

Hedge Brasil Shopping FII

HGBS11



Fotos: Shopping Parque Dom Pedro

NOVEMBRO DE 2025

Relatório Gerencial



SUMÁRIO	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
CAPIM DOURADO SHOPPING	20
MOOCA PLAZA SHOPPING	22
SHOPPING WEST PLAZA	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
SUZANO SHOPPING	38
PARTAGE SANTANA SHOPPING	40
I FASHION OUTLET	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\$ 20,38	INÍCIO DAS ATIVIDADES Novembro de 2006
COTA DE MERCADO R\$ 20,00	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 140.232	TAXA DE PERFORMANCE Não há
ABL PRÓPRIA ¹ 240,8 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: 28/11/2025.



PRINCIPAIS DESTAQUES

AGE HPDP – DIRETO DE PREFERÊNCIA PARA AQUISIÇÃO DE 25,86% DO PARQUE DOM PEDRO

No dia 19 de dezembro de 2025, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Fundo, [informou](#) os Cotistas sobre os resultados da Assembleia Geral Extraordinária, encerrada naquela data, cujo cotistas deliberaram pela orientação de voto para aprovação dos itens da ordem da AGE do fundo HPDP, investido pelo Hedge Brasil Shopping.

Os itens da AGE do HPDP consistem na aprovação da 4ª emissão de cotas do HPDP no montante total de R\$ 673.614.370,00 e a alteração dos incisos VIII e XIV do item 2.8 da Parte Geral do Regulamento do Fundo. Com a aprovação das matérias da AGE, o HPDP manifestou o **exercício do direito de preferência para aquisição de 25,86% do Shopping Parque Dom Pedro, com cap rate estimado de 9,4%**, considerando o resultado operacional orçado para 2026.

Recomendamos a visualização da apresentação anexa à [Proposta da Administradora e da Gestora](#) para a AGE do HPDP, 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](#).

FATO RELEVANTE – AQUISIÇÃO DO BOULEVARD BAURU E ALIENAÇÃO DO SUZANO SHOPPING

Conforme divulgado via [Fato Relevante](#) em 3 de dezembro de 2025 foi assinado um Memorando de Entendimentos (MoU) para a aquisição de 35% do Boulevard Shopping Bauru ao preço de R\$ 91.455.000,00 e a alienação de 15% do Suzano Shopping ao preço de R\$ 51.120.000,00. Caso a Operação se concretize, o Fundo passará a deter 100% do Boulevard Shopping Bauru e terá alienado a integralidade de sua participação no Suzano Shopping.

A Operação está sujeita à superação de condições precedentes usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização dos documentos da Transação. Com a evolução da Transação, novas informações serão disponibilizadas ao mercado em geral.

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.

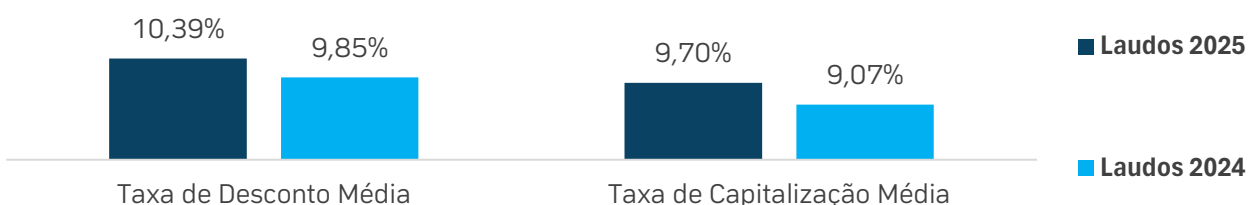
Em 19 de dezembro foi divulgado via [Comunicado ao Mercado](#) que foram assinados os documentos da Transação, sendo superadas todas as condições precedentes para aquisição. Novas informações serão disponibilizadas ao mercado em geral na data de liquidação da Operação.

REAVALIAÇÃO DOS IMÓVEIS DO FUNDO

De acordo com a Instrução CVM nº 516, os imóveis de um Fundo de Investimento Imobiliário devem ser continuamente mensurados pelo valor justo, ou valor de mercado. Para este processo de reavaliação, são contratadas empresas especializadas e independentes, e que sejam referência no mercado para elaborar um laudo de avaliação. Em 5 de dezembro, foi [comunicado](#) ao mercado via Fato Relevante que os imóveis do Fundo foram avaliados a mercado (valor justo) pelas empresas CBRE, Cushman & Wakefield e Capright, resultando em um valor 7,19% inferior ao valor contábil dos referidos imóveis, o que representou uma variação negativa de aproximadamente 5,90% no valor patrimonial da cota do Fundo no fechamento de novembro de 2025.

Salientamos que os imóveis, são avaliados com a metodologia de fluxo de caixa descontado e, portanto, sensíveis a variação das taxas de juros de mercado. Neste sentido, cabe destacar que a variação da cota patrimonial apresentada é justificada, majoritariamente, em razão do aumento das taxas de desconto e de capitalização utilizada pelos avaliadores, que por sua vez, foram impactadas pelo aumento das taxas de juros de referência.

Por fim, informamos que os laudos de avaliação serão disponibilizados em breve para consulta na [página](#) do Fundo.



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.

A operação permaneceu em *soft opening* até o dia 18 de dezembro, data que ocorreu a inauguração oficial com funcionamento integral das operações e o início da divulgação mais intensa da operação na mídia.

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.



Fotos: Soft opening Mané Mercado São Paulo.

ESG NO HEDGE BRASIL SHOPPING

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



E

Environmental (Ambiental)



S

Social (Social)



G

Governance (Governança)

Gestão dos Recursos Naturais

Em 2025, o São Bernardo Plaza Shopping avançou de forma significativa em sua agenda ambiental. Foram compostadas 198 toneladas de resíduos orgânicos, um aumento de 366% em relação ao ano anterior. Na frente de reciclabilidade, o empreendimento destinou 463 toneladas de resíduos à reciclagem, crescimento de 122% na comparação com o mesmo período de 2024.

Em consumo de recursos hídricos, 49% da demanda total de água do shopping foi atendida por água de reuso, resultando em uma redução de 10% no consumo de água potável e de 3,2% no consumo total de água, reforçando o compromisso com a gestão eficiente de recursos naturais.



Vacinação no Boulevard Bauru em Parceria com a Prefeitura

Em parceria com a Prefeitura de Bauru, o Boulevard Shopping Bauru realizou a campanha de multivacinação "Saúde em família, vacina em dia" nos dias 11 e 18 de outubro. A ação ofereceu imunização contra sarampo, febre amarela, coqueluche, HPV, meningite, dengue e outras doenças, além da exposição "Combatendo Vilões", que apresentou animais peçonhentos, orientações sobre prevenção de acidentes e informações sobre o mosquito Aedes Aegypti.

No total, 596 pessoas, entre adultos e crianças, foram vacinadas, em uma iniciativa que reforça o compromisso do shopping com a saúde e o bem-estar da comunidade.

Yoga no Rooftop

No dia 27 de setembro de 2025, o Shopping Jardim Sul promoveu o evento "Yoga no Rooftop", em parceria com a LIVE e outras lojas parceiras, combinando bem-estar, relacionamento e branding.

Além das atividades de yoga conduzidas por instrutores especializados, os convidados receberam brindes exclusivos das marcas parceiras, marcando o lançamento do novo programa de relacionamento "Living Jardim Sul".



Encontro de Carros Antigos

Em 3 de agosto, o Partage Shopping Santana realizou o Encontro de Carros Antigos, em parceria com o grupo Amigos da Volks. O evento reuniu uma exposição de veículos clássicos, atraindo um público apaixonado por automobilismo e nostalgia.

A ação também teve um forte caráter social: a entrada foi condicionada à doação de 2 kg de alimentos não perecíveis. Ao todo, foram arrecadados 480 kg de alimentos, posteriormente destinados ao Instituto Jardim Peri, reforçando o compromisso do shopping com o apoio à comunidade local.

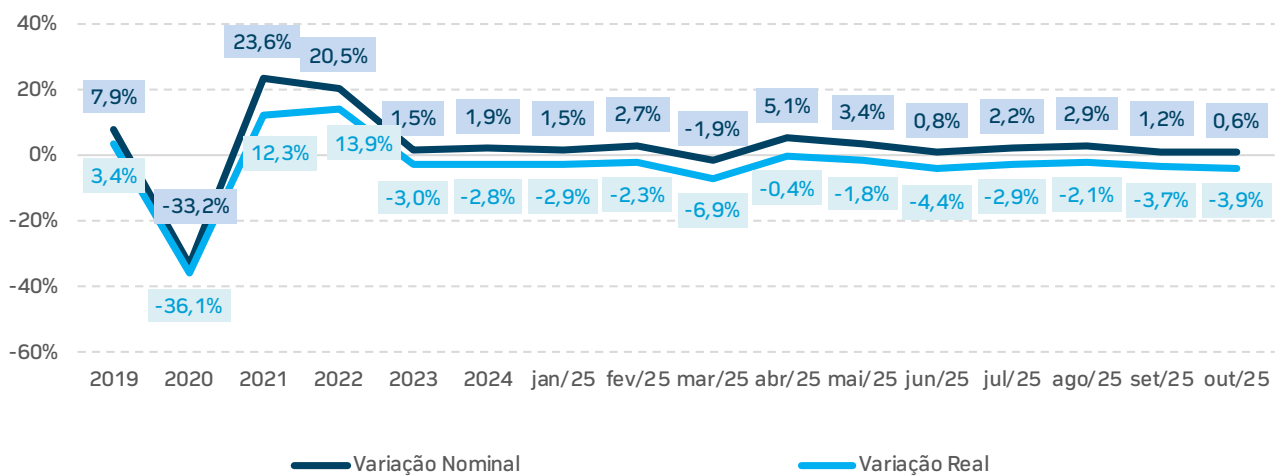


MERCADO DE SHOPPING CENTERS - MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em outubro, o mercado de shoppings brasileiro apresentou crescimento de 0,6% 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 3,9%. Considerando o acumulado de 2025, temos um crescimento nominal de vendas de 1,8% 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

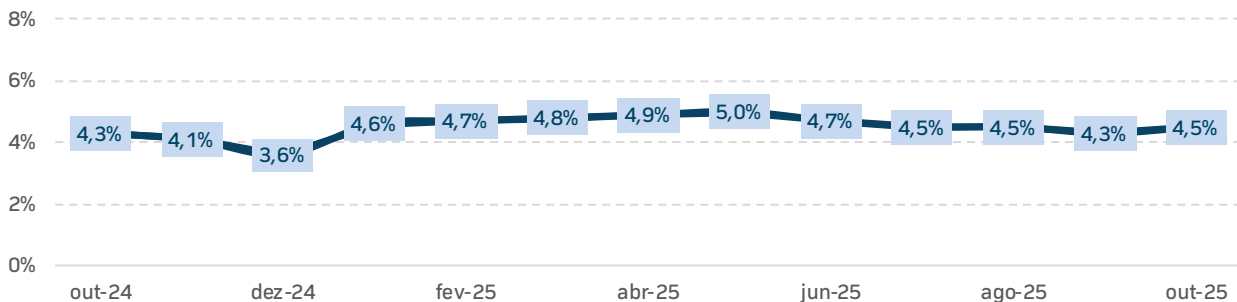


Fonte: Índice Cielo de Varejo em Shopping Centers (ICVS-Abrasce).

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

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
out/25	4,5%	5,2%	3,6%	4,2%	5,5%
set/25	4,3%	5,3%	4,8%	4,1%	4,1%

Vacância mediana no Brasil



Fonte: Abrasce, Hedge



INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de outubro, considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira no ano anterior.

VENDAS/M²: O portfólio do Fundo apresentou vendas/m² de R\$ 1.242 em outubro, o que representa um crescimento de 5,5% vs. outubro de 2024. Levando em conta o acumulado de 2025, as vendas apresentam crescimento de 8,1% em comparação ao mesmo período de 2024.

VACÂNCIA: O Fundo encerrou outubro com 4,9% da ABL vaga vs. 5,0% em setembro e 5,2% em outubro de 2024.

NOI/M²: Em outubro, o NOI/m² do Fundo foi de R\$ 87,0/m², um crescimento de 16,4% vs. outubro de 2024. No acumulado do ano de 2025, o indicador apresenta crescimento de 8,1% em comparação ao mesmo período de 2024. Destacamos que em outubro/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.

Outubro - 2025					VENDAS (100%)			NOI (100%)		
Portfólio ¹	% da Carteira	Part.	ABL (100%)	Vacância	R\$/m ²	R\$/m ² vs. out/24	YTD vs. 2024	R\$/m ²	R\$/m ² vs. out/24	YTD vs. 2024
Jardim Sul	17%	80,0%	28.719	2,2%	1.987	0,1%	5,1%	162,4	18,0%	3,6%
Penha	11%	87,6%	28.633	4,0%	1.656	9,0%	5,6%	134,6	59,4%	11,2%
West Plaza ²	8%	89,7%	35.054	9,0%	733	11,1%	10,7%	35,4	31,0%	2,8%
Pq D. Pedro ²	7%	7,7%	126.267	1,7%	1.381	0,0%	5,4%	151,7	10,2%	9,7%
Mooca	7%	20,0%	42.173	0,8%	2.119	9,2%	8,6%	162,3	-2,4%	5,6%
Capim Dourado	7%	60,0%	38.731	3,8%	1.137	4,1%	4,0%	65,1	-0,9%	13,9%
Tivoli	7%	59,0%	25.779	1,2%	1.370	0,9%	5,3%	97,1	-3,8%	3,3%
São Bernardo	6%	35,0%	42.943	4,5%	1.062	-0,1%	4,1%	74,6	-14,7%	-0,3%
Bauru	6%	65,0%	34.550	3,0%	989	12,1%	14,6%	50,5	12,5%	13,9%
Villa Lobos	5%	15,0%	28.394	3,0%	2.576	4,6%	6,4%	244,5	15,8%	4,1%
Pr. da Moça	4%	23,1%	31.368	2,7%	1.166	2,6%	2,2%	92,2	2,9%	3,8%
Floripa ²	3%	25,7%	50.469	1,6%	1.074 ⁴	7,0%	32,3%	59,2	8,6%	15,7%
Jaraguá Araraquara	3%	25,0%	21.099	4,6%	1.218	5,0%	17,1%	78,3	10,0%	22,1%
IFONH	2%	18,4%	20.049	3,1%	1.631	2,7%	10,1%	104,9	9,8%	22,5%
Suzano	2%	15,0%	25.042	2,2%	1.285	4,5%	7,0%	100,6	6,3%	1,7%
Santana	2%	15,0%	25.886	5,7%	1.178	5,6%	3,5%	101,6	12,8%	21,8%
Goiabeiras	2%	54,0%	25.831	17,7%	431	16,6%	6,1%	-9,2	na	na
Via Parque ²	1%	12,4%	56.485	11,5%	534	29,6%	5,3%	37,8	4659,2%	33,0%
Franca	0,04%	0,4%	18.955	1,1%	1.658	14,2%	17,4%	106,0	15,7%	12,8%
HGBS^{1 3}	-	-	235.632	4,9%	1.242	5,5%	8,1%	87,0	16,4%	8,1%

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.

