
Outras receitas	39.276	78.422	-50%	349.002	333.813	5%
Receitas totais	1.502.586	1.357.956	11%	14.747.680	13.531.916	9%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(105.657)	(84.866)	24%	(740.872)	(889.018)	-17%
Outras despesas	(120.742)	(110.299)	9%	(1.251.340)	(1.084.897)	15%
Despesas totais	(226.399)	(195.165)	16%	(1.992.212)	(1.973.914)	1%
Resultado sem estacionamento	1.276.187	1.162.791	10%	12.755.468	11.558.001	10%
Resultado estacionamento	472.420	368.900	28%	4.094.279	3.190.916	28%
Resultado operacional (NOI)	1.748.606	1.531.690	14%	16.849.748	14.748.918	14%
Benfeitorias	(22.651)	(51.254)	-56%	(3.884.769)	(740.908)	424%
Resultado não operacional	(68.151)	-	-	(94.812)	-	-
Fluxo de caixa total	1.657.804	1.480.437	12%	12.870.166	14.008.010	-8%

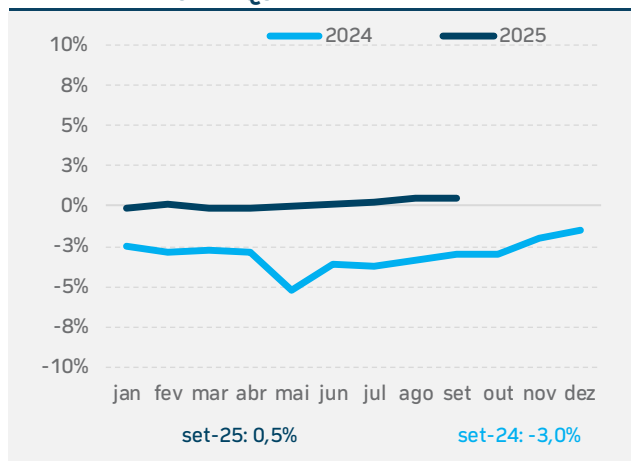
VENDAS (R\$ MM)



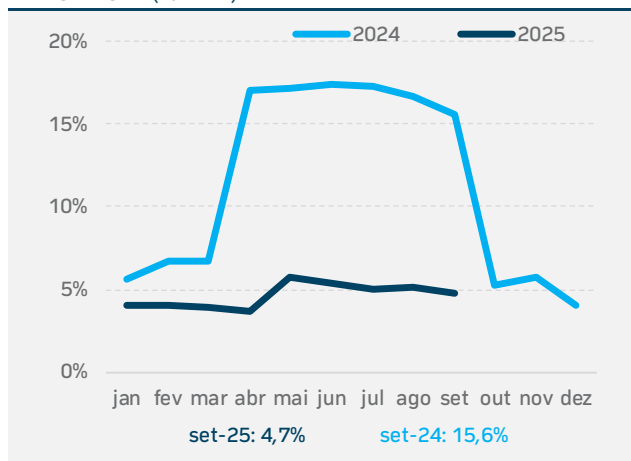
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: saídas da M Martan (272 m²) e Love B (87 m²), diminuição de 127 m² locados pela Kids Top.