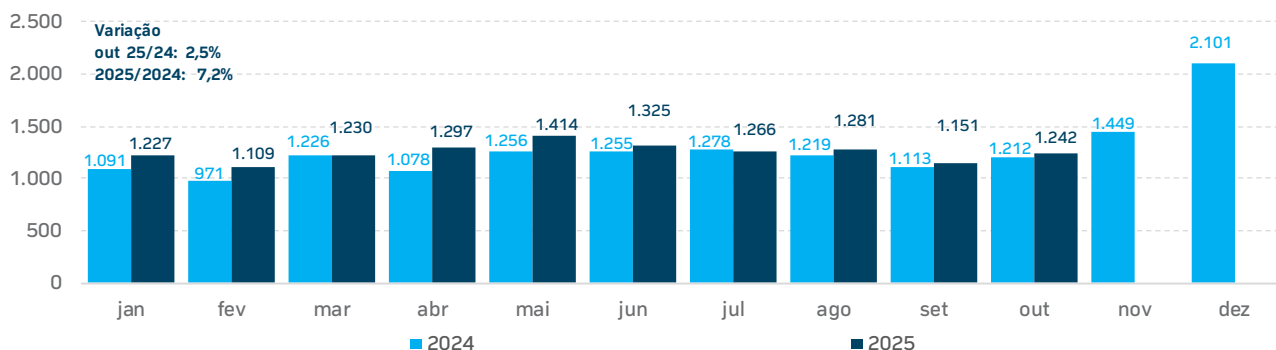
⁴ Não considera ABL de lajes corporativas.

Fonte: Hedge, Administradoras.

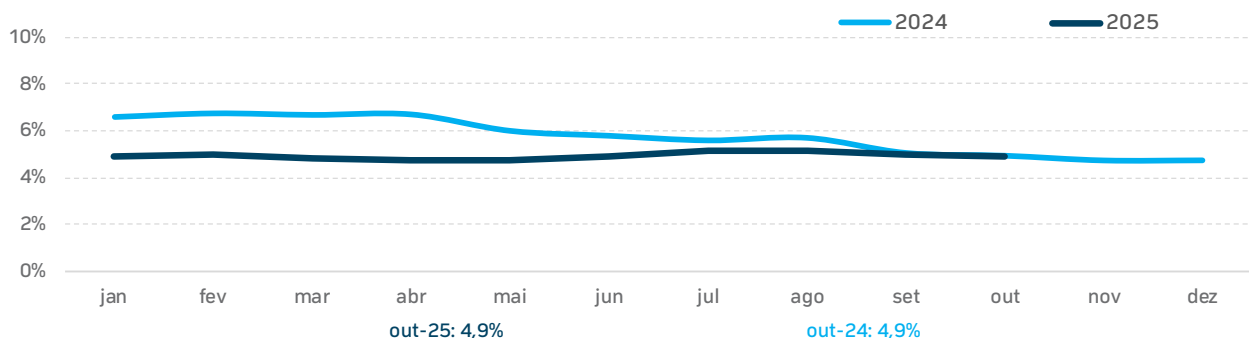
INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

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.

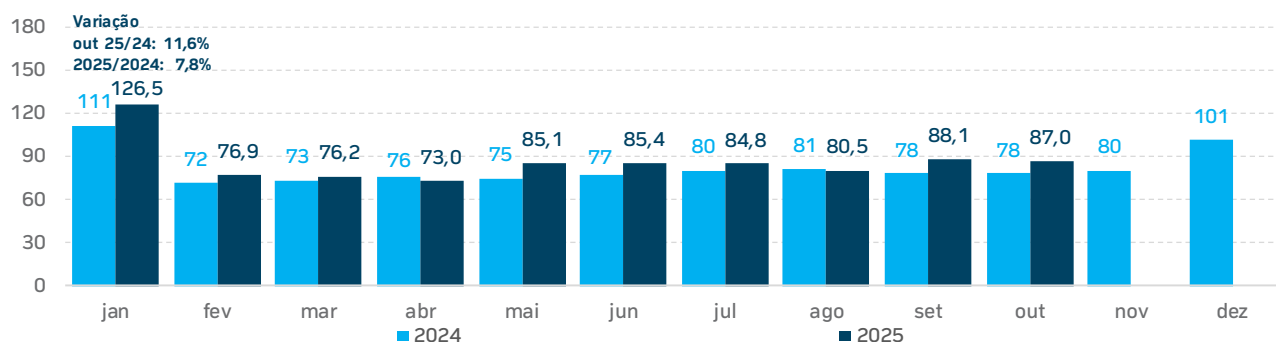
VENDAS TOTAIS / M² (R\$)



VACÂNCIA (% ABL)



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



Fonte: Hedge, Administradores

DESEMPENHO DO FUNDO

RESULTADO

Em novembro, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,136 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,150 / cota como rendimento referente ao mês de novembro de 2025, considerando as 129.133.010 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 12 de dezembro de 2025, aos detentores de cotas em 28 de novembro 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	nov-25	R\$ / Cota	2025	R\$ / Cota Médio Mensal
Receita Imobiliária	19.392.439	0,150	230.429.159	0,162
Imóveis	16.279.177	0,126	195.028.923	0,137
FIs Estratégicos - Rendimento	3.113.262	0,024	35.400.236	0,025
Outras Receitas	1.780.940	0,014	16.650.829	0,012
FIs Líquidos - Rendimento	688.364	0,005	7.220.008	0,005
CRI	444.872	0,003	4.181.381	0,003
LCI	167.891	0,001	1.320.365	0,001
Renda Fixa	479.812	0,004	3.929.076	0,003
Total de Despesas	(4.795.789)	(0,037)	(49.343.573)	(0,035)
Despesas operacionais	(1.759.113)	(0,014)	(16.782.164)	(0,012)
Despesas financeiras	(3.036.676)	(0,024)	(32.561.408)	(0,023)
Resultado Operacional	16.377.590	0,127	197.736.416	0,139
Lucro Operações	1.144.797	0,009	17.653.595	0,012
Imóveis	-	-	16.497.480	0,012
FIs Estrat. - Ganho de Capital	1.144.906	0,009	1.188.534	0,001
FIs Líquidos - Ganho de Capital	-	-	-	-
IR Ganho FIs	(110)	(0,000)	(32.419)	(0,000)
Resultado HGBS11	17.522.387	0,136	215.390.011	0,152
Rendimento HGBS11	19.369.952	0,150	220.817.447	0,155

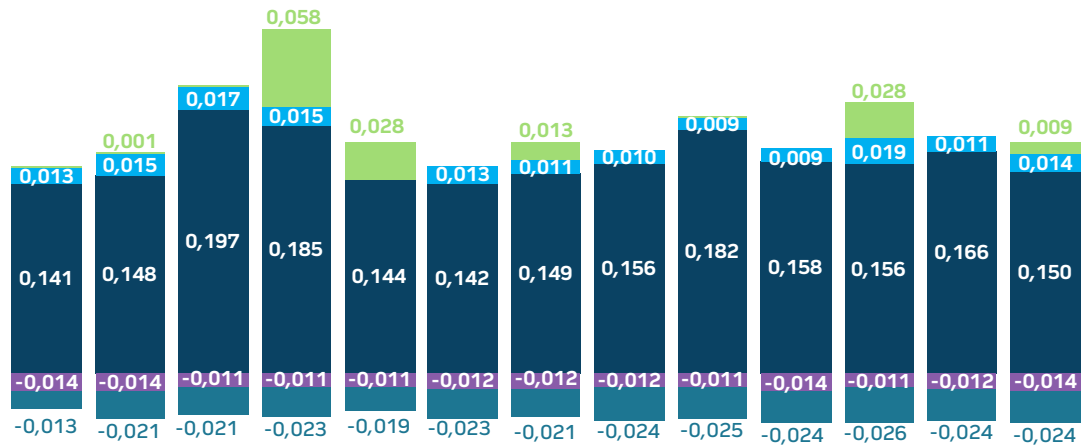
Renda Imobiliária: Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIs Estratégicos – Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIs Líquidos - Rendimento: rendimentos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



	nov-24	dez-24	jan-25	fev-25	mar-25	abr-25	mai-25	jun-25	jul-25	ago-25	set-25	out-25	nov-25	Média 12m
Resultado Total	0,126	0,129	0,181	0,224	0,143	0,120	0,140	0,130	0,155	0,130	0,166	0,141	0,136	0,150
Rendimento	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,156
Resultado Acumulado	0,078	0,046	0,067	0,131	0,114	0,074	0,054	0,024	0,030	0,010	0,026	0,017	0,003	-

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\$ 20,00**.

Hedge Brasil Shopping FII	nov/25	2025	12 meses	Início
Cota Aquisição (R\$)	19,92	18,61	19,30	10,00
Renda Acumulada	0,8%	9,2%	9,7%	278,9%
Ganho de Capital Líquido	0,3%	6,0%	2,9%	80,0%
TIR Líq. (Renda + Venda)	1,1%	16,0%	13,3%	1398,0%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	15,3%	17,6%	13,3%	15,3%
% CDI Líquido	120,6%	146,6%	112,9%	324,0%
Retorno Total Bruto	1,2%	16,7%	13,4%	378,9%
IFIX	1,9%	17,5%	16,7%	258,9%¹
% IFIX	62,1%	95,8%	80,1%	123,8%²

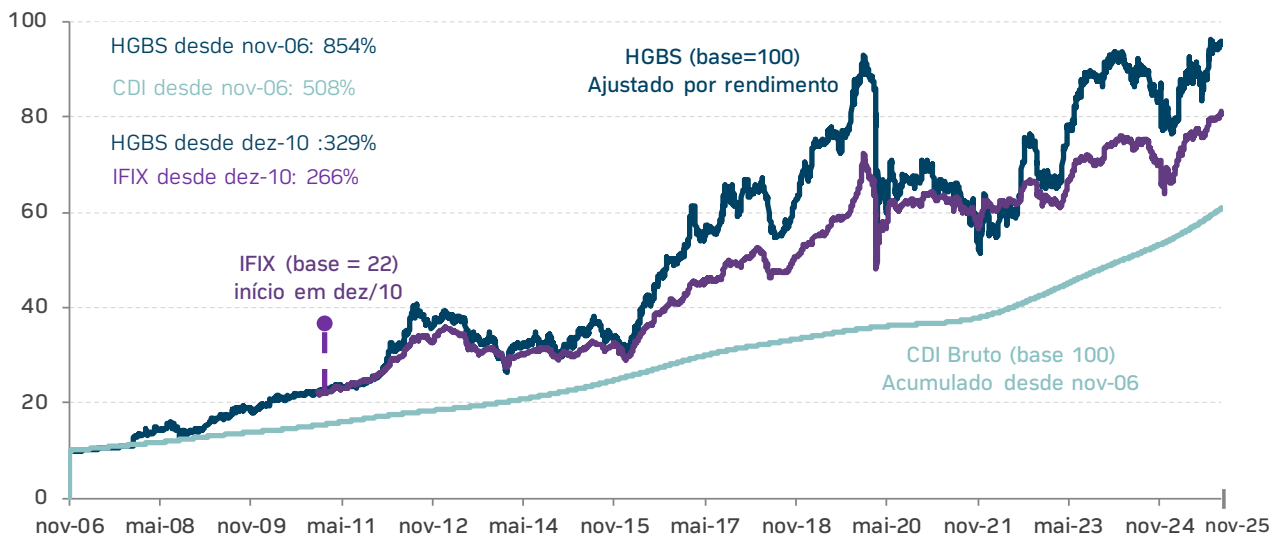
¹ Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

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



RENTABILIDADE ACUMULADA

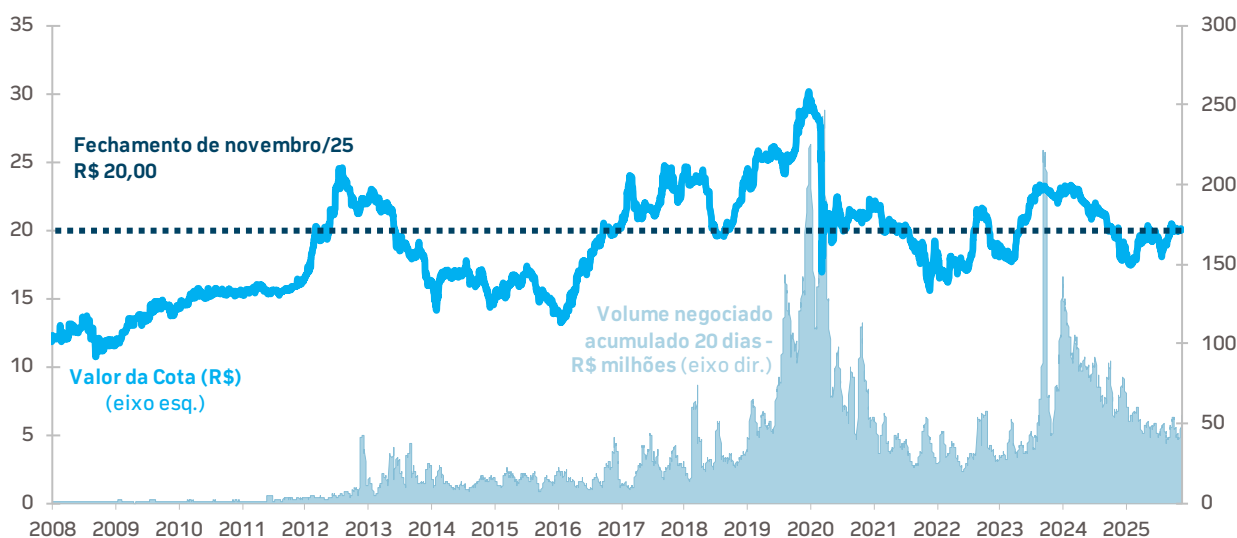
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Econômica

LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	nov/25	2025	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	2,0%	22,7%	25,9%
Volume negociado (R\$ milhões)	51,6	559,2	632,2
Volume médio diário (R\$ milhões)	2,7	2,4	2,5

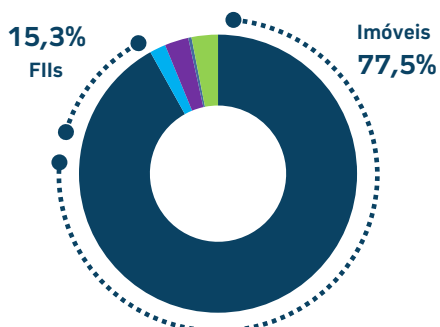


Fonte: Hedge / B3 / Econômica

CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

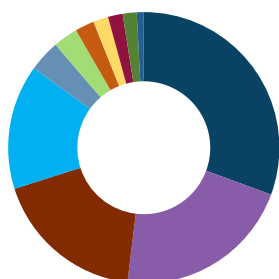
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 20 shopping centers, distribuídos em quinze cidades e seis estados, sendo 15 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 92,8% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 7 shoppings, que totalizam 56% do valor investido em ativos estratégicos.

DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	92,8%	FIIs Líquidos	2,1%
CRIs e LCIs	3,1%	Fundos RF	2,0%

DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



ALLOS	32%
AD Shopping	21%
Ancar Ivanhoe	17%
Soul Malls	15%
Plena Malls	4%
SYN	3%
WE9	2%
Iguatemi	2%
HBR	2%
Partage	2%
Alqia	1%

DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

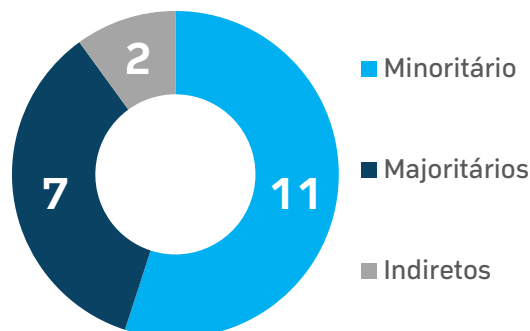


DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

São Paulo	85%
Tocantins	8%
Santa Catarina	4%
Rio Grande do Sul	2%
Rio de Janeiro	1%
Mato Grosso	1%



QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



Fonte: Hedge

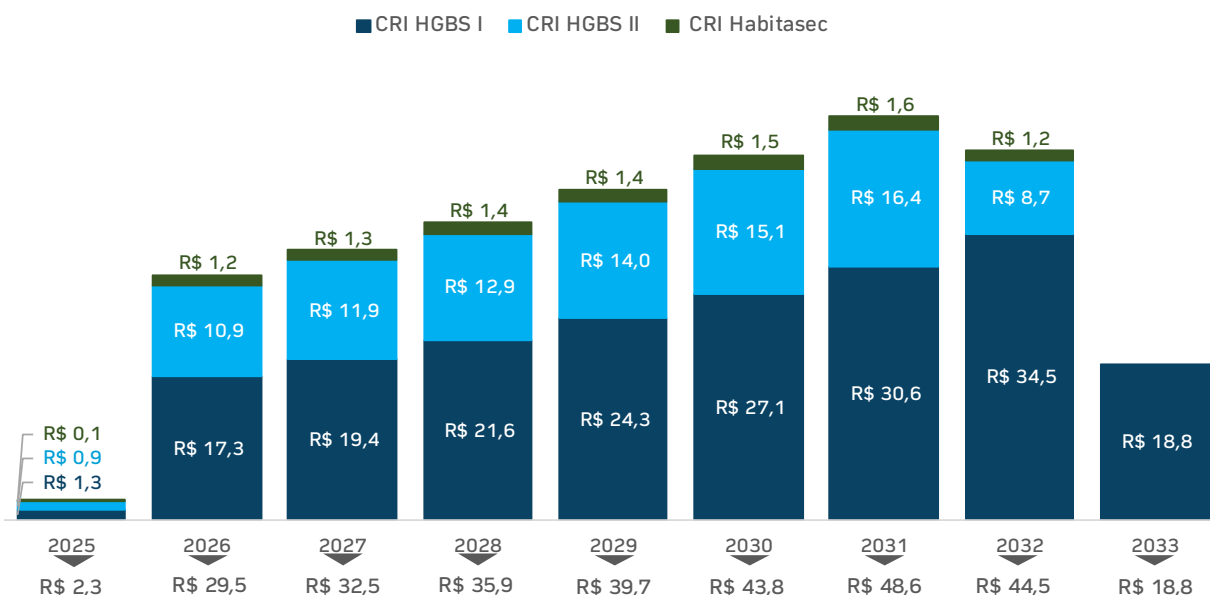


ALAVANCAGEM DO FUNDO

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	11,8%			
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\$ 99.755.815	R\$ 104.941.763	R\$ 95.225.084	R\$ 10.172.506
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: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO 80,0%	ABL TOTAL 28,7 mil m ²	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	



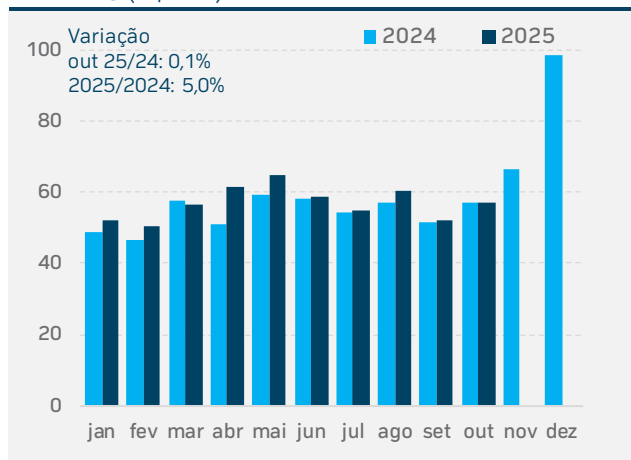
Fotos: Maurício Moreno.



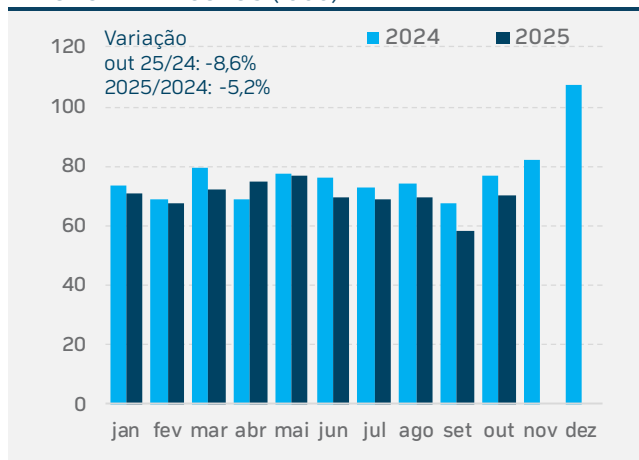
SHOPPING JARDIM SUL (17% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	3.025.463	2.641.286	15%	28.207.920	27.940.097	1%
Aluguel complementar	127.506	118.213	8%	2.319.738	1.972.050	18%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	707.460	783.579	-10%	5.511.333	5.617.475	-2%
Outras receitas	52.633	7.454	606%	626.370	879.810	-29%
Receitas totais	3.913.062	3.550.532	10%	36.665.360	36.409.432	1%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(74.356)	(92.624)	-20%	(639.603)	(937.903)	-32%
Outras despesas	(190.703)	(485.815)	-61%	(5.081.553)	(4.956.611)	3%
Despesas totais	(265.059)	(578.438)	-54%	(5.721.156)	(5.894.514)	-3%
Resultado sem estacionamento	3.648.003	2.972.094	23%	30.944.204	30.514.918	1%
Resultado estacionamento	1.016.039	983.273	3%	10.806.047	9.822.164	10%
Resultado operacional (NOI)	4.664.042	3.955.367	18%	41.750.252	40.337.082	4%
Benfeitorias	(172.395)	-	-	(429.969)	(707.308)	-39%
Resultado não operacional	(42.742)	10.679	-	(315.985)	916.168	-
Fluxo de caixa total	4.448.906	3.966.046	12%	41.004.298	40.545.942	1%

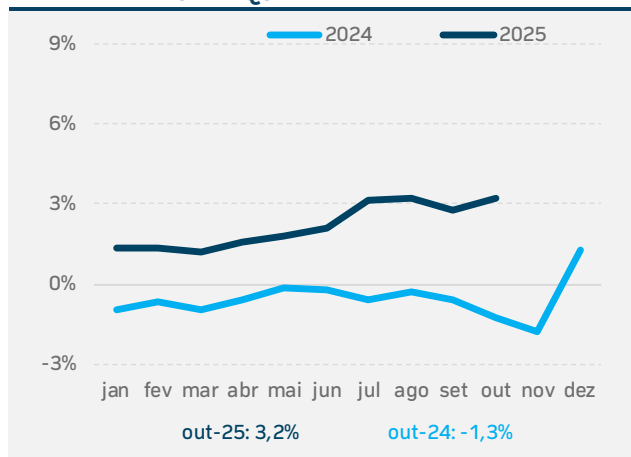
VENDAS (R\$ MM)



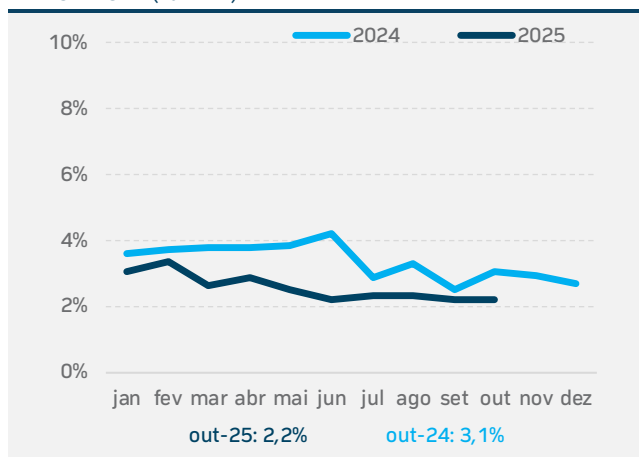
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PENHA (11% DA CARTEIRA)

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

Movimentações comerciais: entradas da Polishop (80 m²), World Tennis (59 m²) e Casa do Celular (45 m²).

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

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

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

www.shoppingpenha.com.br



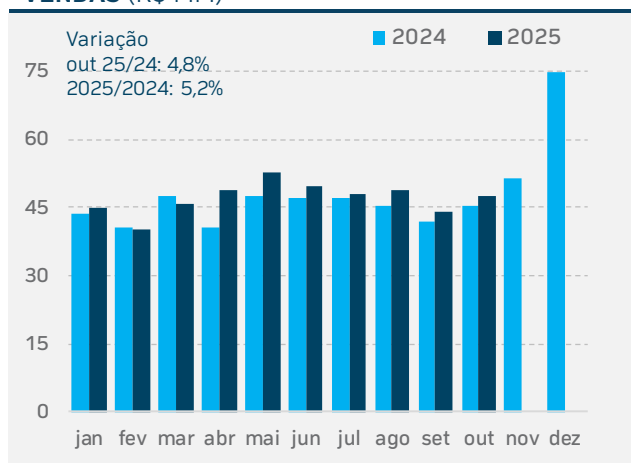
Fotos: Maurício Moreno



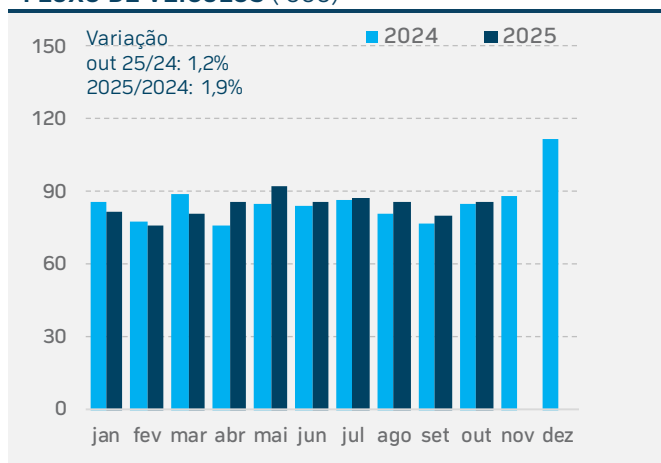
SHOPPING PENHA (11% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Variação vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.500.737	2.152.256	16%	21.681.245	19.688.417	10%
Aluguel complementar	94.553	100.998	-6%	1.847.418	2.066.795	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	423.762	441.813	-4%	4.804.782	4.968.388	-3%
Outras receitas	996.851	13.550	7257%	1.159.129	319.157	263%
Receitas totais	4.015.903	2.708.616	48%	29.492.574	27.042.757	9%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(347.992)	(305.058)	14%	(2.770.389)	(2.916.355)	-5%
Outras despesas	(255.778)	(293.175)	-13%	(2.436.376)	(2.595.586)	-6%
Despesas totais	(603.770)	(598.233)	1%	(5.206.764)	(5.511.941)	-6%
Resultado sem estacionamento	3.412.133	2.110.383	62%	24.285.810	21.530.816	13%
Resultado estacionamento	442.714	404.084	10%	5.278.681	5.185.577	2%
Resultado operacional (NOI)	3.854.847	2.514.467	53%	29.564.491	26.716.393	11%
Benfeitorias	(89.013)	(1.018.895)	-91%	(6.590.655)	(3.876.409)	70%
Resultado não operacional	(2.200)	19.634	-	(22.000)	145.782	-
Fluxo de caixa total	3.763.634	1.515.206	148%	22.951.836	22.985.766	0%

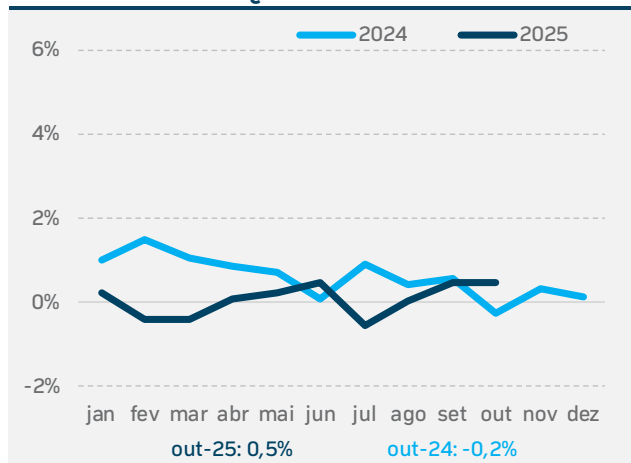
VENDAS (R\$ MM)



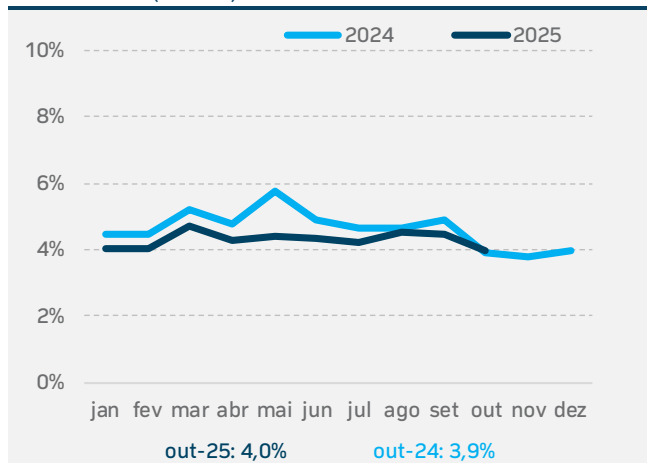
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



CAPIM DOURADO SHOPPING (8% 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.

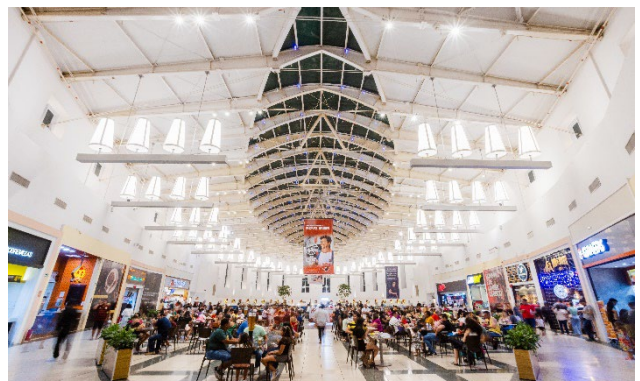
Movimentações comerciais: entrada do Colégio Interação (300 m²) e saída da Volvo (143 m²).