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/ifashionoutletnh

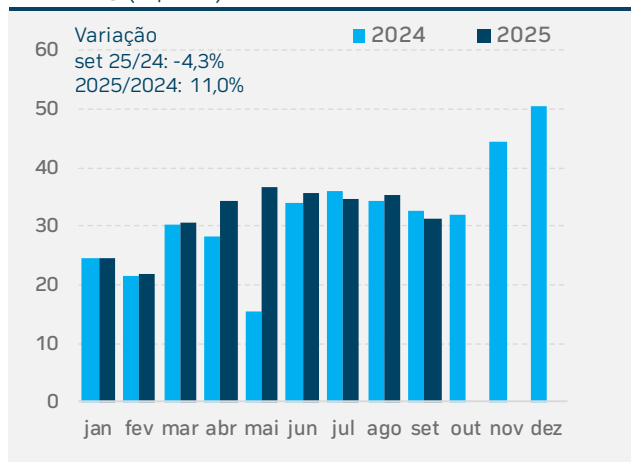




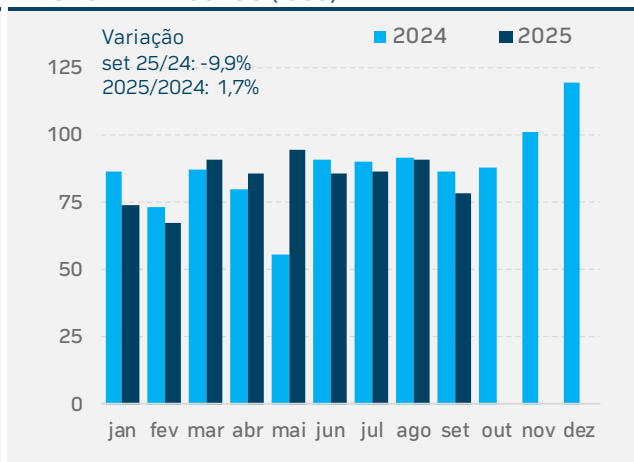
I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.334.352	1.385.254	-4%	11.378.316	10.160.247	12%
Aluguel complementar	524.108	510.803	3%	4.251.336	3.761.018	13%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	125.425	132.089	-5%	1.243.254	973.371	28%
Outras receitas	108.857	68.540	59%	254.785	394.058	-35%
Receitas totais	2.092.741	2.096.687	0%	17.127.692	15.288.694	12%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(39.682)	(50.214)	-21%	(603.097)	(518.992)	16%
Outras despesas	(215.256)	(217.677)	-1%	(1.531.431)	(1.261.809)	21%
Despesas totais	(254.939)	(267.891)	-5%	(2.134.528)	(1.780.801)	20%
Resultado sem estacionamento	1.837.802	1.828.796	0%	14.993.163	13.507.892	11%
Resultado estacionamento	422.537	153.602	175%	3.286.897	1.218.203	170%
Resultado operacional (NOI)	2.260.339	1.982.398	14%	18.280.061	14.726.096	24%
Benefitorias	(42.483)	(56.327)	-25%	(541.452)	(1.342.551)	-60%
Resultado não operacional	11.125	(21.416)	-	(428.472)	(418.319)	2%
Fluxo de caixa total	2.228.981	1.904.656	17%	17.310.137	12.965.225	34%

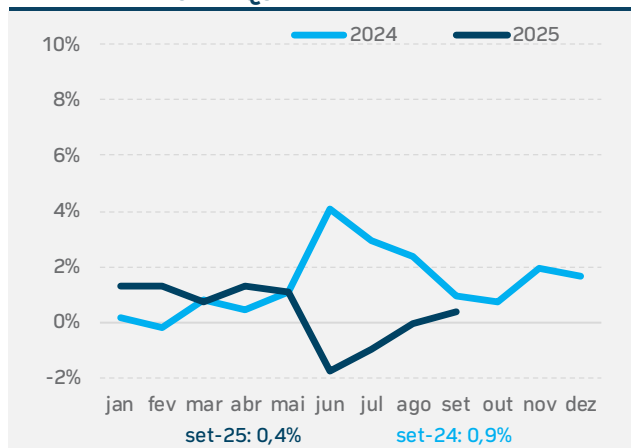
VENDAS (R\$ MM)



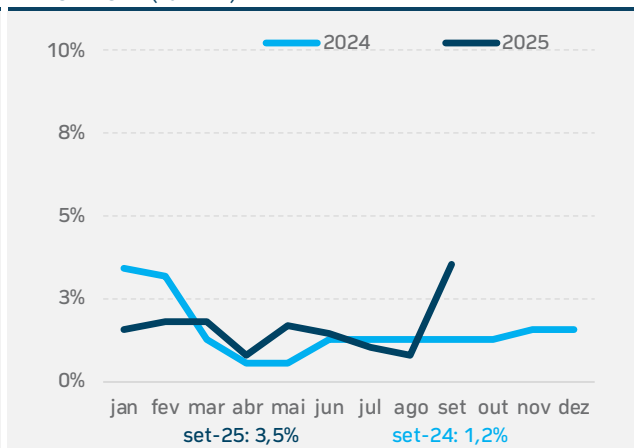
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 em setembro ocorreu a inauguração da Riachuelo em uma área de mais de 1.700 m², anteriormente ocupada pelo Poupatempo, que foi deslocado para um terreno interligado ao shopping. Esse movimento representa um importante passo na qualificação do mix comercial do Suzano, trazendo uma marca com alto poder de atração de público, e, também gera uma maior rentabilização da ABL com a troca de operações.