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

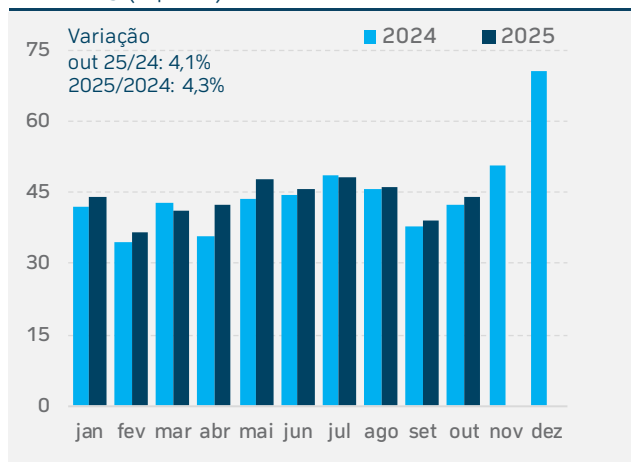




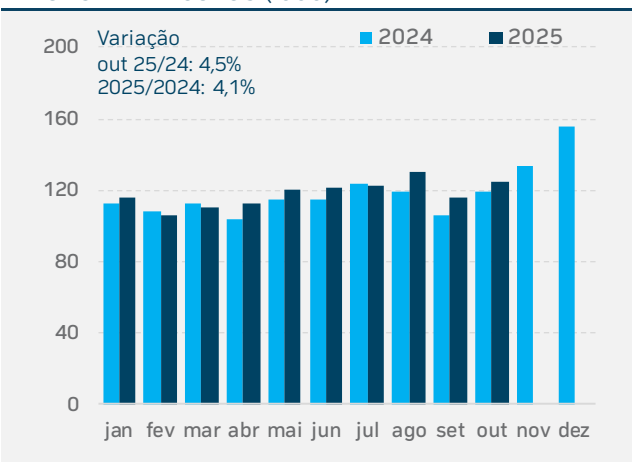
CAPIM DOURADO SHOPPING (8% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.492.254	1.466.625	2%	16.400.590	14.923.034	10%
Aluguel complementar	298.020	311.753	-4%	5.174.761	4.820.173	7%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	604.985	545.135	11%	5.383.330	4.646.631	16%
Outras receitas	77.331	97.275	-21%	683.938	838.974	-18%
Receitas totais	2.472.589	2.420.788	2%	27.642.620	25.228.812	10%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(70.815)	(30.696)	131%	(507.878)	(413.759)	23%
Outras despesas	(334.075)	(266.383)	25%	(2.544.150)	(2.935.994)	-13%
Despesas totais	(404.889)	(297.079)	36%	(3.052.028)	(3.349.753)	-9%
Resultado sem estacionamento	2.067.700	2.123.709	-3%	24.590.591	21.879.059	12%
Resultado estacionamento	455.074	421.021	8%	5.560.185	4.548.447	22%
Resultado operacional (NOI)	2.522.775	2.544.730	-1%	30.150.777	26.427.506	14%
Benefitorias	(63.129)	(34.420)	83%	(995.338)	(40.240)	2374%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.459.646	2.510.310	-2%	29.155.439	26.387.266	10%

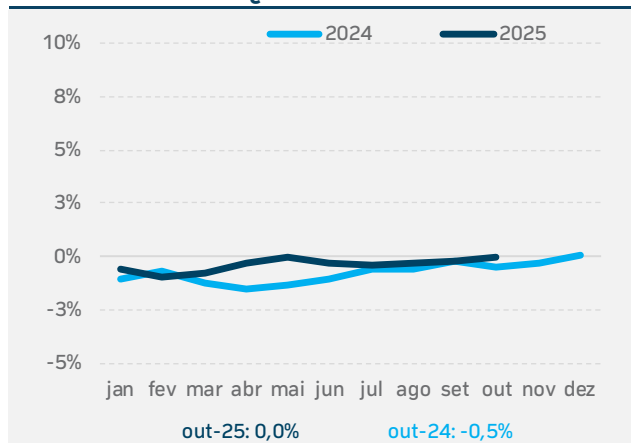
VENDAS (R\$ MM)



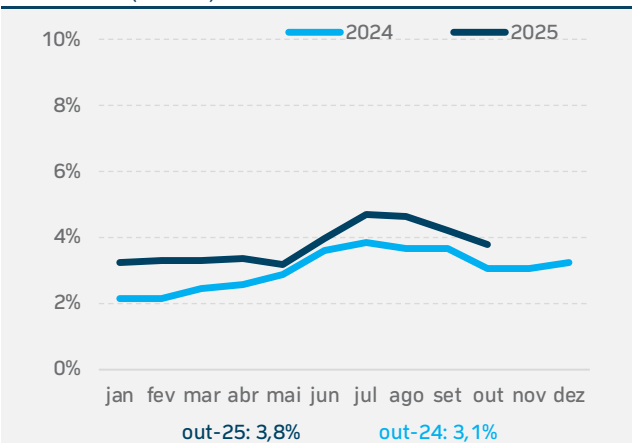
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 da Anime Toys (66 m²) e New Era (47 m²), saída da Pezinho (51 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	



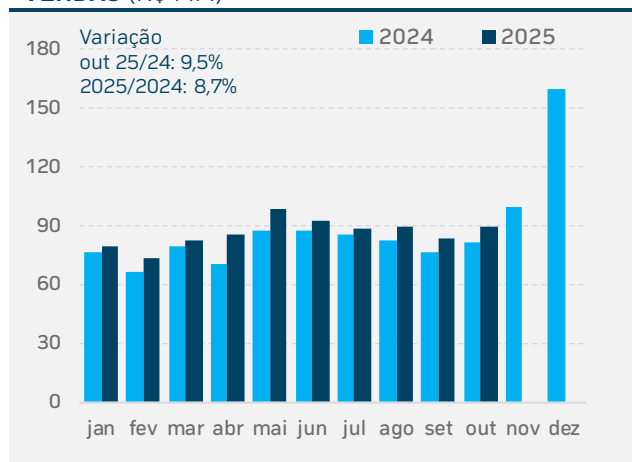
Fotos: Maurício Moreno.



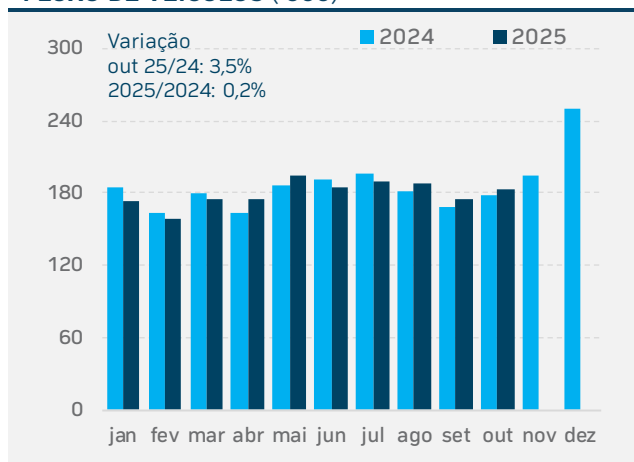
MOOCA PLAZA SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.760.950	4.781.632	0%	50.576.759	48.818.685	4%
Aluguel complementar	241.110	249.639	-3%	5.041.693	4.627.604	9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.055.640	998.258	6%	9.781.728	8.797.671	11%
Outras receitas	540.399	411.220	31%	2.585.660	2.462.333	5%
Receitas totais	6.598.099	6.440.748	2%	67.985.841	64.706.293	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(87.563)	123.269	-	(815.023)	(968.896)	-16%
Outras despesas	(1.656.732)	(1.342.414)	23%	(15.568.988)	(14.610.956)	7%
Despesas totais	(1.744.296)	(1.219.145)	43%	(16.384.011)	(15.579.853)	5%
Resultado sem estacionamento	4.853.803	5.221.604	-7%	51.601.830	49.126.441	5%
Resultado estacionamento	1.991.194	1.776.233	12%	19.525.325	18.158.907	8%
Resultado operacional (NOI)	6.844.997	6.997.836	-2%	71.127.154	67.285.348	6%
Benefitorias	(1.691.524)	(864.561)	96%	(11.673.538)	(4.255.826)	174%
Resultado não operacional	5.847	7.533	-22%	95.959	22.822	320%
Fluxo de caixa total	5.159.319	6.140.808	-16%	59.549.576	63.052.344	-6%

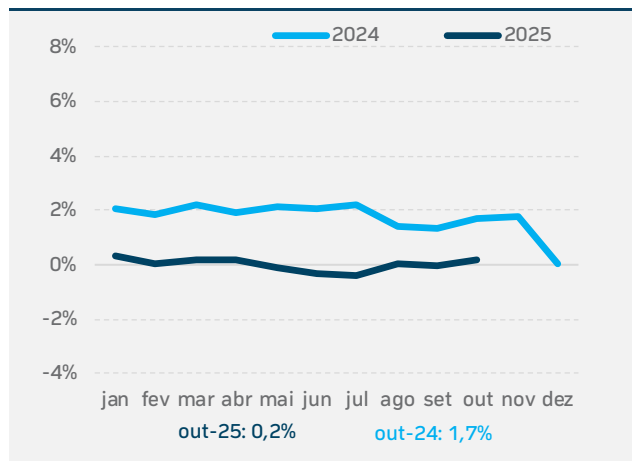
VENDAS (R\$ MM)



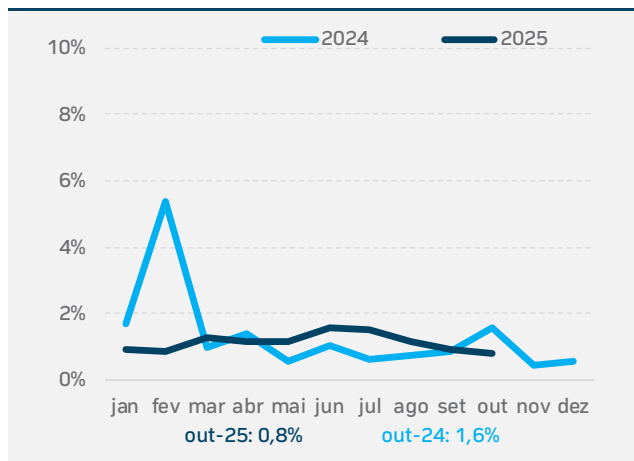
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 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. A operação permaneceu em soft opening até o dia 18 de dezembro, data que ocorreu a inauguração oficial com funcionamento integral das operações e o início da divulgação mais intensa da operação na mídia.

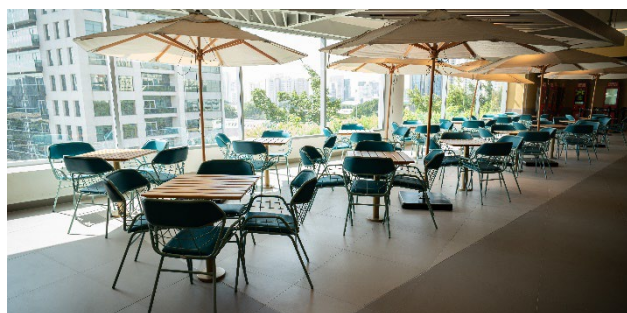
Movimentações comerciais: sem alterações.

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



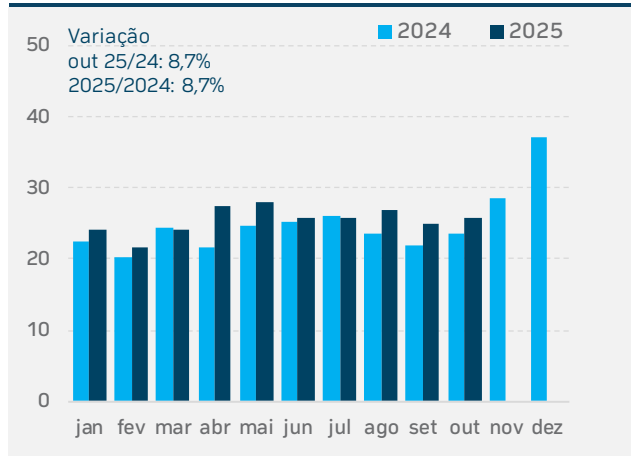
Fotos: Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).



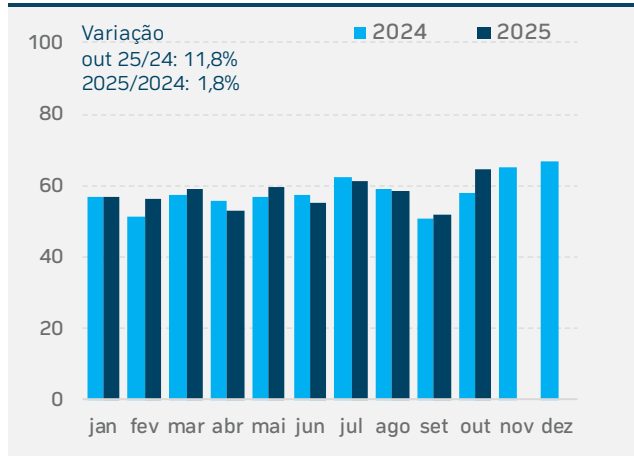
SHOPPING WEST PLAZA (7% da carteira – 6% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.235.790	1.327.380	-7%	14.787.701	13.291.305	11%
Aluguel complementar	130.600	102.844	27%	1.572.435	1.838.611	-14%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	223.498	322.606	-31%	2.776.540	2.663.271	4%
Outras receitas	7.289	13.256	-	100.044	734.404	-86%
Receitas totais	1.597.178	1.766.086	-10%	19.236.719	18.527.590	4%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(733.019)	(848.360)	-14%	(8.113.491)	(6.962.965)	17%
Outras despesas	(436.993)	(530.490)	-18%	(3.845.921)	(3.106.903)	24%
Despesas totais	(1.170.013)	(1.378.850)	-15%	(11.959.412)	(10.069.867)	19%
Resultado sem estacionamento	427.165	387.237	10%	7.277.307	8.457.723	-14%
Resultado estacionamento	812.476	580.119	40%	6.850.867	5.552.471	23%
Resultado operacional (NOI)	1.239.640	967.356	28%	14.128.174	14.010.194	1%
Benefitorias	(1.782.598)	(1.648.624)	8%	(18.144.501)	(7.202.552)	152%
Resultado não operacional	-	(3.154)	-100%	-	(82.561)	-100%
Fluxo de caixa total	(542.958)	(684.422)	-21%	(4.016.328)	6.725.082	-

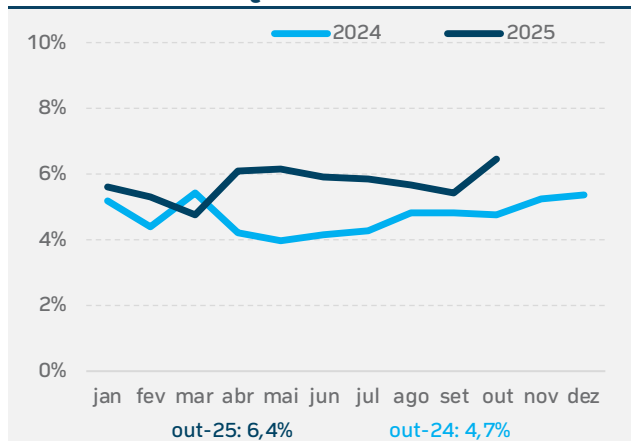
VENDAS (R\$ MM)



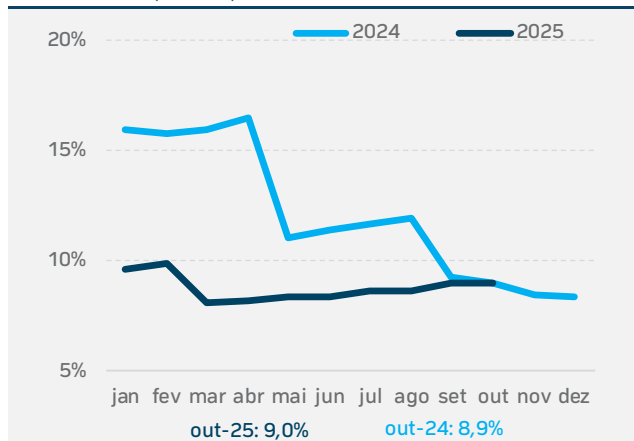
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



TIVOLI SHOPPING CENTER (7% 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.

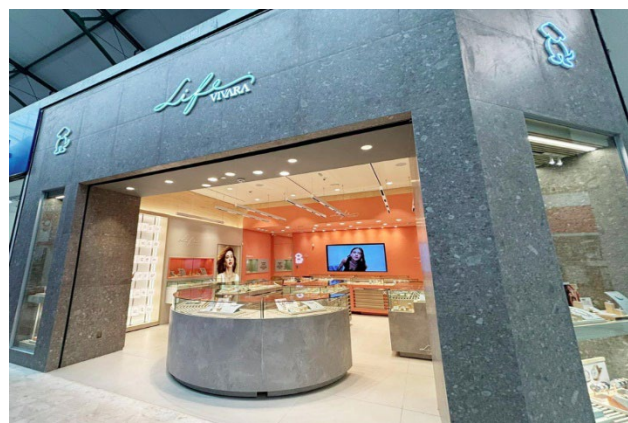
Movimentações comerciais: entrada da Hope (36,12m²) e saídas da Uncle K (40,55m²), Exclusive (65,20m²) e Bag Store (28,22m²).

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



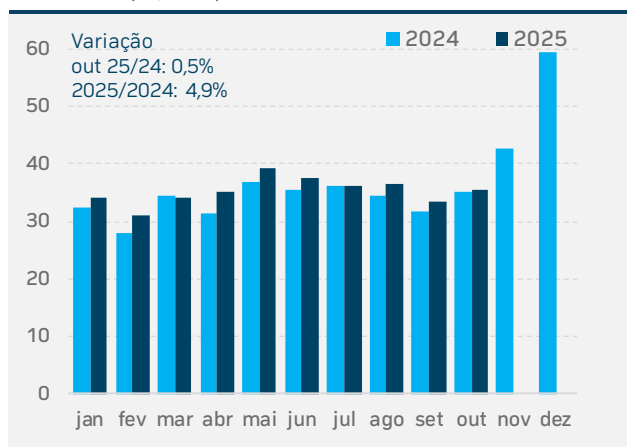
Fotos: Maurício Moreno



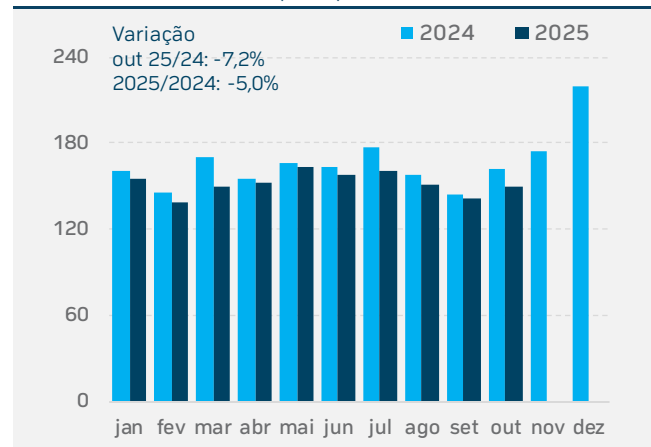
TIVOLI SHOPPING CENTER (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.809.422	1.872.767	-3%	16.720.486	15.972.893	5%
Aluguel complementar	104.208	91.670	14%	1.975.735	2.043.112	-3%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	317.114	216.984	46%	2.574.744	2.382.915	8%
Outras receitas	58.871	66.090	-11%	646.724	1.030.117	-37%
Receitas totais	2.289.615	2.247.511	2%	21.917.690	21.429.037	2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(63.132)	(68.145)	-7%	(488.295)	(510.444)	-4%
Outras despesas	(331.404)	(126.873)	161%	(2.429.222)	(1.946.284)	25%
Despesas totais	(394.536)	(195.018)	102%	(2.917.517)	(2.456.728)	19%
Resultado sem estacionamento	1.895.079	2.052.494	-8%	19.000.173	18.972.309	0%
Resultado estacionamento	609.129	562.021	8%	6.451.116	5.760.105	12%
Resultado operacional (NOI)	2.504.208	2.614.515	-4%	25.451.289	24.732.414	3%
Benfeitorias	(369.946)	(320.887)	15%	(1.177.559)	(3.027.029)	-61%
Resultado não operacional	-	-	-	-	(160.551)	-100%
Fluxo de caixa total	2.134.263	2.293.628	-7%	24.273.730	21.544.833	13%

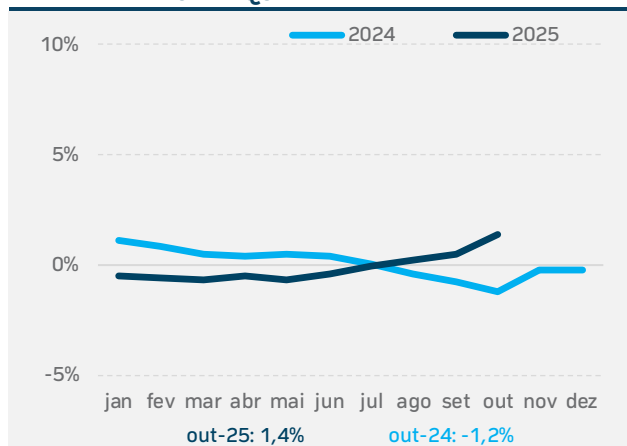
VENDAS (R\$ MM)



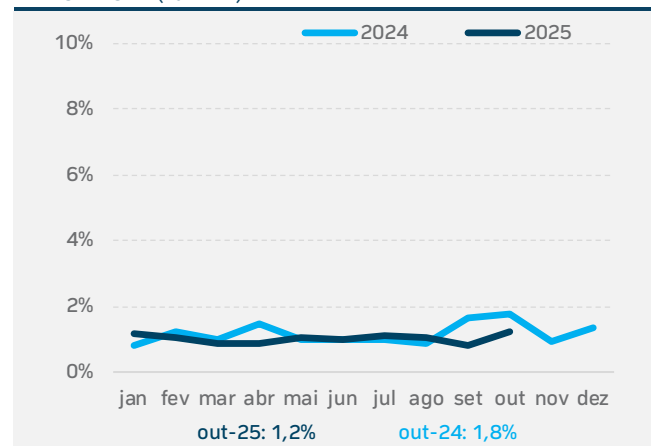
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 OrtoBom (120 m²), BoraLê (83 m²) e Camisaria FMW (39m²).

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



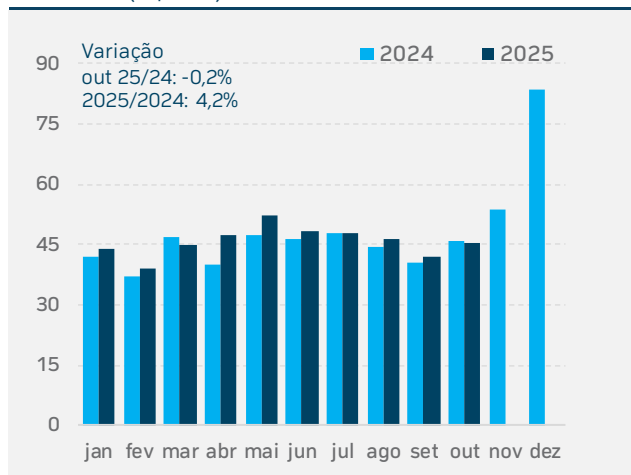
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



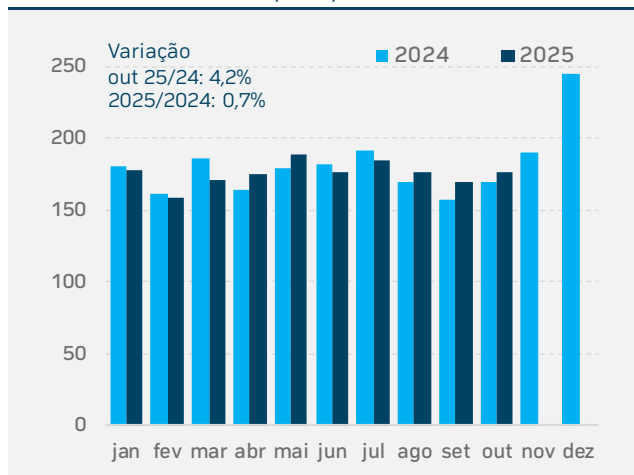
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.123.931	2.397.013	-11%	23.639.645	23.700.694	0%
Aluguel complementar	95.221	106.368	-10%	1.689.610	2.023.211	-16%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	435.766	485.497	-10%	4.543.858	4.710.597	-4%
Outras receitas	126.994	169.681	-25%	1.649.621	1.366.349	21%
Receitas totais	2.781.912	3.158.559	-12%	31.522.734	31.800.850	-1%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(41.428)	(3.770)	999%	(1.120.495)	(1.066.811)	5%
Outras despesas	(567.902)	(321.734)	77%	(5.371.438)	(4.417.620)	22%
Despesas totais	(609.330)	(325.504)	87%	(6.491.933)	(5.484.431)	18%
Resultado sem estacionamento	2.172.582	2.833.055	-23%	25.030.801	26.316.420	-5%
Resultado estacionamento	1.032.479	924.673	12%	11.979.679	10.749.720	11%
Resultado operacional (NOI)	3.205.062	3.757.728	-15%	37.010.480	37.066.140	0%
Benefitorias	(87.510)	(425.506)	-79%	(1.890.790)	(1.875.219)	1%
Resultado não operacional	4.627	28.609	-84%	(275.045)	57.935	-
Fluxo de caixa total	3.122.179	3.360.831	-7%	34.844.645	35.248.856	-1%

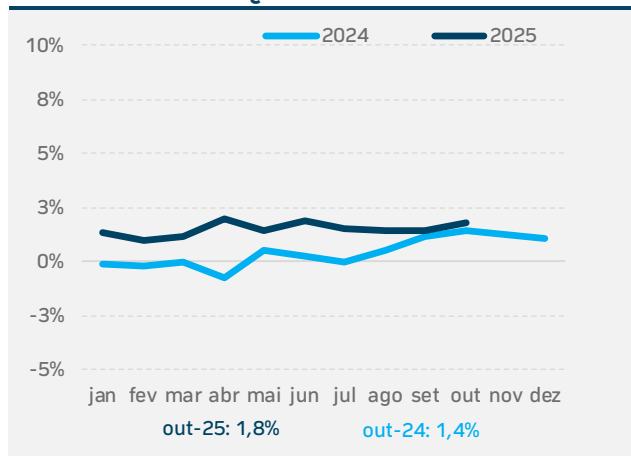
VENDAS (R\$ MM)



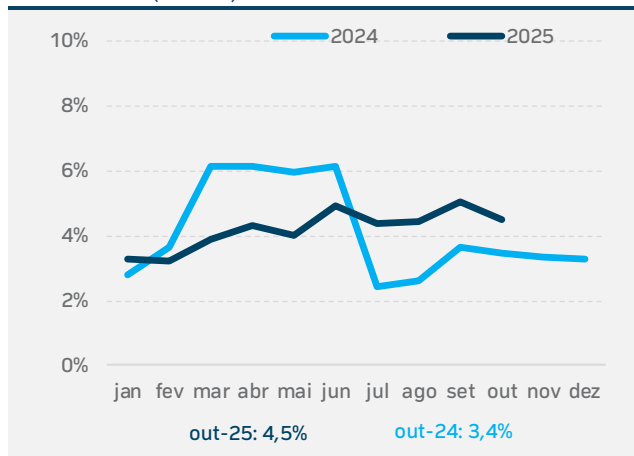
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

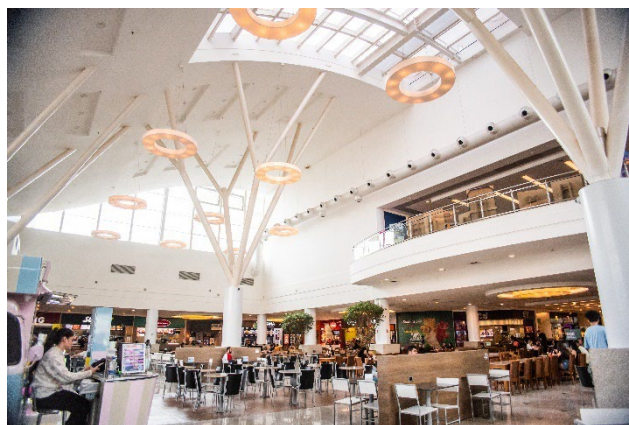
Movimentações comerciais: sem alterações.

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

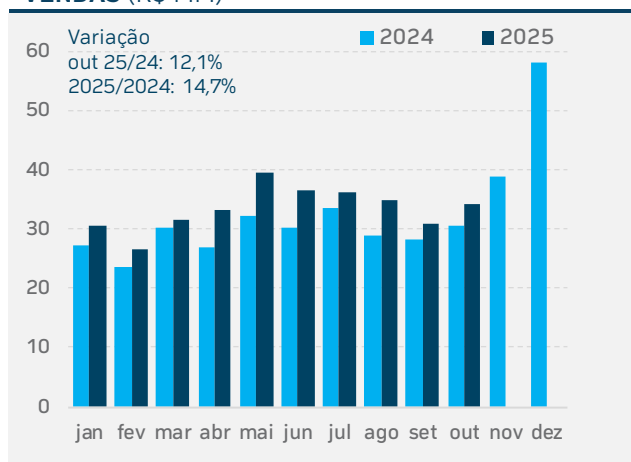




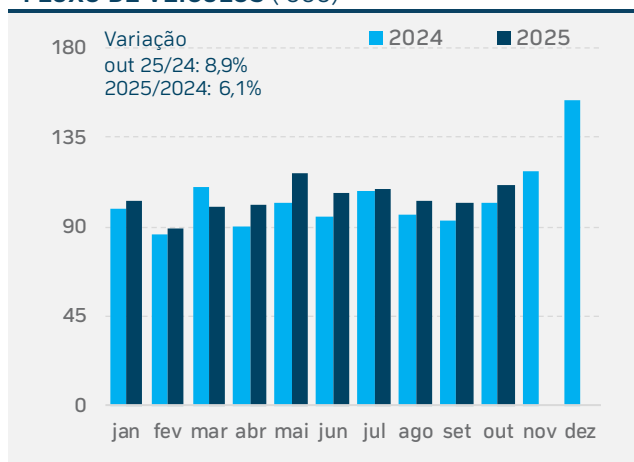
BOULEVARD SHOPPING BAURU (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Variação vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.232.573	1.092.058	13%	13.508.717	12.575.189	7%
Aluguel complementar	119.734	134.818	-11%	2.288.990	1.849.393	24%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	329.298	366.864	-10%	3.577.678	3.148.232	14%
Outras receitas	28.277	34.321	-	228.403	200.623	-
Receitas totais	1.709.882	1.628.061	5%	19.603.788	17.773.436	10%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(220.015)	(211.052)	4%	(2.058.773)	(2.198.994)	-6%
Outras despesas	(194.409)	(251.185)	-23%	(2.494.382)	(2.094.583)	19%
Despesas totais	(414.424)	(462.237)	-10%	(4.553.155)	(4.293.577)	6%
Resultado sem estacionamento	1.295.457	1.165.824	11%	15.050.633	13.479.860	12%
Resultado estacionamento	448.644	383.856	17%	4.453.930	3.628.240	23%
Resultado operacional (NOI)	1.744.101	1.549.679	13%	19.504.562	17.108.099	14%
Benfeitorias	(575.864)	(153.847)	274%	(1.332.988)	(384.010)	247%
Resultado não operacional	12.121	14.530	-17%	132.947	(13.055)	-
Fluxo de caixa total	1.180.357	1.410.362	-16%	18.304.522	16.711.034	10%

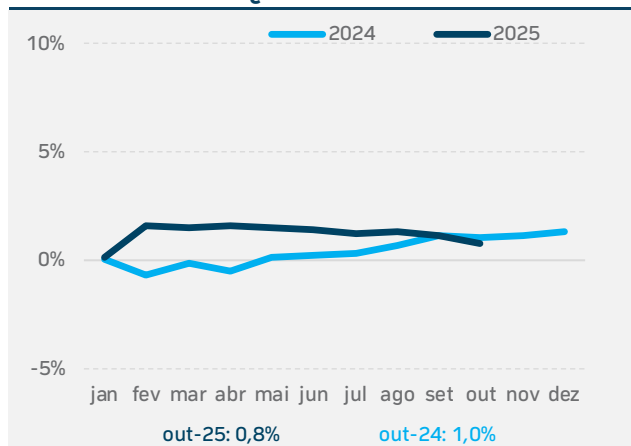
VENDAS (R\$ MM)



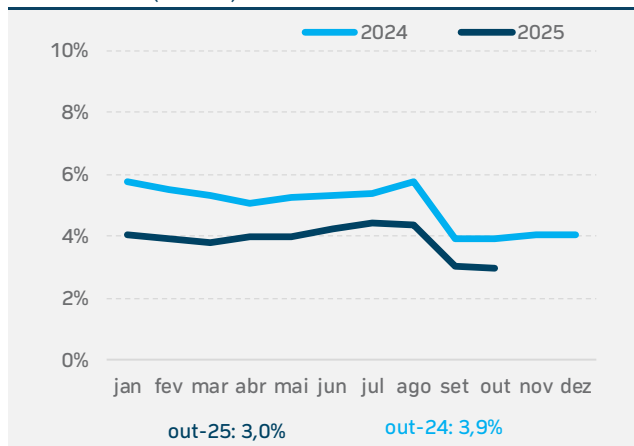
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

Movimentações comerciais: entrada da Intimissimi (70 m²), aumento de área locada pela Bayard (16 m²), saídas da Samsonite (76 m² de sua unidade antiga, entrou na unidade nova no mês anterior), Mr. Cat (54 m²), Bar do Alemão (36 m²) e Sem Parar (6 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.