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, Magazine Luiza, Smart Fit e Outback.				
Endereço: R. Sete de Setembro, 555 – Suzano, SP			www.suzanoshopping.com.br	



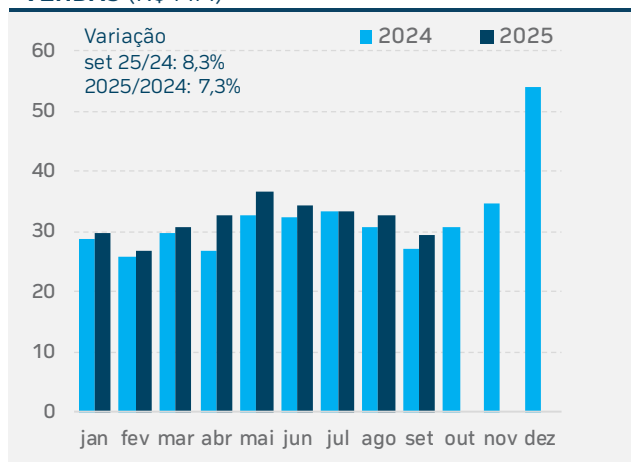
Fotos 2 a 4: Maurício Moreno; Foto 5: Fachada da Riachuelo.



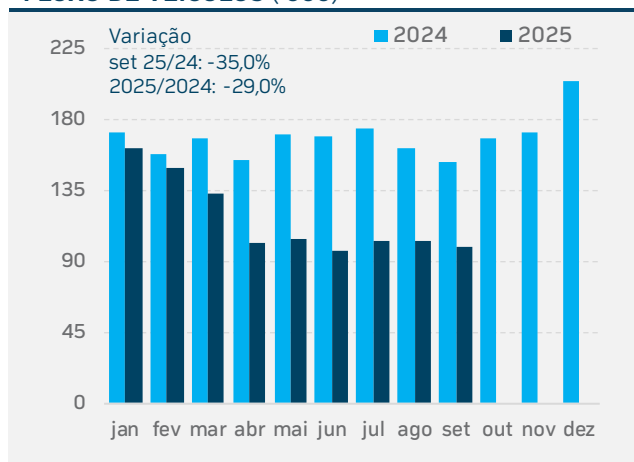
SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.530.058	1.343.104	14%	13.671.459	13.700.961	0%
Aluguel complementar	165.949	156.303	6%	1.902.414	1.784.766	7%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	345.076	266.291	30%	3.012.304	2.906.836	4%
Outras receitas	197.414	115.677	71%	1.075.771	1.216.311	-12%
Receitas totais	2.238.497	1.881.375	19%	19.661.948	19.608.873	0%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(86.887)	(82.348)	6%	(644.459)	(803.040)	-20%
Outras despesas	(203.703)	(224.698)	-9%	(2.372.568)	(1.994.195)	19%
Despesas totais	(290.590)	(307.046)	-5%	(3.017.027)	(2.797.235)	8%
Resultado sem estacionamento	1.947.907	1.574.329	24%	16.644.921	16.811.638	-1%
Resultado estacionamento	550.352	509.963	8%	4.946.954	4.520.109	9%
Resultado operacional (NOI)	2.498.259	2.084.292	20%	21.591.875	21.331.747	1%
Benfeitorias	(491.829)	(250.845)	96%	(4.211.985)	(2.739.882)	54%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.006.430	1.833.447	9%	17.379.890	18.591.864	-7%

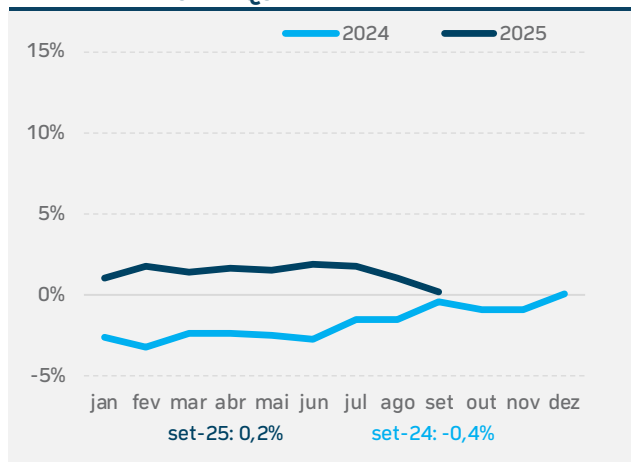
VENDAS (R\$ MM)



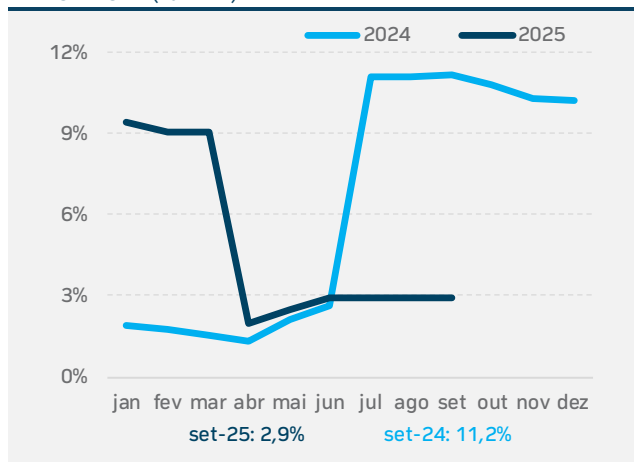
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 loja MCD (43 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/



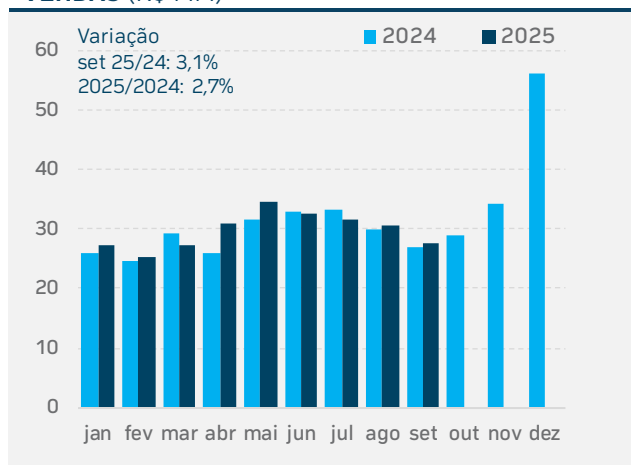
Fotos: Maurício Moreno.



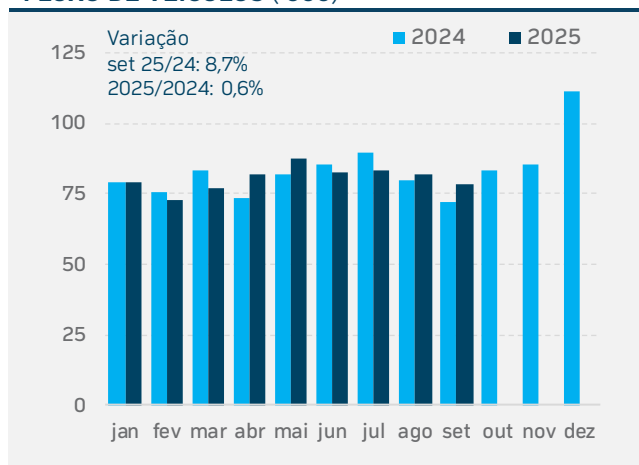
PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.596.676	1.395.155	14%	15.127.249	13.746.881	10%
Aluguel complementar	20.151	256.893	-92%	2.565.808	2.141.394	20%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	302.335	273.960	10%	3.252.559	2.913.371	12%
Outras receitas	53.006	34.411	54%	635.900	123.373	415%
Receitas totais	1.972.167	1.960.418	1%	21.581.516	18.925.020	14%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(204.066)	(388.362)	-47%	(1.200.636)	(1.987.500)	-40%
Outras despesas	(169.029)	(303.284)	-44%	(2.568.459)	(2.405.190)	7%
Despesas totais	(373.094)	(691.646)	-46%	(3.769.096)	(4.392.690)	-14%
Resultado sem estacionamento	1.599.073	1.268.772	26%	17.812.420	14.532.329	23%
Resultado estacionamento	705.743	698.732	1%	6.665.010	5.540.920	20%
Resultado operacional (NOI)	2.304.816	1.967.504	17%	24.477.430	20.073.250	22%
Benfeitorias	(332.653)	(286.916)	16%	(1.965.996)	(1.504.128)	31%
Resultado não operacional	(164.233)	-	-	(1.392.362)	(144.800)	862%
Fluxo de caixa total	1.807.930	1.680.588	8%	21.119.072	18.424.322	15%