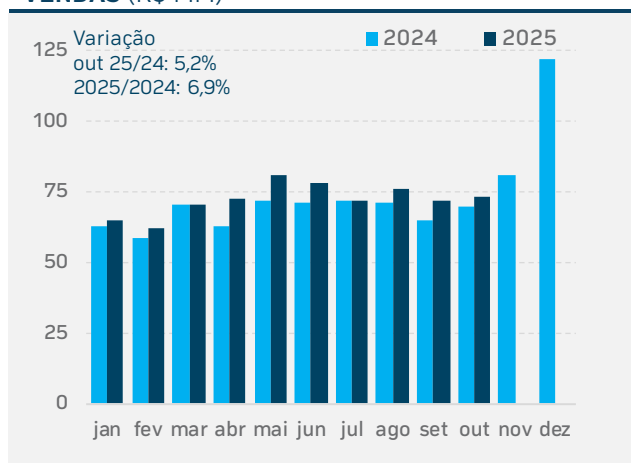
Fotos: Fachada revitalizada (esquerda); Ativação do shopping no SP Open (direita).



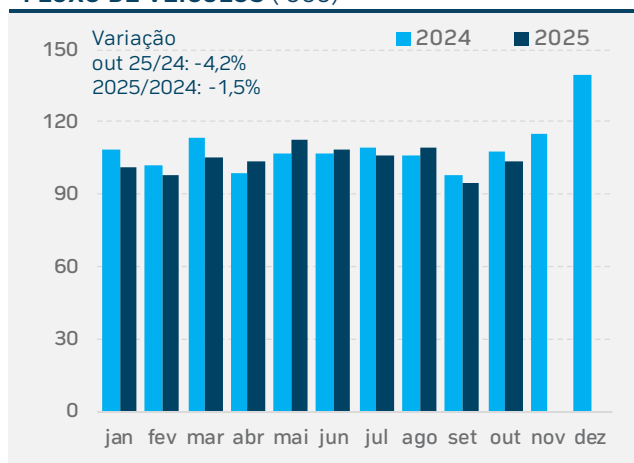
SHOPPING VILLALOBOS (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.248.771	4.001.788	6%	44.647.386	44.251.370	1%
Aluguel complementar	295.268	355.205	-17%	4.560.682	4.616.442	-1%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.467.574	1.230.534	19%	9.280.520	8.891.686	4%
Outras receitas	412.972	58.086	611%	3.192.276	2.128.337	50%
Receitas totais	6.424.585	5.645.612	14%	61.680.865	59.887.835	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(166.154)	(183.870)	-10%	(1.893.295)	(1.788.200)	6%
Outras despesas	(864.385)	(725.583)	19%	(7.269.415)	(6.785.136)	7%
Despesas totais	(1.030.539)	(909.453)	13%	(9.162.710)	(8.573.336)	7%
Resultado sem estacionamento	5.394.046	4.736.159	14%	52.518.155	51.314.499	2%
Resultado estacionamento	1.547.074	1.228.488	26%	16.055.645	14.317.828	12%
Resultado operacional (NOI)	6.941.120	5.964.647	16%	68.573.800	65.632.328	4%
Benfeitorias	(1.493.717)	(5.313.063)	-72%	(8.553.733)	(21.041.900)	-59%
Resultado não operacional	68.099	(8.528)	-	372.022	238.101	56%
Fluxo de caixa total	5.515.502	643.055	758%	60.392.090	44.828.528	35%

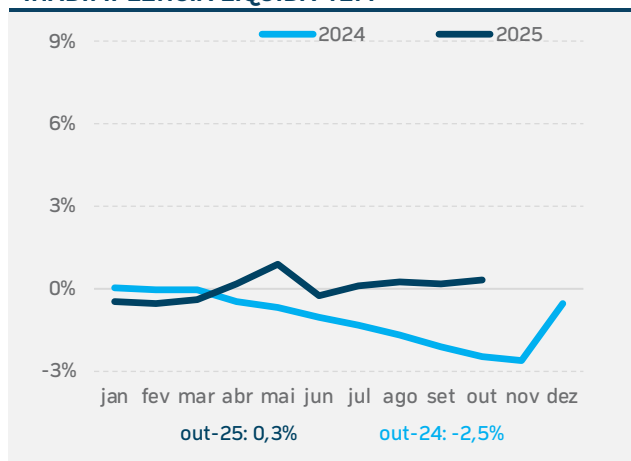
VENDAS (R\$ MM)



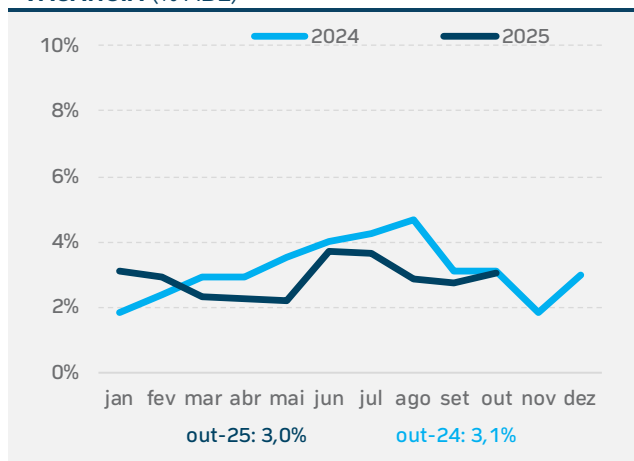
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 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 do restaurante Oishi (50 m²), Komape Produtos Orientais (44 m²) e Casa do Celular (33 m²), saída da Lukaphone (20 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



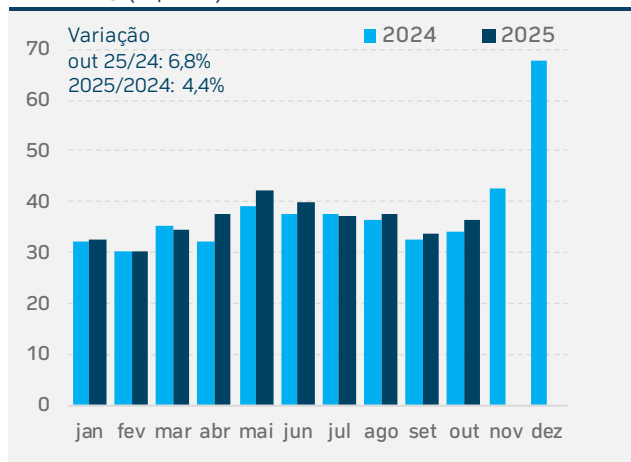
Fotos: Maurício Moreno.



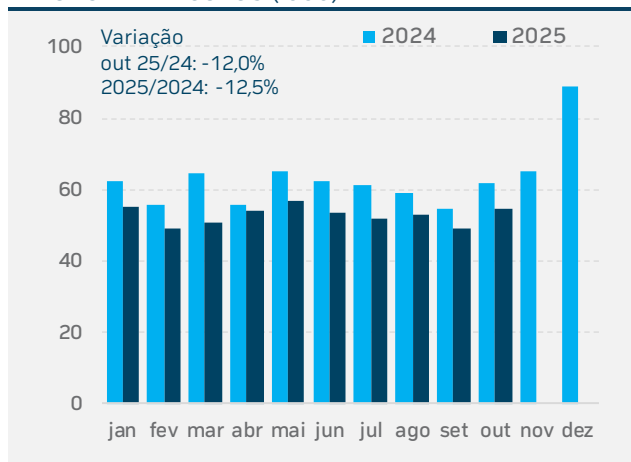
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (3% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.247.097	2.158.635	4%	24.569.528	22.973.287	7%
Aluguel complementar	72.828	73.475	-1%	1.165.306	1.104.404	6%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	403.824	370.985	9%	3.978.713	3.990.451	0%
Outras receitas	49.326	26.661	85%	594.399	594.629	0%
Receitas totais	2.773.075	2.629.755	5%	30.307.945	28.662.771	6%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(91.711)	(80.385)	14%	(927.794)	(832.965)	11%
Outras despesas	(210.642)	(255.226)	-17%	(2.029.771)	(2.201.170)	-8%
Despesas totais	(302.353)	(335.611)	-10%	(2.957.565)	(3.034.135)	-3%
Resultado sem estacionamento	2.470.721	2.294.144	8%	27.350.380	25.628.636	7%
Resultado estacionamento	421.651	405.407	4%	4.172.003	4.145.887	1%
Resultado operacional (NOI)	2.892.372	2.699.551	7%	31.522.384	29.774.523	6%
Benefitorias	-	(50.000)	-100%	(103.407)	(100.000)	3%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.892.372	2.649.551	9%	31.418.977	29.674.523	6%

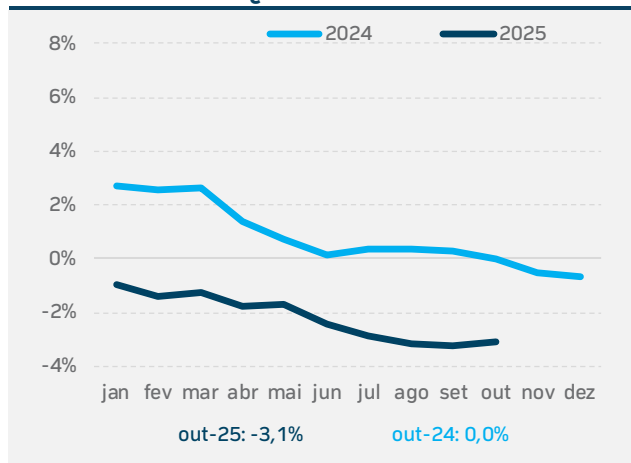
VENDAS (R\$ MM)



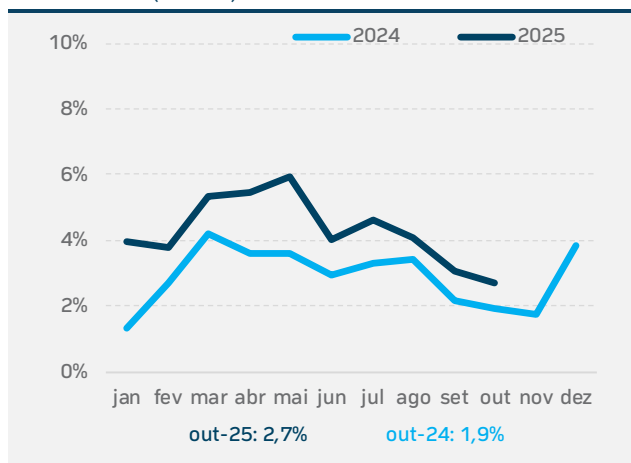
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 Good Shop (149 m²), saídas da Iplace (69 m²) e Seraudi (52 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/

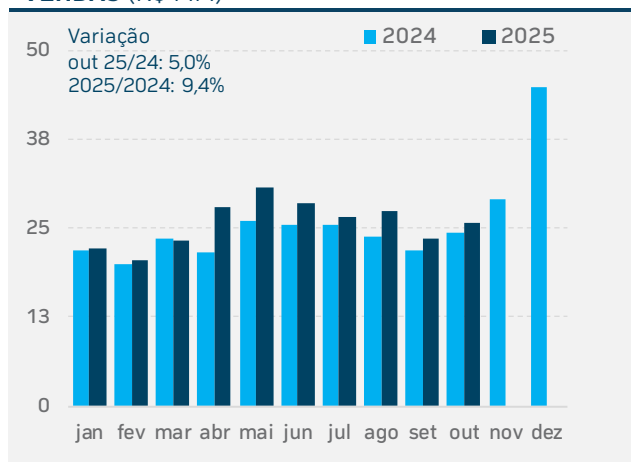




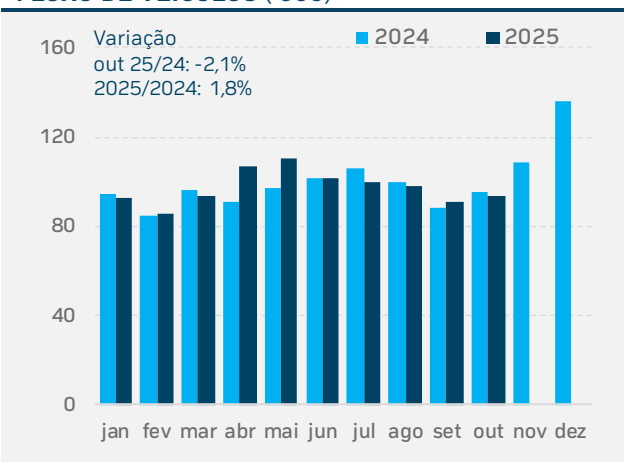
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	832.823	811.840	3%	9.036.822	8.403.982	8%
Aluguel complementar	127.601	141.065	-10%	2.020.068	2.267.448	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	503.735	448.321	12%	4.805.947	3.927.898	22%
Outras receitas	12.326	45.597	-73%	361.328	379.410	-5%
Receitas totais	1.476.485	1.446.823	2%	16.224.165	14.978.738	8%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(85.409)	(82.574)	3%	(826.281)	(971.591)	-15%
Outras despesas	(141.218)	(171.721)	-18%	(1.392.558)	(1.256.618)	11%
Despesas totais	(226.627)	(254.295)	-11%	(2.218.839)	(2.228.209)	0%
Resultado sem estacionamento	1.249.858	1.192.528	5%	14.005.326	12.750.529	10%
Resultado estacionamento	401.965	309.463	30%	4.496.244	3.500.379	28%
Resultado operacional (NOI)	1.651.823	1.501.991	10%	18.501.570	16.250.909	14%
Benefitorias	(20.849)	(796.744)	-97%	(3.905.618)	(1.537.651)	154%
Resultado não operacional	(992)	-	-	(95.805)	-	-
Fluxo de caixa total	1.629.982	705.247	131%	14.500.148	14.713.257	-1%

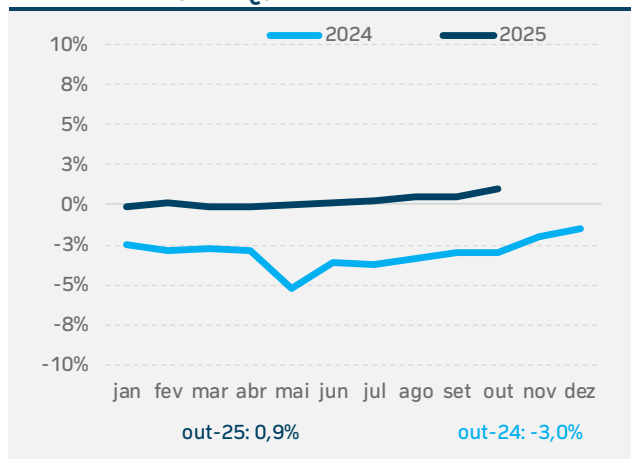
VENDAS (R\$ MM)



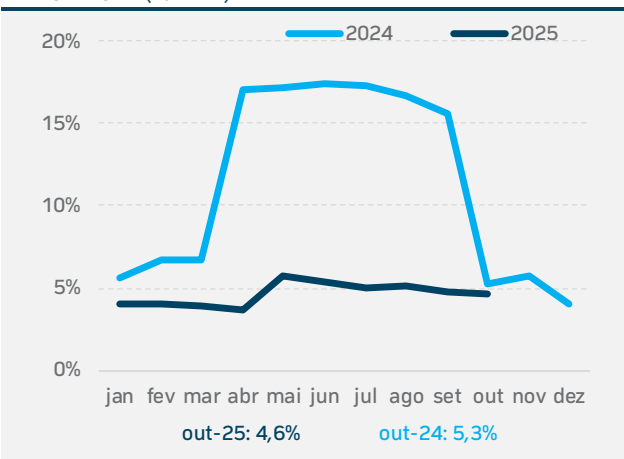
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: entradas da Ri Happy (187 m²) e Crocs (37 m²), saída da D+ Carinho (36 m²).