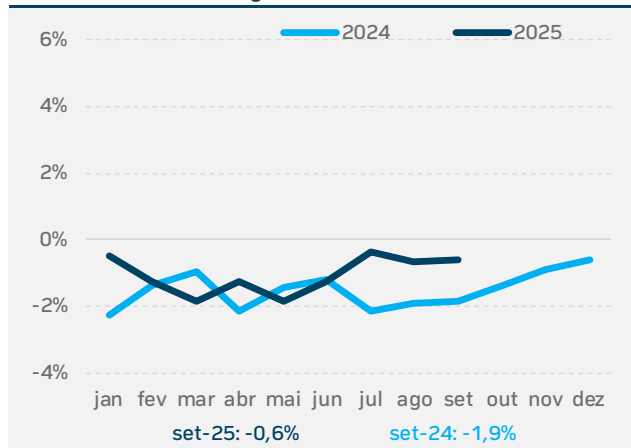
VENDAS (R\$ MM)



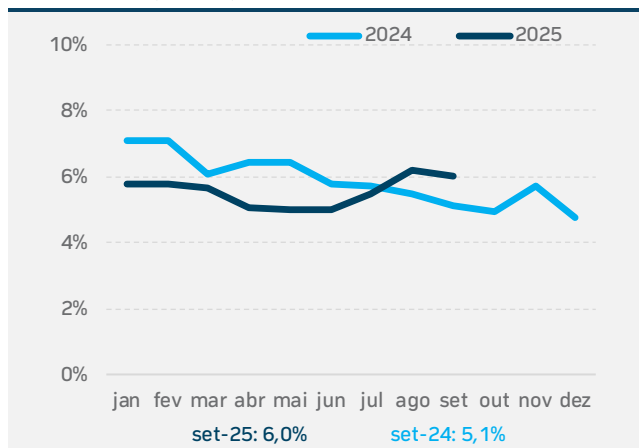
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



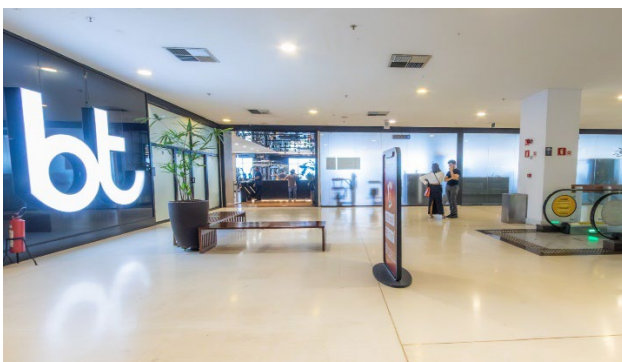
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

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.

Destacamos que foi assinado contrato de locação para entrada da [Kitchens](#), marca que é pioneira e uma das mais renomadas no segmento de móveis personalizados de alto padrão, contribuindo para a qualificação do *tenant mix* do Goiabeiras.

Movimentações comerciais: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO 54,0%	ABL TOTAL 26,3 mil m ²	OPERAÇÕES 166	INAUGURAÇÃO 1989	OPERADOR Soul Malls
Principais Operações: Bodytech, Cinelaser, Vivara, Track & Field, Kitchens, Le Lis Blanc, John John, Dudalina, Brookfield, Avenida, Animale, Osklen, Maison Paris, Peixe ao Cubo, Sebrae.				
Endereço: Av. José Monteiro de Figueiredo, 500 – Cuiabá, MT			www.goiabeirasshopping.com.br	

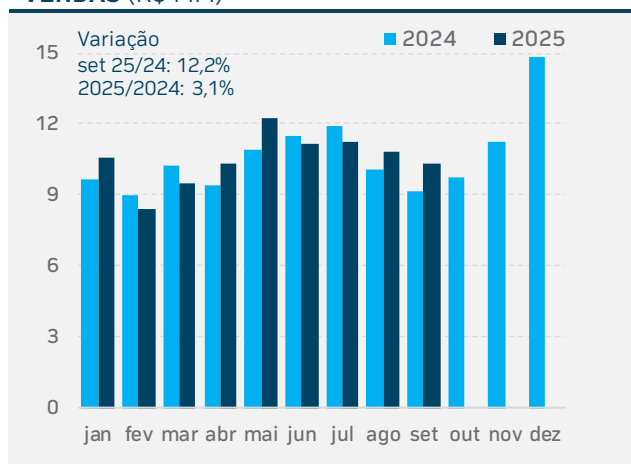




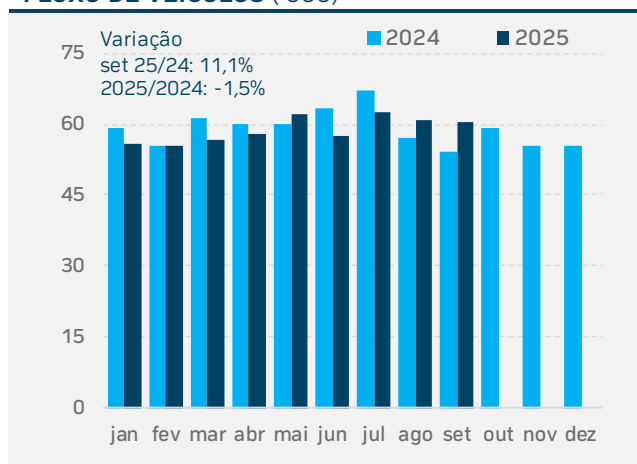
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	220.326	153.746	43%	1.729.795	2.003.569	-14%
Aluguel complementar	61.435	56.834	8%	774.976	978.101	-21%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	67.187	83.362	-19%	710.377	629.404	13%
Outras receitas	22.827	30.039	-24%	25.531	274.651	-91%
Receitas totais	371.774	323.981	15%	3.240.679	3.885.725	-17%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(866.586)	(555.098)	56%	(7.180.384)	(6.527.673)	10%
Outras despesas	(52.979)	(56.195)	-6%	(625.102)	(739.151)	-15%
Despesas totais	(919.566)	(611.293)	50%	(7.805.485)	(7.266.824)	7%
Resultado sem estacionamento	(547.791)	(287.312)	91%	(4.564.806)	(3.381.099)	35%
Resultado estacionamento	2.657	2.685	-1%	23.906	24.084	-1%
Resultado operacional (NOI)	(545.134)	(284.627)	92%	(4.540.900)	(3.357.015)	35%
Benefitorias	(54.958)	(13.889)	296%	(588.632)	(650.610)	-10%
Resultado não operacional	-	(425.000)	-100%	(1.045.000)	(1.718.946)	-39%
Fluxo de caixa total	(600.092)	(723.516)	-17%	(6.174.531)	(5.726.571)	8%

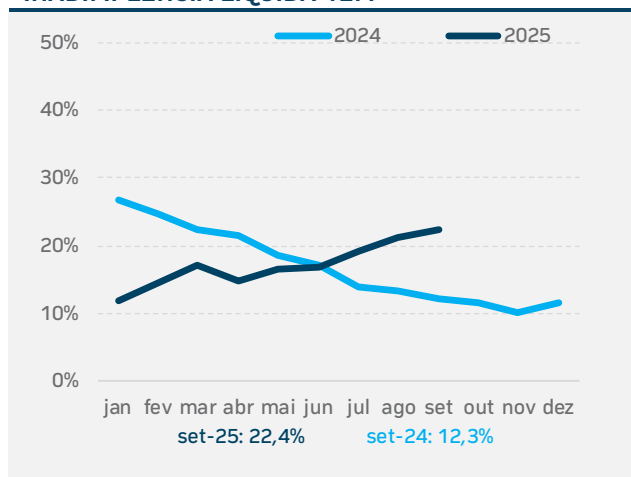
VENDAS (R\$ MM)



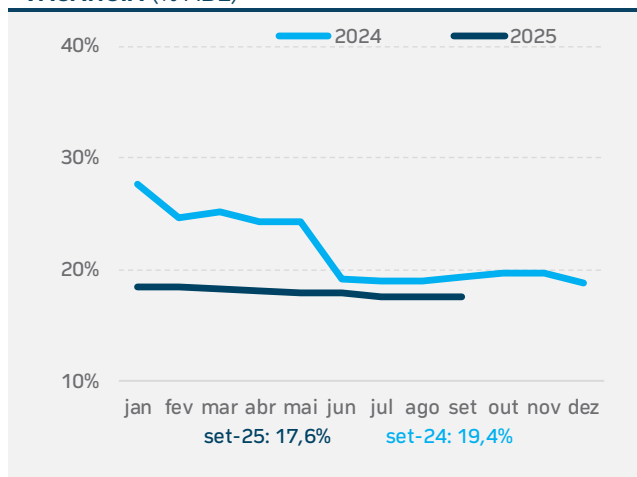
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

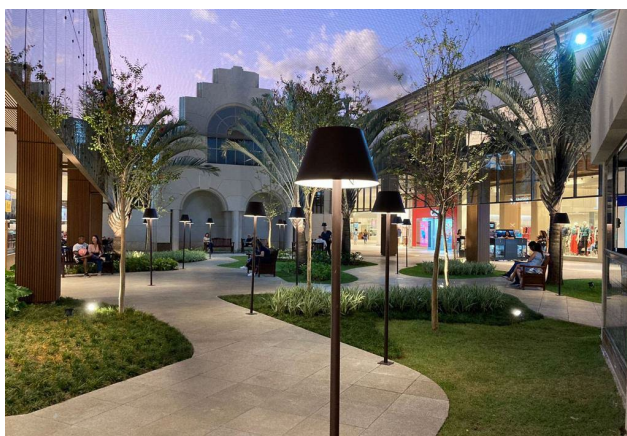
Movimentações comerciais: entradas das operações Palácio das Ferramentas (42 m²) e Milky Moo (28 m²).

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, Unimed e Youcom.

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

www.francashopping.com.br

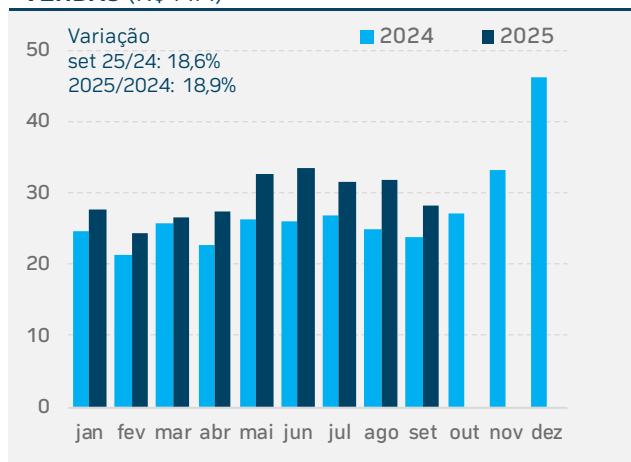




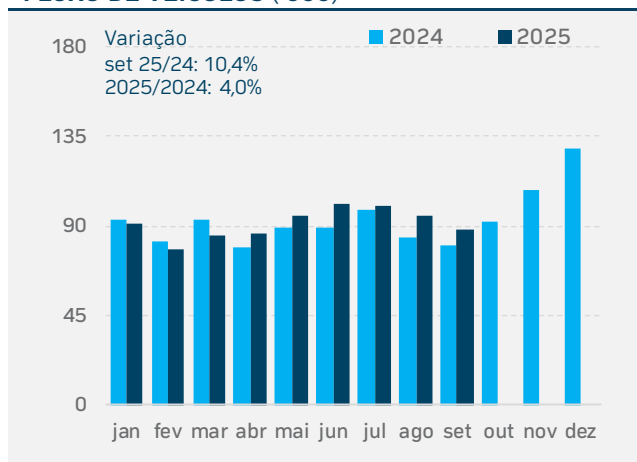
FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado set-25	Realizado set-24	Varição vs. set-24	Acum. set-25	Acum. set-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.181.714	1.148.185	3%	11.270.138	10.588.893	6%
Aluguel complementar	206.865	145.727	42%	2.271.240	1.723.114	32%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	338.795	299.708	13%	2.965.763	2.473.114	20%
Outras receitas	8.758	9.180	-	235.494	101.049	-
Receitas totais	1.736.132	1.602.800	8%	16.742.634	14.886.171	12%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(73.788)	(64.679)	14%	(592.522)	(474.598)	25%
Outras despesas	(350.741)	(102.322)	243%	(1.886.654)	(1.409.917)	34%
Despesas totais	(424.529)	(167.001)	154%	(2.479.177)	(1.884.515)	32%
Resultado sem estacionamento	1.311.603	1.435.800	-9%	14.263.458	13.001.656	10%
Resultado estacionamento	602.562	429.761	40%	4.902.590	3.870.928	27%
Resultado operacional (NOI)	1.914.165	1.865.560	3%	19.166.047	16.872.584	14%
Benefitorias	(131.989)	(328.004)	-60%	(1.966.872)	(784.972)	151%
Resultado não operacional	(27.399)	25.207	-	(157.121)	(43.489)	261%
Fluxo de caixa total	1.754.777	1.562.764	12%	17.042.055	16.044.123	6%

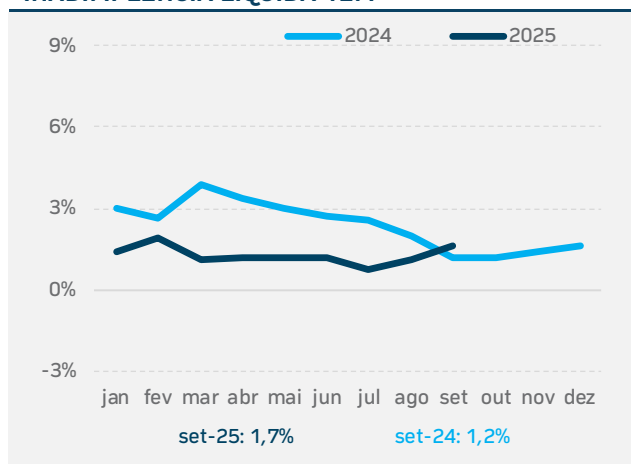
VENDAS (R\$ MM)



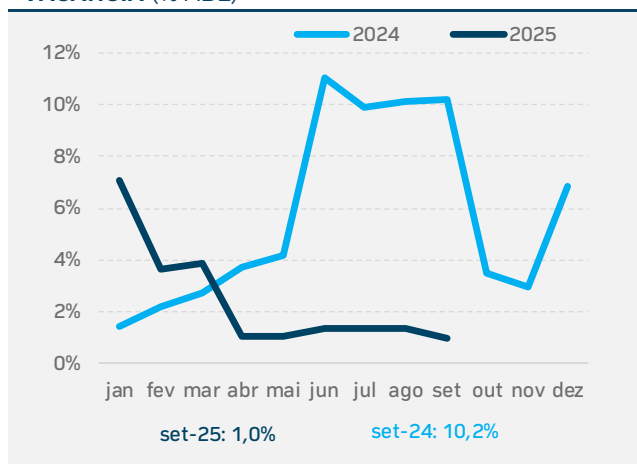
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

Destacamos que as obras da H&M estão em fase final, e a inauguração é prevista para o final do mês de outubro.

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

PARTICIPAÇÃO 7,7%	ABL TOTAL 126,2 mil m ²	OPERAÇÕES 387	INAUGURAÇÃO 2002	OPERADOR ALLOS
<p>Principais Operações: 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.</p> <p>Endereço: Av. Guilherme Campos 500 – Campinas, SP https://parquedpedro.com.br/</p>				



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