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



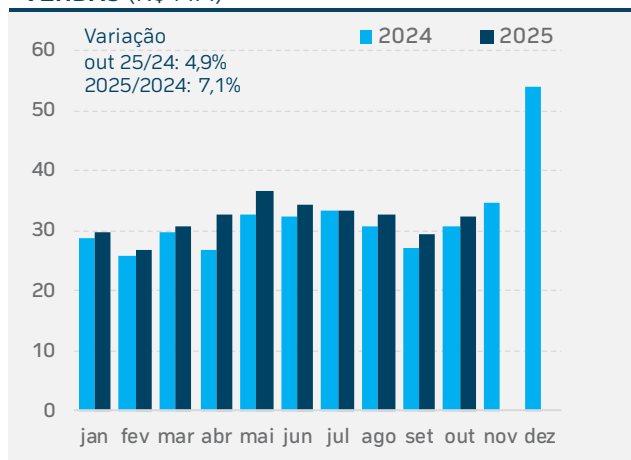
Fotos 2 a 4: Maurício Moreno; Foto 5: Fachada da Riachuelo.



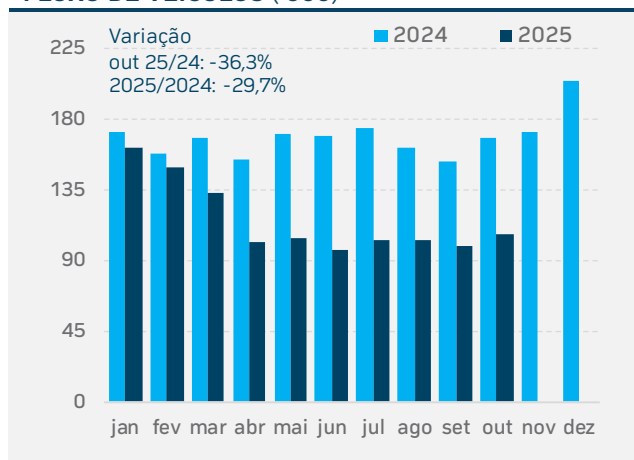
SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.420.573	1.516.900	-6%	15.092.032	15.217.861	-1%
Aluguel complementar	160.504	107.091	50%	2.062.918	1.891.856	9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	363.379	340.987	7%	3.375.682	3.247.822	4%
Outras receitas	185.555	144.452	28%	1.261.326	1.360.762	-7%
Receitas totais	2.130.011	2.109.430	1%	21.791.959	21.718.303	0%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(55.140)	(111.467)	-51%	(699.599)	(914.507)	-23%
Outras despesas	(198.489)	(186.324)	7%	(2.571.057)	(2.180.519)	18%
Despesas totais	(253.629)	(297.791)	-15%	(3.270.656)	(3.095.026)	6%
Resultado sem estacionamento	1.876.382	1.811.639	4%	18.521.303	18.623.277	-1%
Resultado estacionamento	642.040	549.048	17%	5.588.994	5.069.157	10%
Resultado operacional (NOI)	2.518.422	2.360.687	7%	24.110.297	23.692.434	2%
Benfeitorias	(497.624)	(433.343)	15%	(4.709.609)	(3.173.225)	48%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.020.798	1.927.344	5%	19.400.689	20.519.209	-5%

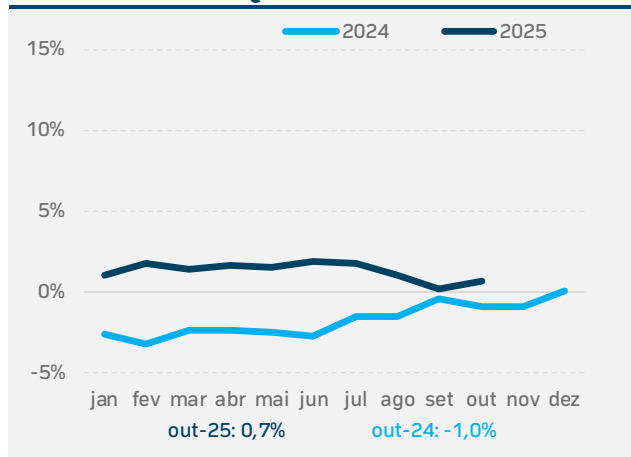
VENDAS (R\$ MM)



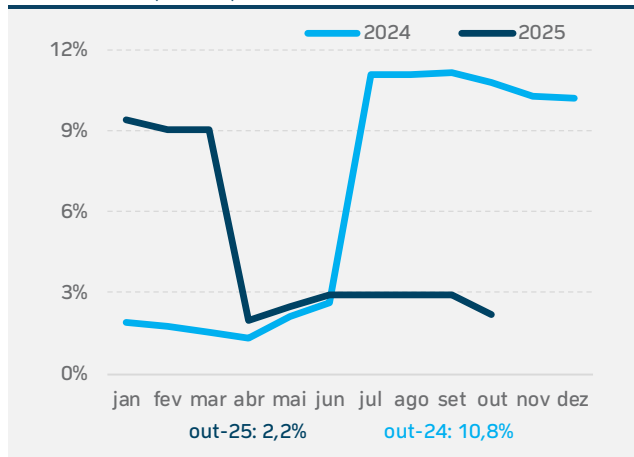
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: Life by Vivara (69 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/



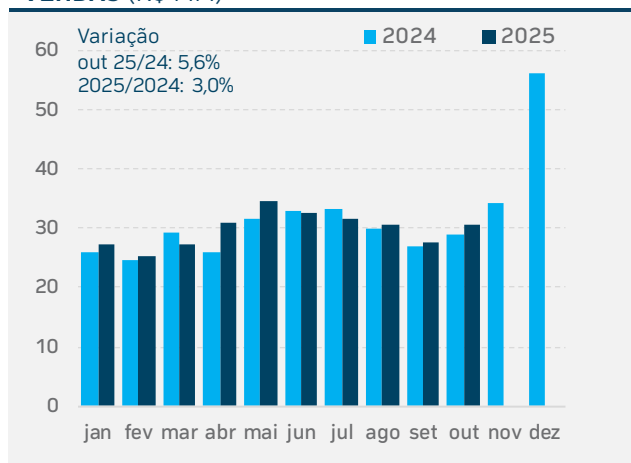
Fotos: Maurício Moreno.



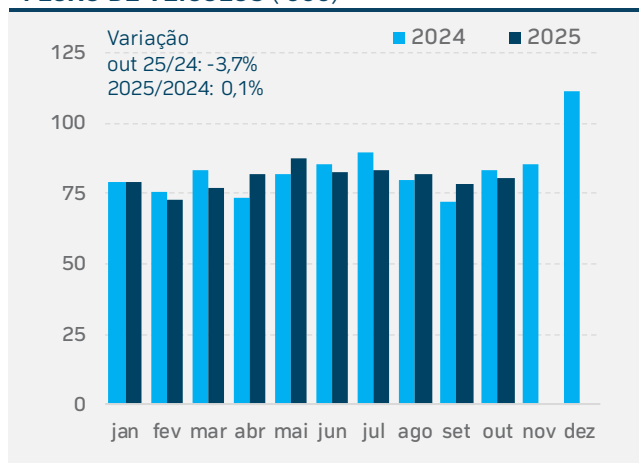
PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.574.949	1.520.335	4%	16.702.198	15.267.216	9%
Aluguel complementar	370.656	210.423	76%	2.936.463	2.351.817	25%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	392.793	396.795	-1%	3.645.352	3.310.166	10%
Outras receitas	43.283	68.040	-36%	679.182	191.413	255%
Receitas totais	2.381.681	2.195.593	8%	23.963.196	21.120.612	13%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(226.574)	(242.988)	-7%	(1.427.210)	(2.230.488)	-36%
Outras despesas	(339.432)	(385.657)	-12%	(2.907.891)	(2.790.847)	4%
Despesas totais	(566.005)	(628.645)	-10%	(4.335.101)	(5.021.335)	-14%
Resultado sem estacionamento	1.815.675	1.566.947	16%	19.628.095	16.099.277	22%
Resultado estacionamento	814.424	765.249	6%	7.479.434	6.306.170	19%
Resultado operacional (NOI)	2.630.099	2.332.197	13%	27.107.529	22.405.447	21%
Benefitorias	(51.008)	(580.568)	-91%	(2.017.004)	(2.084.695)	-3%
Resultado não operacional	19.741	-	-	(1.372.621)	(144.800)	848%
Fluxo de caixa total	2.598.832	1.751.629	48%	23.717.904	20.175.951	18%

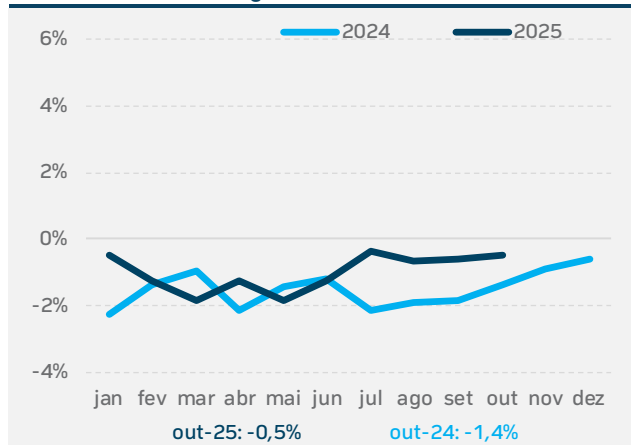
VENDAS (R\$ MM)



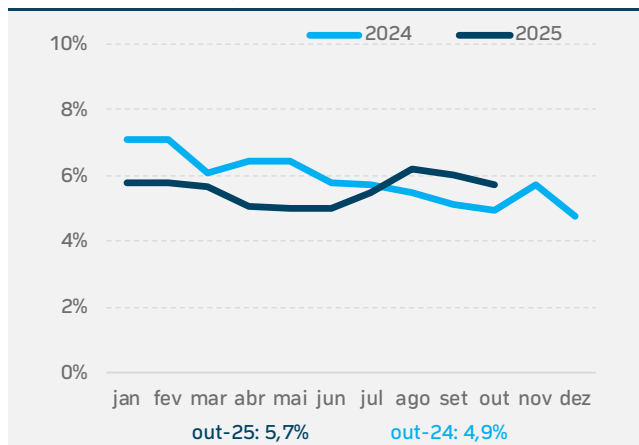
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 Instinto Store (88 m²).

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

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

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

iguatemi.com.br/ifashionoutleth

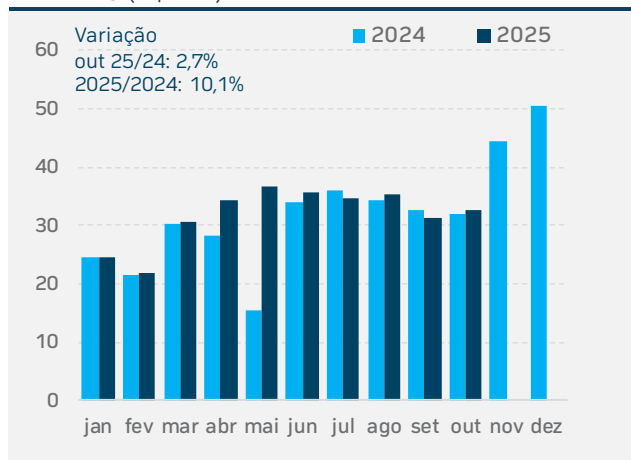




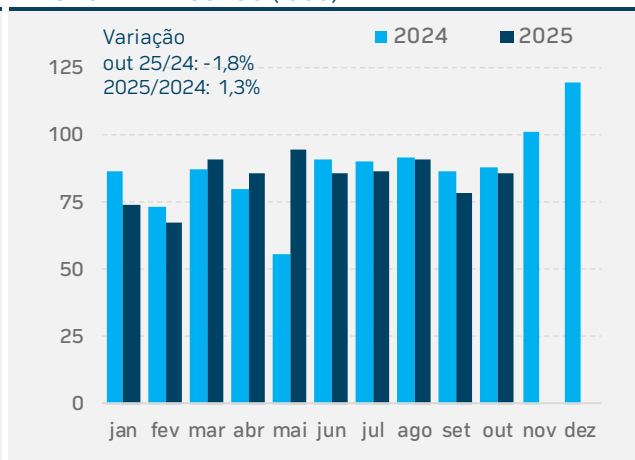
I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.256.026	1.297.675	-3%	12.634.342	11.457.921	10%
Aluguel complementar	422.151	460.984	-8%	4.673.487	4.222.002	11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	168.037	150.980	11%	1.411.292	1.124.350	26%
Outras receitas	194.425	3.106	6159%	449.211	397.164	13%
Receitas totais	2.040.640	1.912.745	7%	19.168.332	17.201.438	11%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(127.536)	(40.418)	216%	(730.634)	(559.410)	31%
Outras despesas	(185.513)	(195.763)	-5%	(1.716.944)	(1.457.572)	18%
Despesas totais	(313.049)	(236.181)	33%	(2.447.577)	(2.016.982)	21%
Resultado sem estacionamento	1.727.591	1.676.563	3%	16.720.754	15.184.456	10%
Resultado estacionamento	375.277	238.679	57%	3.662.174	1.456.883	151%
Resultado operacional (NOI)	2.102.868	1.915.243	10%	20.382.928	16.641.338	22%
Benefitorias	(119.071)	(273.604)	-56%	(660.523)	(1.616.156)	-59%
Resultado não operacional	10.082	(3.715)	-	(418.390)	(422.035)	-1%
Fluxo de caixa total	1.993.879	1.637.923	22%	19.304.016	14.603.148	32%

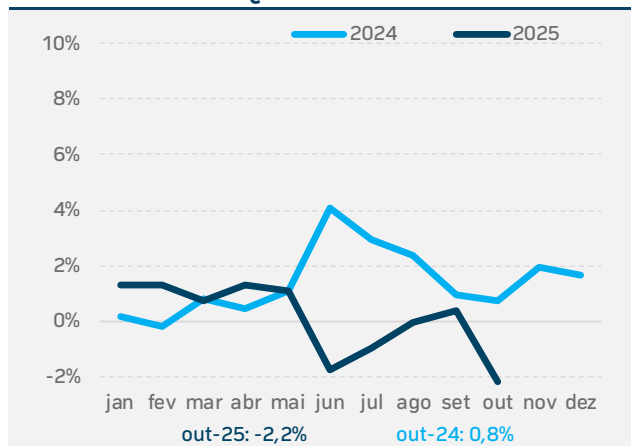
VENDAS (R\$ MM)



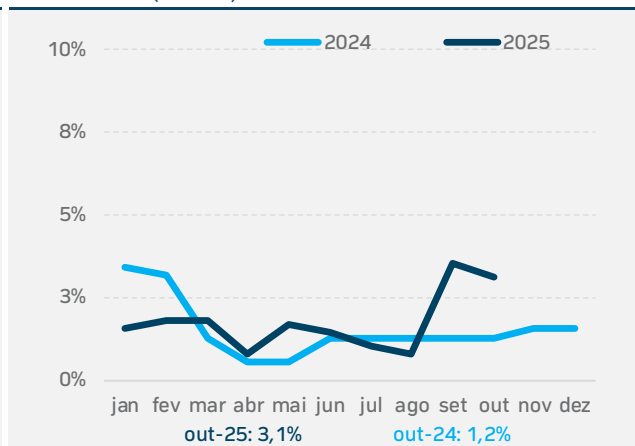
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



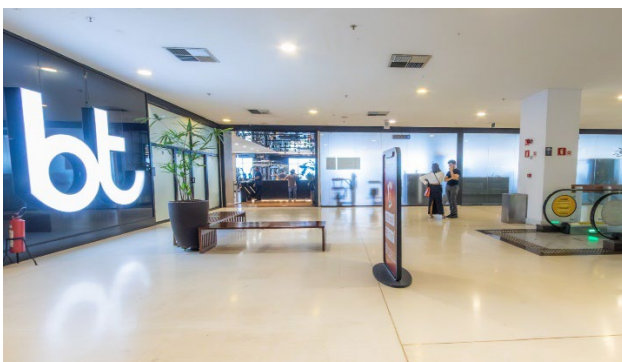
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

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: saída da Omo Lavanderia (32 m²).

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 (a inaugurar), 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	

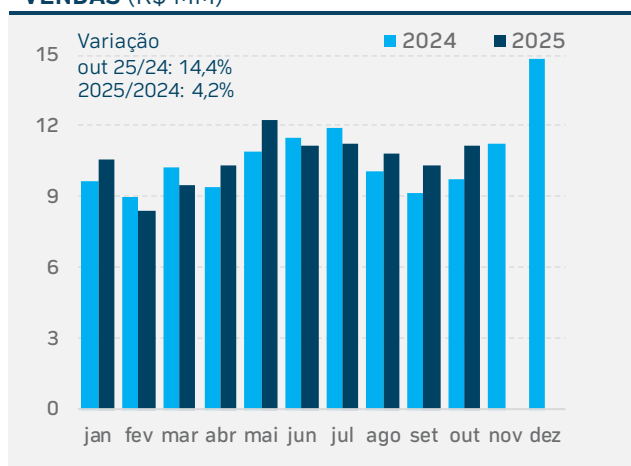




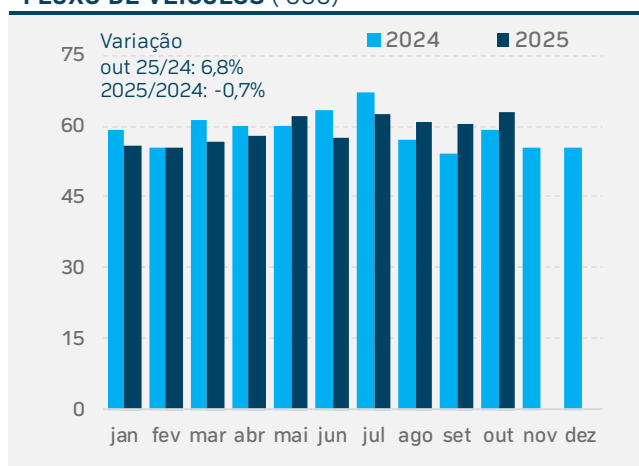
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	219.455	175.010	25%	1.949.250	2.178.579	-11%
Aluguel complementar	100.492	46.716	115%	875.468	1.024.817	-15%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	78.162	75.816	3%	788.539	705.220	12%
Outras receitas	1.748	346	405%	27.279	274.997	-90%
Receitas totais	399.857	297.888	34%	3.640.536	4.183.613	-13%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(560.838)	(786.329)	-29%	(7.741.222)	(7.314.002)	6%
Outras despesas	(79.508)	(46.501)	71%	(704.610)	(785.652)	-10%
Despesas totais	(640.346)	(832.830)	-23%	(8.445.832)	(8.099.654)	4%
Resultado sem estacionamento	(240.489)	(534.942)	-55%	(4.805.295)	(3.916.041)	23%
Resultado estacionamento	2.432	1.481	64%	26.338	25.565	3%
Resultado operacional (NOI)	(238.057)	(533.461)	-55%	(4.778.957)	(3.890.475)	23%
Benefitorias	(339.973)	(130.494)	161%	(928.605)	(781.104)	19%
Resultado não operacional	-	(295.000)	-100%	(1.045.000)	(2.013.946)	-48%
Fluxo de caixa total	(578.030)	(958.955)	-40%	(6.752.562)	(6.685.525)	1%

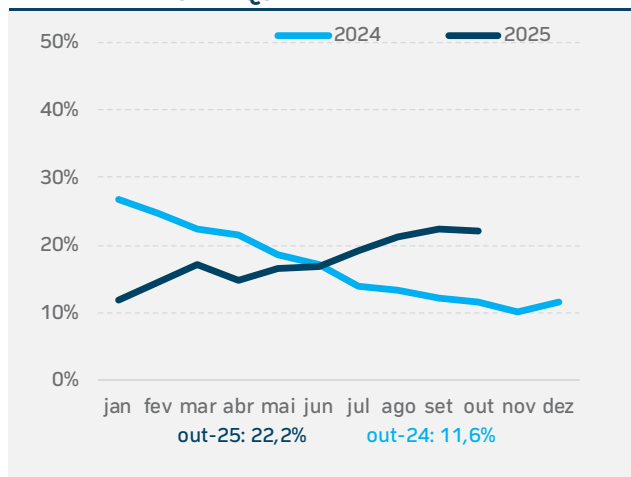
VENDAS (R\$ MM)



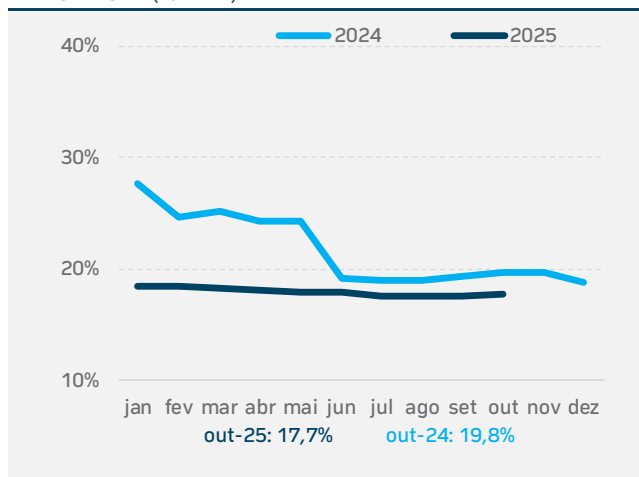
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

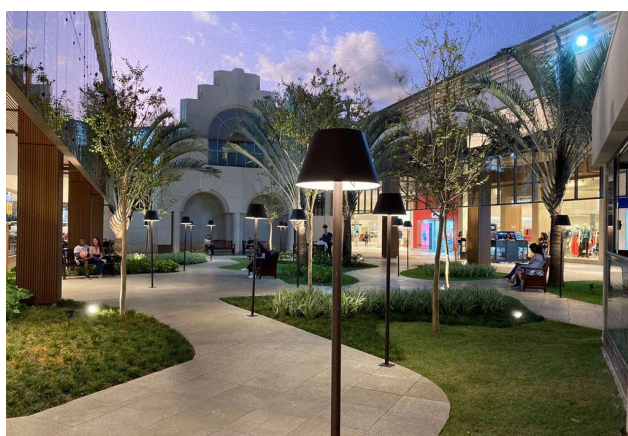
Movimentações comerciais: entrada da Hido Motos (23 m²) e saída do Palácio das Ferramentas (42 m²).

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

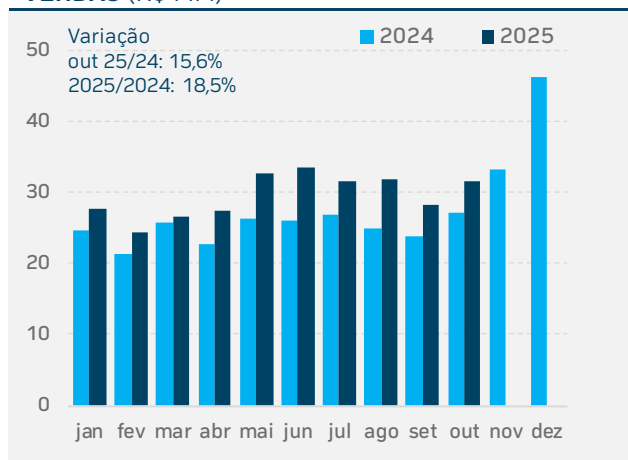




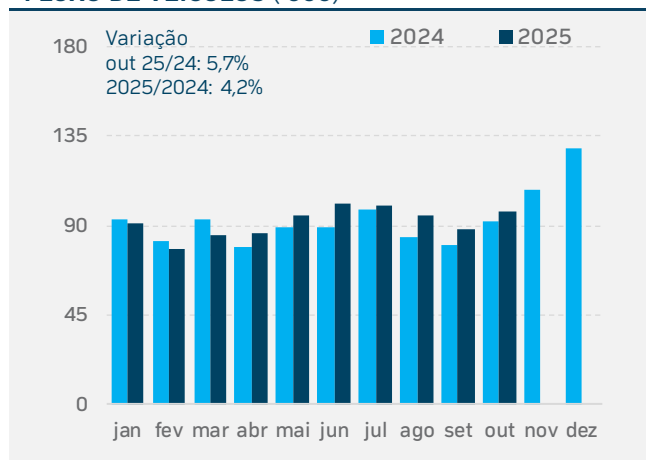
FRANCA SHOPPING (0,04% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado out-25	Realizado out-24	Varição vs. out-24	Acum. out-25	Acum. out-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.222.402	1.158.489	6%	12.492.540	11.747.382	6%
Aluguel complementar	154.914	121.954	27%	2.426.154	1.845.068	31%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	380.696	254.879	49%	3.346.459	2.727.993	23%
Outras receitas	28.654	10.670	-	264.147	111.720	-
Receitas totais	1.786.666	1.545.992	16%	18.529.300	16.432.163	13%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(33.627)	(45.642)	-26%	(626.149)	(520.240)	20%
Outras despesas	(327.949)	(232.016)	41%	(2.214.604)	(1.641.933)	35%
Despesas totais	(361.576)	(277.659)	30%	(2.840.753)	(2.162.174)	31%
Resultado sem estacionamento	1.425.089	1.268.334	12%	15.688.547	14.269.989	10%
Resultado estacionamento	583.338	445.797	31%	5.485.928	4.316.725	27%
Resultado operacional (NOI)	2.008.428	1.714.130	17%	21.174.475	18.586.714	14%
Benefitorias	(172.006)	(155.466)	11%	(2.138.878)	(940.437)	127%
Resultado não operacional	(69.945)	(95.465)	-27%	(227.066)	(138.955)	63%
Fluxo de caixa total	1.766.477	1.463.199	21%	18.808.531	17.507.322	7%

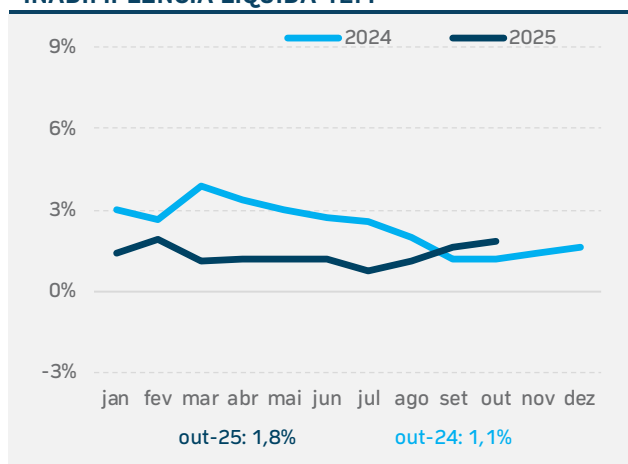
VENDAS (R\$ MM)



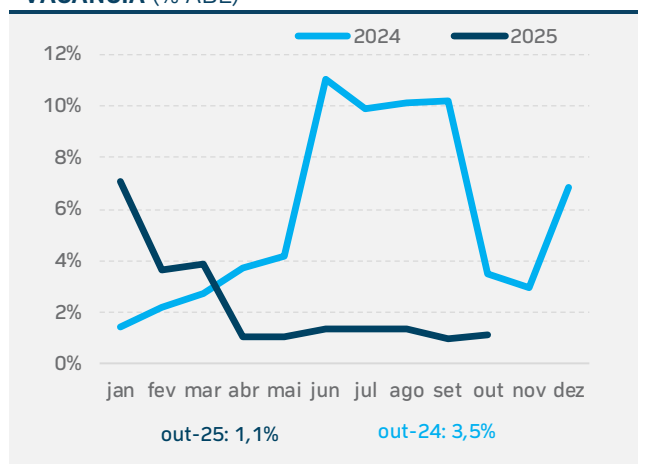
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 em outubro ocorreu a inauguração da H&M em uma área de cerca de 2.300 m² 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 ²	OPERAÇÕES 387	INAUGURAÇÃO 2002	OPERADOR ALLOS
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.				
Endereço: Av. Guilherme Campos 500 – Campinas, SP			https://parquedpedro.com.br/	



Fotos 1, 2 e 3: Maurício Moreno.

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

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

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

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

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

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

www.floripashopping.com.br



GRAND PLAZA SHOPPING (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 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.

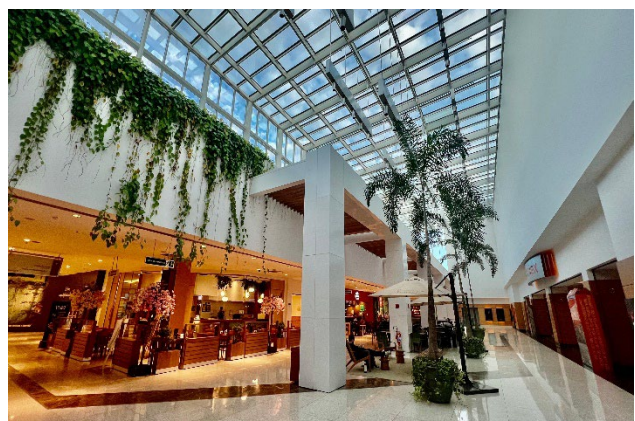
Por outro lado, movimentos recentes reforçam o reposicionamento do ativo: a inauguração de um supermercado, importante operação para agregação ao *tenant mix* do shopping, e a instalação de um hospital no terreno vizinho ampliam a atratividade do empreendimento, com potencial de incremento no fluxo de 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, Galeteria Continental, Lorelai Cucina Mediterranea, Yuki Cozinha Japonesa, Kinoplex, Qualistage, PEP da Polícia Federal, Centro Médico Barra D'Or (a inaugurar).

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

www.viaparqueshopping.com.br





GLOSSÁRIO

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

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

ABRASCE: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IFIX: Índice de Fundos Imobiliários da B3.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



DOCUMENTOS

[Regulamento vigente](#)[Demonstrações
financeiras 2024](#)[Informe Mensal](#)

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

hedge.

INVESTMENTS

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

hedgeinvest.com.br

Siga-nos nas redes sociais:

