hedge.
INVESTMENTS

# Hedge Brasil Shopping FII

## HGBS11



Foto: Mooca Plaza Shopping

OUTUBRO DE 2026

## 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 |
| BOULEVARD SHOPPING BAURU | 20 |
| PARKSHOPPING SÃO CAETANO | 22 |
| CAPIM DOURADO SHOPPING | 24 |
| MOOCA PLAZA SHOPPING | 26 |
| SHOPPING WEST PLAZA | 28 |
| TIVOLI SHOPPING CENTER | 30 |
| SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING | 32 |
| SHOPPING VILLALOBOS | 34 |
| SHOPPING PRAÇA DA MOÇA | 36 |
| SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA | 38 |
| PARTAGE SANTANA SHOPPING | 40 |
| GOIABEIRAS SHOPPING CENTER | 42 |
| FRANCA SHOPPING | 44 |
| SHOPPING PARQUE D. PEDRO | 46 |
| FLORIPA SHOPPING | 47 |
| GRAND PLAZA SHOPPING | 48 |
| VIA PARQUE SHOPPING | 49 |
| GLOSSÁRIO | 50 |
| DOCUMENTOS | 51 |


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

## OBJETIVO DO FUNDO

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

## INFORMAÇÕES GERAIS

COTA PATRIMONIAL
**R$ 20,71**

COTA DE MERCADO
**R$ 18,06**

VALOR DE MERCADO
**R$ 2,8 bi**

QUANTIDADE DE COTAS
**154.926.110**

QUANTIDADE DE COTISTAS
**210.086**

ABL PRÓPRIA [1]
**273,4 mil m²**

**INÍCIO DAS ATIVIDADES**
Novembro de 2006

**ADMINISTRADORA**
Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.

**GESTORA**
Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.

**TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão)**
0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas

**TAXA DE PERFORMANCE**
Não há

**OFERTAS CONCLUÍDAS**
Doze emissões de cotas realizadas

**CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO**
HGBS11

**TIPO ANBIMA**
FII Renda Gestão Ativa – Shoppings

**PRAZO**
Indeterminado

**PÚBLICO-ALVO**
Investidores em geral

**RATING**
brAA+ atribuído pela S&P Global Ratings Brasil (link)

## FAÇA PARTE DO NOSSO MAILING

**Cadastre-se**

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

## RELAÇÃO COM INVESTIDORES

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

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

Fonte: Hedge / Administradoras dos shoppings / Economática; Data base das informações: 30/10/2026.

# PRINCIPAIS DESTAQUES

## 20 ANOS DE HGBS

Em novembro de 2026, o HGBS completou 20 anos de história, consolidando-se como um dos fundos imobiliários pioneiros e mais tradicionais do Brasil. Ao longo dessas duas décadas, o fundo atravessou diferentes ciclos econômicos, desde períodos de forte expansão do consumo até momentos de maior desafio para o varejo físico, sempre mantendo uma gestão ativa, disciplinada e focada na preservação do patrimônio e na geração de renda recorrente aos seus cotistas. Essa trajetória reflete a solidez de uma carteira de ativos bem localizados, a evolução contínua da operação dos empreendimentos e o compromisso da equipe de gestão com a transparência e o alinhamento de interesses com os investidores. Ao celebrar esse marco, o HGBS reafirma a confiança no setor de shoppings como fonte de valor no longo prazo e renova o compromisso de seguir entregando resultados consistentes nos próximos anos.

Para contar um pouco da trajetória do primeiro FII de gestão ativa do Brasil, a equipe da Hedge preparou um documentário, contando também com convidados especiais, no qual pode ser acessado no seguinte link.




## 12ª EMISSÃO DE COTAS DO HGBS NO MONTANTE TOTAL DE R$ 214.578.795,20

No dia 2 de outubro de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Hedge Brasil Shopping, anunciou o encerramento da 12ª Emissão do Hedge Brasil Shopping Fundo de Investimento Imobiliário.

Foram subscritas, no âmbito da Oferta, 10.570.384 cotas, ao preço de R$ 20,30 por cota, correspondentes ao montante total de R$ 214.578.795,20, desconsiderando os custos da Oferta.

Maiores detalhes podem ser encontrados nos demais Documentos da Oferta, disponíveis na página do Fundo.

## AQUISIÇÃO DE 75% DO SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA

No dia 1º de outubro de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Fundo, comunicou aos Cotistas via Fato Relevante que foi concluída a aquisição de 75% do Shopping Jaraguá Araraquara, por um valor de R$ 216.295.028,50, sendo pagos R$ 295.028,50 naquela data com recursos do caixa do Fundo e R$ 216.000.000,00 por meio de securitização de créditos imobiliários, conforme apresentação divulgada.

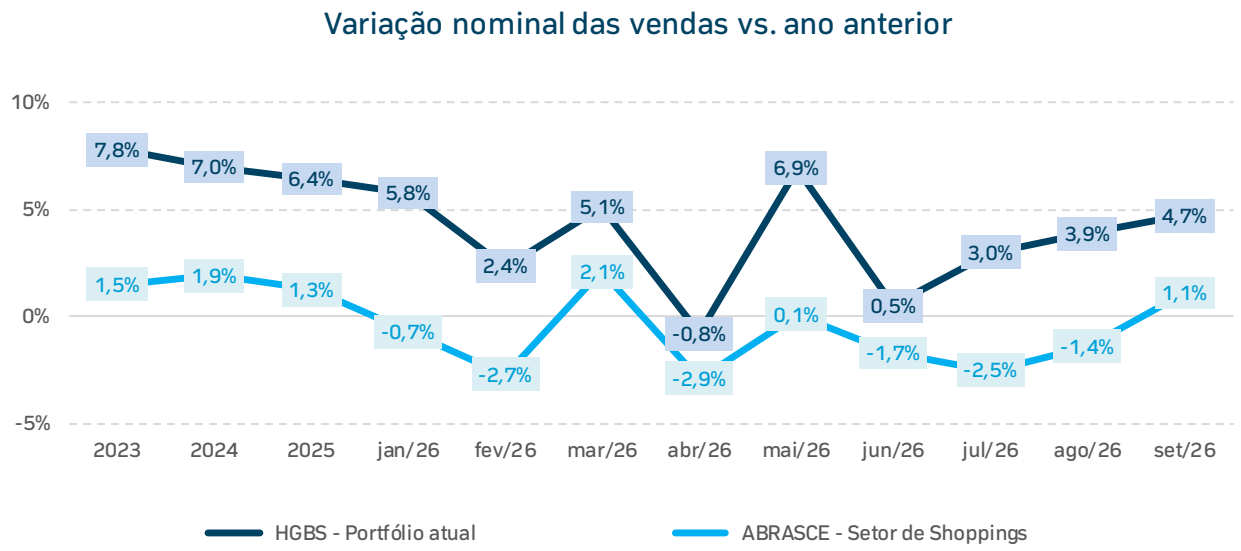
O preço de aquisição ficou em linha com o laudo de avaliação elaborado pela Capright, disponível no seguinte link, e representa um cap rate de 9,4%, considerando o resultado operacional do Shopping projetado para os 12 meses seguintes ao Fechamento. Considerando que o Fundo já era proprietário de 25% do Imóvel, com a concretização da operação, o Fundo passa a deter uma participação de 100% do Shopping Jaraguá Araraquara.

**A Transação ocorreu em linha com a estratégia traçada nos últimos anos e atende integralmente à política de investimentos do Fundo e aos critérios de enquadramento constantes no Regulamento.**

## 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 1,1% nas vendas quando comparado ao mesmo mês de 2025, em termos nominais. Já em termos reais, ou seja, levando-se em consideração a inflação no período, houve uma retração de 3,5%. Considerando o acumulado de 2026, temos uma retração nominal de vendas de 0,9% vs. o mesmo período de 2025.

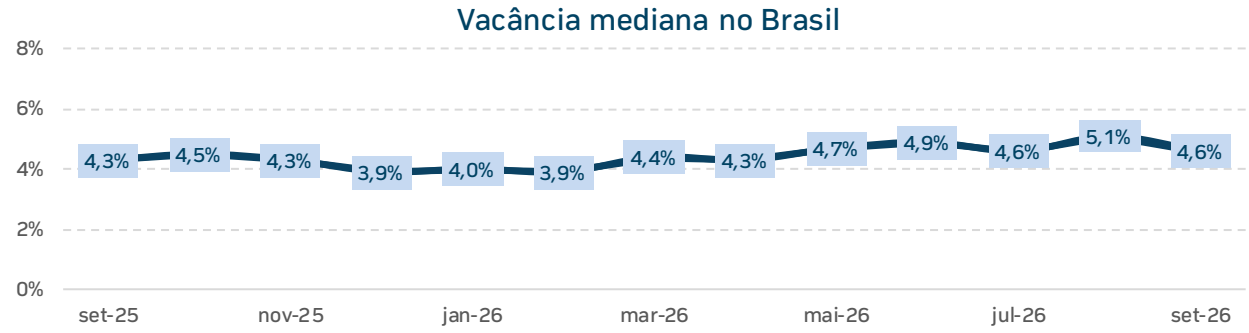
Abaixo, trazemos as variações do faturamento do portfólio atual do HGBS e do setor comparado com os anos anteriores, em termos nominais.




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

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/26 | 4,6% | 5,3% | 7,5% | 4,6% | 3,9% |
| ago/26 | 5,1% | 5,3% | 5,5% | 4,5% | 5,2% |




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 alienação de 19% do Jardim Sul e a aquisição de 75% do Jaraguá Araraquara somente serão refletidas nos indicadores de outubro, ou seja, a partir do relatório gerencial de novembro de 2026.

**VENDAS/M²:** O portfólio do Fundo apresentou vendas/m² de R$ 1.214 em setembro, o que representa um crescimento de 4,7% vs. setembro de 2025. Levando em conta o acumulado de 2026, as vendas apresentam crescimento de 3,6% em comparação ao mesmo período de 2025.

**VACÂNCIA:** O Fundo encerrou set/26 com 5,2% da ABL vaga vs. 4,7% em ago/26 e 4,8% em set/25. O aumento da vacância no mês foi impactado pelo fechamento de 2 lojas das Casas Bahia, que contribuíram com 0,4 p.p. dos 0,5 p.p. de alta.

**NOI/M²:** Em setembro, o NOI/m² do Fundo foi de R$ 90,9/m², uma retração de 1,5% vs. setembro de 2025. No acumulado do ano de 2026, o indicador apresenta crescimento de 4,9% em comparação ao mesmo período de 2025. Destacamos que o NOI de setembro foi afetado negativamente por desembolsos com depósitos judiciais do condomínio do Shopping Parque Dom Pedro, sendo que os valores foram integralmente reembolsados em outubro. Desconsiderando o Dom Pedro, o portfólio apresenta um crescimento de 2,3% vs. set/25.

**Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na página do Fundo.**

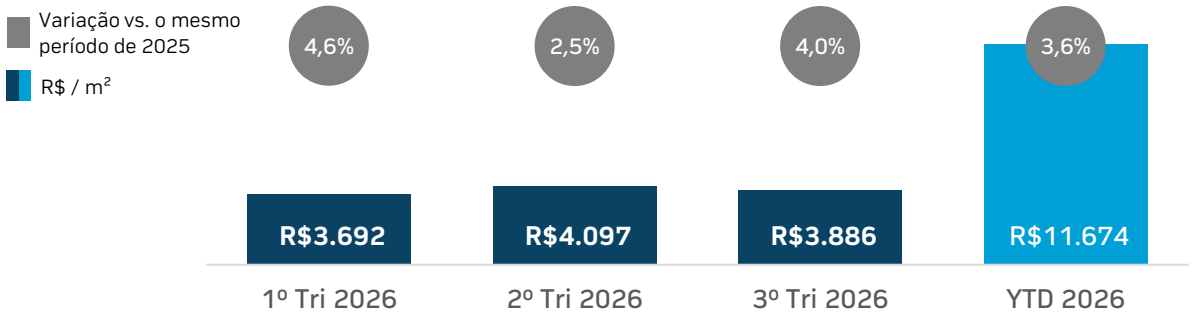
| **Setembro - 2026** | | | | | **VENDAS** (100%) | | | **NOI** (100%) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Portfólio[1] | % da Carteira | Part. | ABL (100%) | Vacância | R$/m² | R$/m² vs. set/25 | YTD vs. 2025 | R$/m² | R$/m² vs. set/25 | YTD vs. 2025 |
| Pq D. Pedro[2] | 19% | 22,7% | 126.324 | 2,8% | 1.356 | 6,3% | 2,8% | 125,5 | -18,7% | 2,0% |
| Jardim Sul | 13% | 80,0% | 28.741 | 2,3% | 1.865 | 2,9% | 2,0% | 162,3 | -7,3% | 9,1% |
| Penha | 9% | 87,6% | 29.779 | 3,3% | 1.567 | 6,0% | 5,8% | 83,0 | -5,2% | 0,8% |
| Bauru | 8% | 100,0% | 34.550 | 5,0% | 920 | 3,4% | 5,6% | 62,2 | 18,8% | 19,9% |
| São Caetano | 7% | 20,0% | 39.252 | 2,5% | 2.174 | 8,3% | 8,1% | 189,2 | 8,4% | 11,9% |
| Capim Dourado | 6% | 60,0% | 39.002 | 2,0% | 1.100 | 9,1% | 2,3% | 80,2 | -2,6% | -2,0% |
| Mooca | 6% | 20,0% | 42.067 | 2,3% | 2.146 | 8,3% | 9,5% | 179,3 | 7,2% | 4,1% |
| West Plaza[2] | 5% | 89,9% | 35.059 | 8,7% | 801 | 12,5% | 11,5% | 49,6 | 20,5% | 13,5% |
| Tivoli | 5% | 59,0% | 25.779 | 1,8% | 1.222 | -5,8% | -0,5% | 111,1 | 6,4% | 2,6% |
| São Bernardo | 5% | 35,0% | 42.954 | 8,1% | 1.015 | 3,4% | 0,9% | 78,4 | -2,3% | -2,4% |
| Villa Lobos | 4% | 15,0% | 28.389 | 2,9% | 2.502 | -1,0% | 1,8% | 235,8 | -10,3% | 1,8% |
| Floripa[2] [4] | 3% | 25,6% | 50.866 | 6,6% | 967[3] | 0,9% | -13,5% | 63,3 | 4,3% | 0,0% |
| Pr. da Moça | 3% | 23,1% | 31.368 | 3,1% | 1.161 | 8,1% | 4,6% | 117,5 | 23,6% | 5,5% |
| Araraquara | 2% | 25,0% | 21.146 | 4,3% | 1.175 | 5,0% | 4,5% | 99,7 | 20,3% | 8,9% |
| Santana | 2% | 15,0% | 24.630 | 7,9% | 1.218 | 13,9% | 12,1% | 106,4 | 19,5% | 8,9% |
| Via Parque[2] | 1% | 12,4% | 56.420 | 13,6% | 390 | -15,4% | -5,7% | 19,1 | -59,7% | -37,9% |
| Goiabeiras | 0,6% | 54,0% | 25.831 | 17,0% | 362 | -9,3% | -5,3% | -21,6 | na | na |
| Franca | 0,03% | 0,4% | 18.955 | 8,2% | 1.632 | 9,6% | 12,3% | 132,5 | 31,2% | 17,0% |
| **HGBS[1]** | **-** | **-** | **268.261** | **5,2%** | **1.214** | **4,7%** | **3,6%** | **90,9** | **-1,5%** | **4,9%** |

[1] Não considera Grand Plaza visto que não temos acesso aos números. Indicadores consideram a participação atual em cada ativo.
[2] Participação no West Plaza via imóvel e WPLZ11, no Parque D. Pedro via HPDP11 e PQDP11, no Floripa via FLRP11 e no Via Parque via FVPQ11.
[3] Não considera ABL de lajes corporativas.
[4] Destacamos que a variação negativa do indicador de Vendas do Floripa é influenciada por uma base elevada de resultados em 2025, com forte impacto do crescimento do turismo estrangeiro em Florianópolis no período.
Fonte: Hedge, Administradoras.

## INDICADORES TRIMESTRAIS

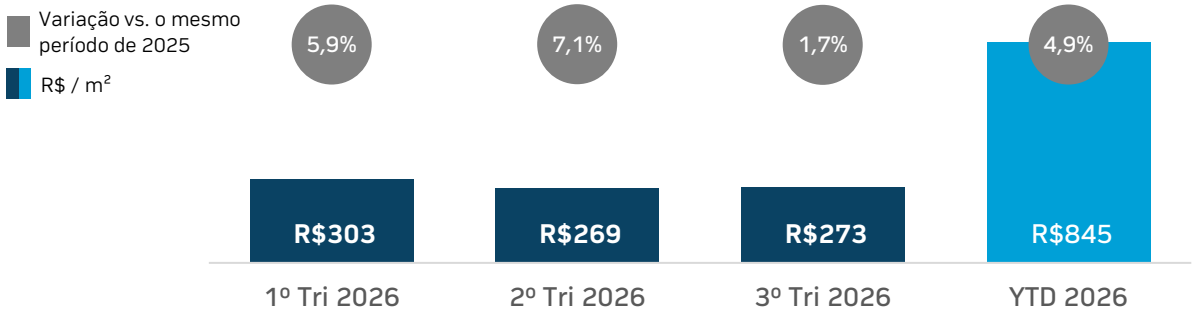
### VENDAS / M²

O Fundo apresentou vendas de R$ 3.886/m² no 3º trimestre de 2026, o que representa um crescimento de 4,0% em relação ao 3º trimestre de 2025. Esse aumento foi puxado principalmente pelos cinemas, que apresentaram forte crescimento de vendas com os lançamentos deste trimestre.



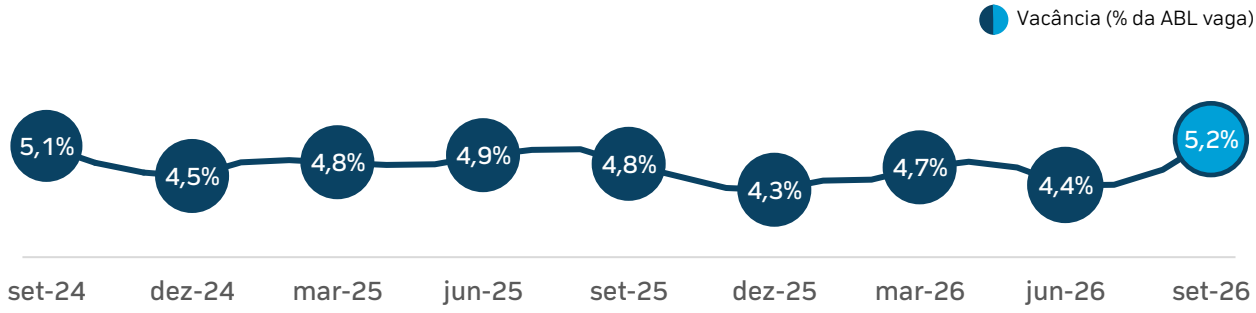

### NOI / M²

O NOI/m² do Fundo ficou em R$ 273/m² no 3º trimestre de 2026, um crescimento de 1,7% em relação ao mesmo período de 2025. No 3º trimestre tivemos uma desaceleração no NOI, sendo boa parte explicada por desembolsos não recorrentes ocorridos no Shopping Parque Dom Pedro em julho e setembro. Retirando o Parque Dom Pedro da análise, o NOI do portfólio cresceria 4,2% em relação ao 3º trimestre de 2025.




### VACÂNCIA

O Fundo apresentou elevação da vacância do 3º trimestre de 2026, sendo provocada principalmente pela crise do Grupo Casas Bahia, que provocou a saída de lojas em 6 shoppings do portfólio, contribuindo com um aumento direto de 0,6 p.p. na vacância do portfólio.

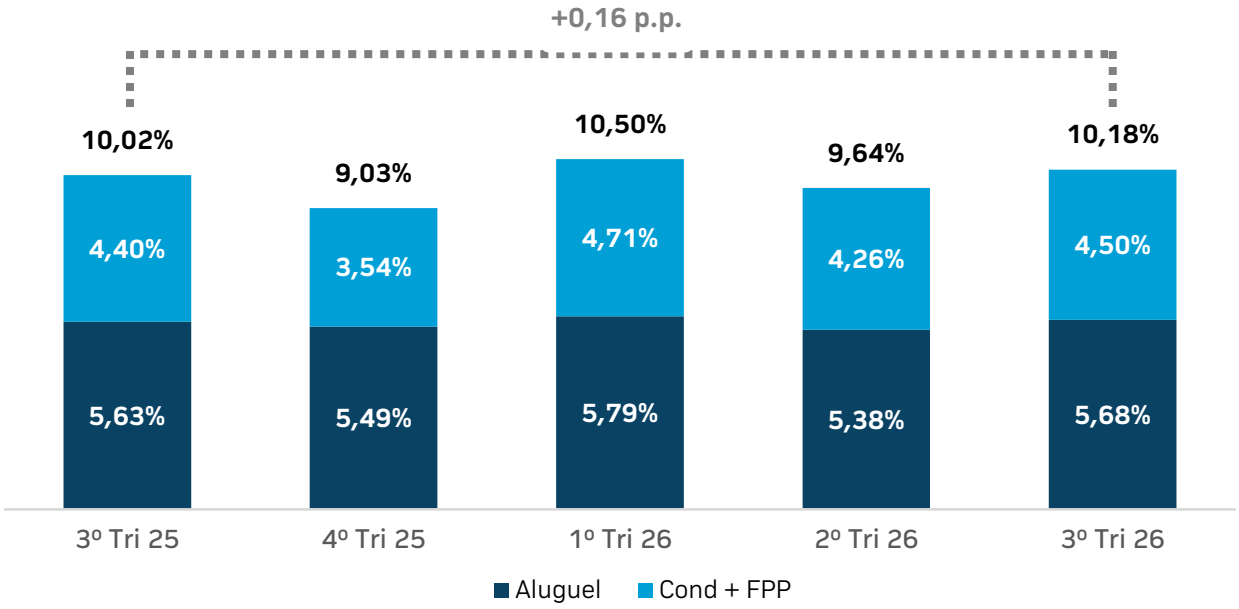



Fonte: Hedge, Administradores

## INDICADORES COMERCIAIS

**Custo de Ocupação (% das Vendas)**

O custo de ocupação médio do portfólio no 3º trimestre de 2026 foi de 10,18%, acima (+0,16 p.p.) do registrado no mesmo período de 2025 (10,02%), com avanço concentrado em encargos condominiais e fundo de promoção. Ainda assim, o indicador permanece saudável para os lojistas e inferior ao do 1º trimestre de 2026 (10,50%).




**Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)**

O HGBS fechou o 3º trimestre de 2026 com SSS de +3,0% sobre o mesmo período de 2025, com Alimentação (+8,3%) liderando entre os macros segmentos. Fast Food (+12,4%) e Café & Lanches (+5,3%) foram os destaques da categoria, enquanto Restaurantes (+3,5%) cresceu em ritmo mais brando.

Em Outros (+7,9%), Cinema (+55,1%) foi favorecido pelo lançamento de blockbusters no período, e Telefonia (+19,1%) também avançou de forma expressiva. Em Conveniência e Serviços (+4,8%), Saúde (+18,9%) e Farmácia (+18,4%) seguiram em destaque.

Artigos do Lar (-6,6%) foi o segmento de maior retração, com Eletrodomésticos e Eletrônicos (-10,8%) sofrendo o efeito do fechamento de algumas unidades da Casas Bahia, e Cama, Mesa e Banho recuando 4,8%. Em sentido contrário, Decoração e Construção (+3,0%) compensou parte dessa queda.

Roupas e Calçados (-2,3%) também ficou abaixo da média do portfólio, com Vestuário Masculino (-12,5%), Moda Íntima e Praia (-9,0%) e Vestuário Feminino (-5,0%) em queda. Lojas de Departamento (-0,9%) variou pouco, mas, dado o seu peso nas vendas do fundo, teve influência relevante no resultado do segmento. Esportes (+4,4%) foi o ponto positivo da categoria.

Por ativo, Santana (+9,1%) e Franca (+8,8%) lideraram o trimestre, com São Caetano (+7,4%) e West Plaza (+6,8%) logo atrás. Na ponta oposta, Tivoli (-3,3%) e Via Parque (-10,7%) foram os únicos com SSS negativo.

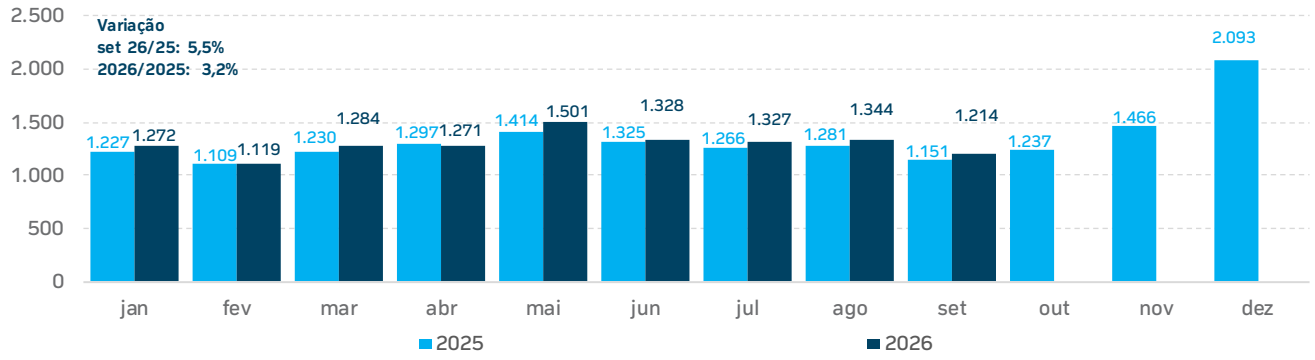
| **SSS por segmento** (vs. mesmo período de 2025) | **3º Tri 2026** |
|---|---|
| Roupas e Calçados | -2,3% |
| Alimentação | 8,3% |
| Conveniência & Serviços | 4,8% |
| Artigos do Lar | -6,6% |
| Outros | 7,9% |
| **HGBS** | **3,0%** |

Fonte: Hedge, Administradores

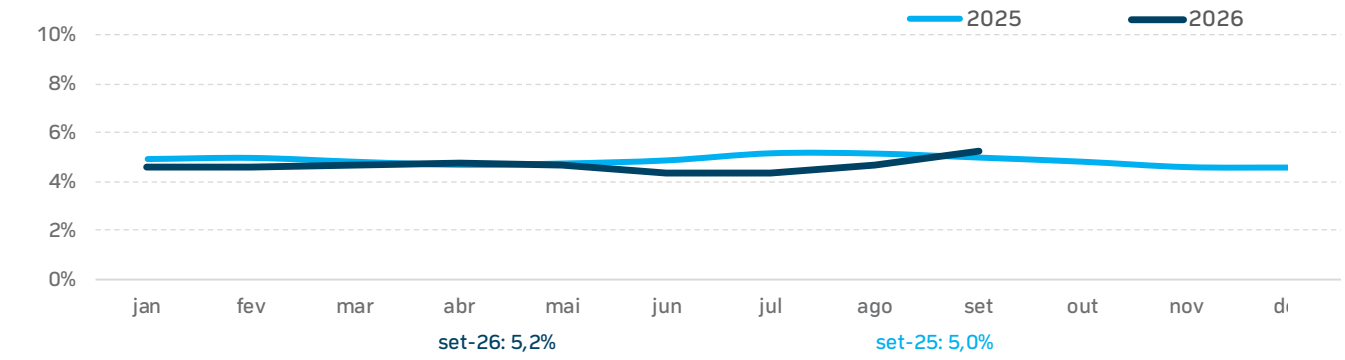
## INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

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.

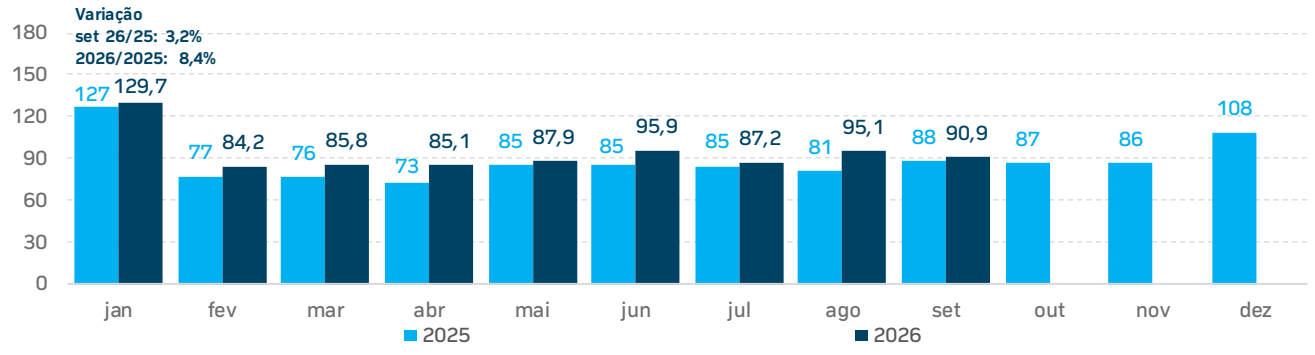
### VENDAS TOTAIS / M² (R$)




### 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$ 0,116 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R$ 0,170 / cota como rendimento referente ao mês de outubro de 2026, considerando as 154.926.110 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 16 de novembro de 2026, aos detentores de cotas em 30 de outubro de 2026.

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.

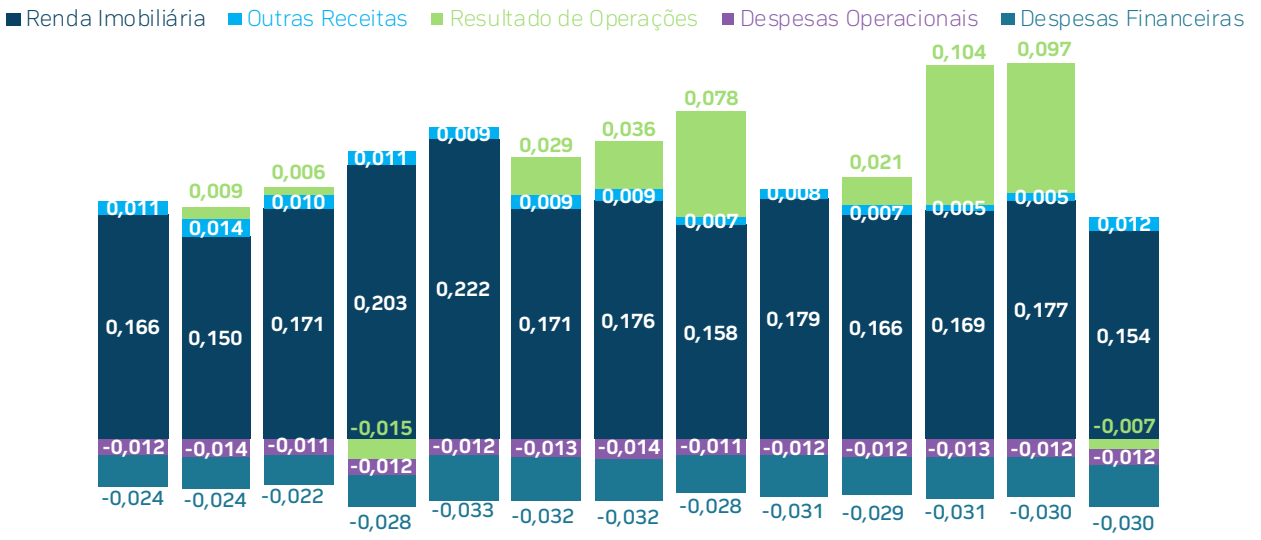
**Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na página do Fundo.**

| HGBS 11 | out-26 | R$ / Cota | 2026 | R$ / Cota Médio Mensal |
|---|---|---|---|---|
| **Receita Imobiliária** | **23.834.778** | **0,154** | **246.158.962** | **0,178** |
| Imóveis | 17.791.347 | 0,115 | 194.318.955 | 0,141 |
| FIIs Estratégicos - Rendimento | 6.043.431 | 0,039 | 51.840.007 | 0,037 |
| **Outras Receitas** | **1.798.544** | **0,012** | **11.231.084** | **0,008** |
| FIIs Líquidos - Rendimento | 804.113 | 0,005 | 4.087.615 | 0,003 |
| CRI | (55.683) | (0,000) | 2.528.273 | 0,002 |
| LCI | 36.190 | 0,000 | 248.950 | 0,000 |
| Renda Fixa | 1.013.925 | 0,007 | 4.366.247 | 0,003 |
| **Total de Despesas** | **(6.563.764)** | **(0,042)** | **(59.959.507)** | **(0,043)** |
| Despesas operacionais | (1.868.392) | (0,012) | (17.357.059) | (0,012) |
| Despesas financeiras | (4.695.372) | (0,030) | (42.602.449) | (0,031) |
| **Resultado Operacional** | **19.069.558** | **0,123** | **197.430.539** | **0,143** |
| **Lucro Operações** | **(1.132.152)** | **(0,007)** | **48.515.928** | **0,034** |
| Imóveis | - | - | 40.206.353 | 0,028 |
| FIIs Estrat. - Ganho de Capital | 3.091 | 0,000 | 21.662.152 | 0,016 |
| FIIs Líquidos - Ganho de Capital | (1.135.243) | (0,007) | (10.718.120) | (0,008) |
| IR Ganho FIIs | - | - | (2.634.457) | (0,002) |
| **Resultado HGBS11** | **17.937.406** | **0,116** | **245.946.467** | **0,177** |
| **Rendimento HGBS11** | **26.337.439** | **0,170** | **235.558.923** | **0,169** |
| Rendimento Recibos* | - | - | 258.271 | - |

**Renda Imobiliária**: Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIIs Estratégicos – Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIIs Líquidos - Rendimento: rendimentos nos investimentos em FIIs 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.
* Rendimento distribuído aos detentores de recibos da 11ª e 12ª Emissão de cotas do Fundo.

Fonte: Hedge

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




| | out-25 | nov-25 | dez-25 | jan-26 | fev-26 | mar-26 | abr-26 | mai-26 | jun-26 | jul-26 | ago-26 | set-26 | out-26 | Média 12m |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Resultado Total | 0,141 | 0,136 | 0,153 | 0,159 | 0,186 | 0,164 | 0,174 | 0,203 | 0,143 | 0,153 | 0,233 | 0,237 | 0,116 | 0,171 |
| Rendimento | 0,150 | 0,150 | 0,150 | 0,160 | 0,170 | 0,170 | 0,170 | 0,170 | 0,170 | 0,170 | 0,170 | 0,170 | 0,170 | 0,166 |
| Resultado Acumulado | 0,017 | 0,003 | 0,006 | 0,005 | 0,021 | 0,015 | 0,017 | 0,048 | 0,021 | 0,004 | 0,068 | 0,134 | 0,071 | - |

## PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Considerando as premissas de projeção de resultados para os ativos do Fundo e o lucro realizado com a conclusão das vendas do I Fashion Outlet Novo Hamburgo e do Jardim Sul, indicamos o patamar de distribuição de R$ 0,170 / cota para o ano de 2026.

Conforme mencionado nos últimos relatórios, a gestora segue avaliando a performance dos ativos, bem como eventuais movimentos na reciclagem de portfólio para aumentar a rentabilidade da carteira.

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$ 18,06.**

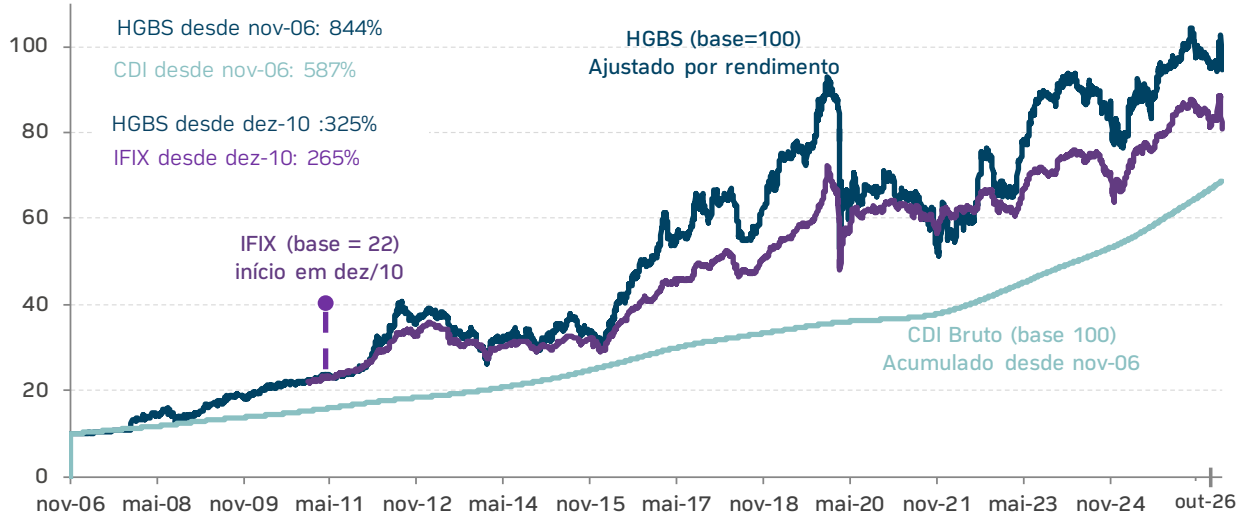
| Hedge Brasil Shopping FII | out/26 | 2026 | 12 meses | Início |
|---|---|---|---|---|
| **Cota Aquisição (R$)** | **18,57** | **20,00** | **19,92** | **10,00** |
| Renda Acumulada | 0,9% | 8,4% | 9,9% | 297,1% |
| Ganho de Capital Líquido | -2,7% | -9,7% | -9,3% | 64,5% |
| TIR Líq. (Renda + Venda) | -1,8% | -1,4% | 0,6% | 1094,6% |
| TIR Líq. (Renda + Venda) a.a. | -20,0% | -1,7% | 0,6% | 13,3% |
| **% CDI Líquido** | **-** | **-** | **4,8%** | **219,4%** |
| **Retorno Total Bruto** | **-1,8%** | **-1,4%** | **0,6%** | **377,7%** |
| **IFIX** | **-2,9%** | **-3,4%** | **1,5%** | **258,9%[1]** |
| **% IFIX** | **-** | **-** | **37,4%** | **122,8%[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

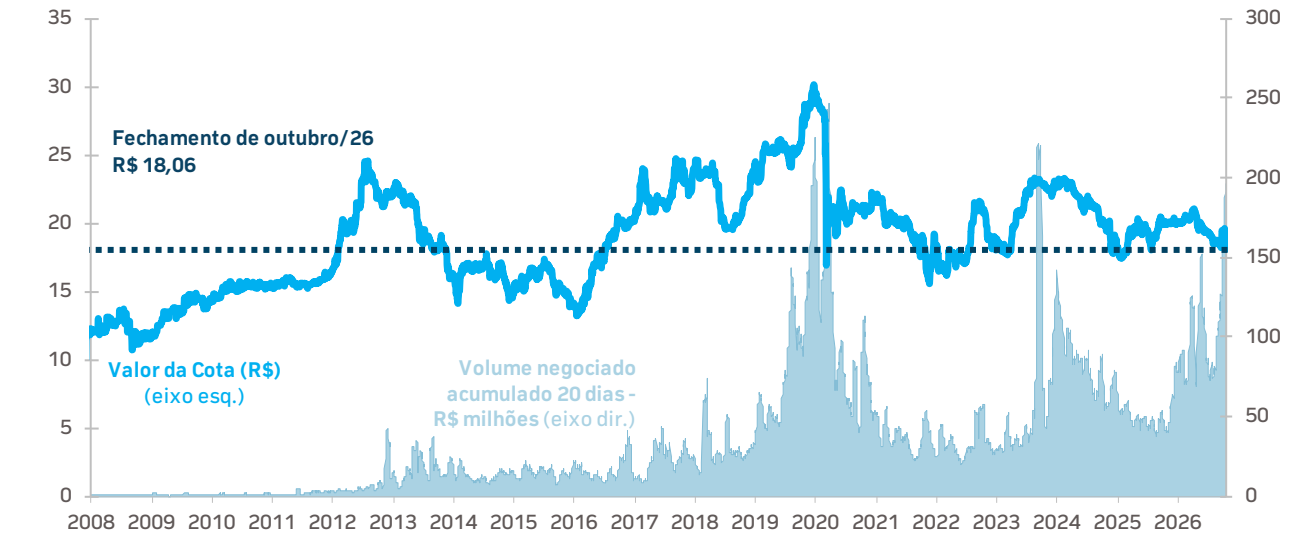
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.




Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Economática

## LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

| Negociação B3 | out/26 | 2026 | 12 meses |
|---|---|---|---|
| Presença em pregões | 100% | 100% | 100% |
| Giro (em % do total de cotas) | 6,8% | 39,9% | 45,0% |
| Volume negociado (R$ milhões) | 199,4 | 1.098,0 | 1.230,8 |
| Volume médio diário (R$ milhões) | 9,5 | 5,3 | 5,0 |

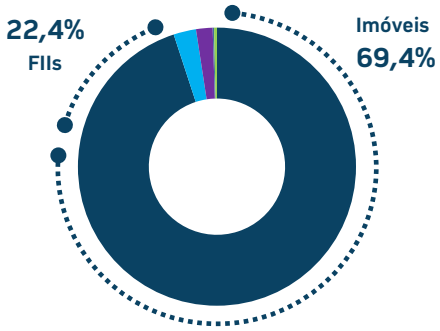



Fonte: Hedge / B3 / Economática

# CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

O Fundo encerrou o mês com investimentos em 19 shopping centers, distribuídos em 14 cidades e 5 estados, sendo 14 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 91,8% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 8 shoppings, que totalizam 52% do valor investido em ativos estratégicos. Destacamos que a alienação de 19% do Jardim Sul e a aquisição de 75% do Jaraguá Araraquara já estão refletidas na carteira de outubro.

## DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS

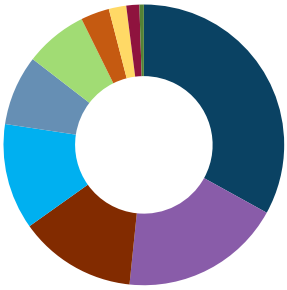



| | | | |
|---|---|---|---|
| Estratégicos | 91,8% | FIIs Líquidos | 2,1% |
| CRIs e LCIs | 4,3% | Fundos RF | 1,8% |

## DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

| | | | |
|---|---|---|---|
| Parque Dom Pedro | 18% | Jardim Sul Shopping | 12% |
| Shopping Penha | 8% | Shopping Jaraguá Araraquara | 8% |
| Boulevard Shopping Bauru | 7% | ParkShoppingSãoCaetano Multiplan | 7% |
| Capim Dourado Shopping | 6% | Mooca Plaza Shopping | 5% |
| Shopping West Plaza | 5% | Tivoli Shopping | 5% |
| São Bernardo Plaza Shopping | 5% | Villa Lobos | 4% |
| Floripa Shopping | 3% | Shopping Praça da Moça Diadema | 3% |
| Grand Plaza | 2% | Partage Santana | 1% |
| Goiabeiras Shopping | 0,6% | Via Parque Shopping | 0,4% |
| franca Shopping | 0,03% | | |

## DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



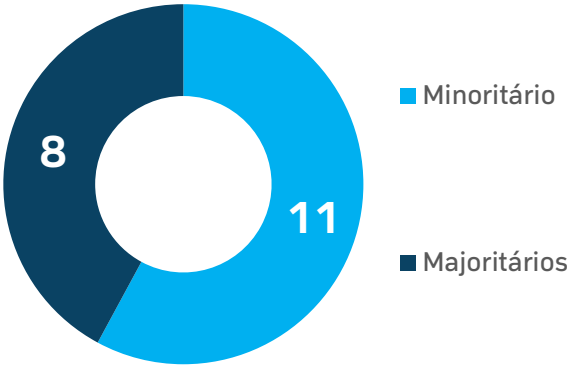
| | |
|---|---|
| ALLOS | 32% |
| WE9 | 24% |
| Ancar | 12% |
| Soul Malls | 11% |
| AD Shopping | 8% |
| Multiplan | 7% |
| Plena Malls | 3% |
| SYN | 2% |
| Partage | 1% |
| Alqia | 0,4% |

## DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

| | |
|---|---|
| São Paulo | 90% |
| Tocantins | 6% |
| Santa Catarina | 3% |
| Mato Grosso | 0,6% |
| Rio de Janeiro | 0,4% |




## QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



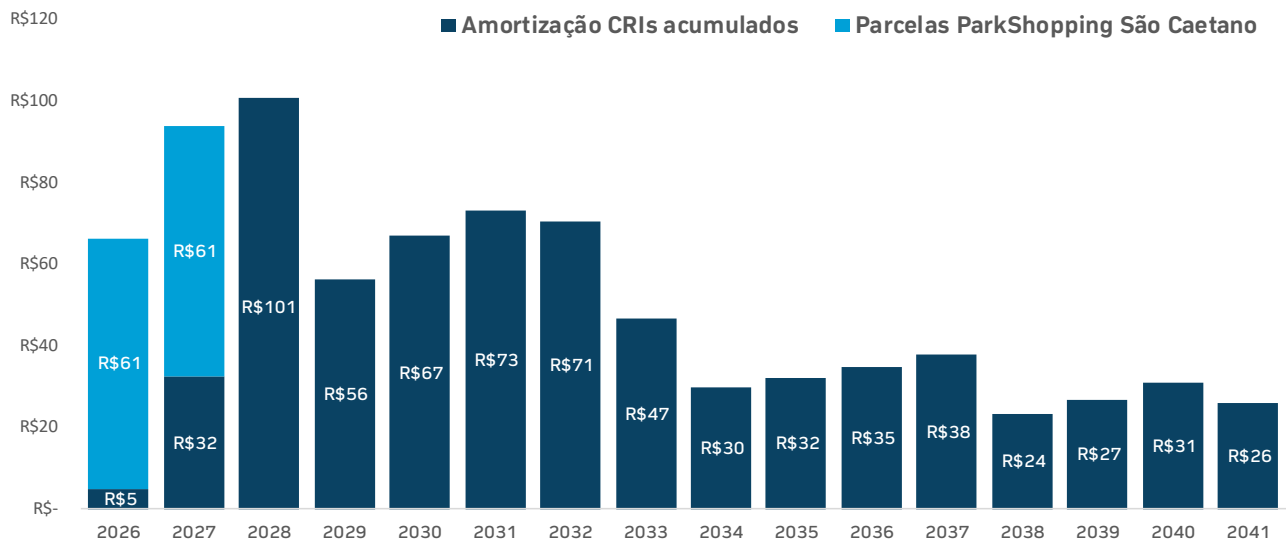

Fonte: Hedge.

## ALAVANCAGEM DO FUNDO

Apresentamos abaixo o detalhamento das obrigações por aquisição de ativos e securitização de recebíveis na data base deste relatório.

| **Relação Dívida / PL** | 22,8% | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Identificação** | CRI HGBS I | CRI HGBS I | CRI HGBS II | CRI PSC | CRI Bauru I | CRI Bauru II | CRI Habitasec | CRI Jaraguá I | CRI Jaraguá II |
| **Emissões / Séries** | 174E 1S e 196E 1S da Opea | 197E 1S e 198E 1S da Opea | 242E 1S da Riza | 13E 1S da Província | 138E 1S da Província | 138E 2S da Província | 1E 205S e 348S da Habitasec | 3E 1S da BSEC | 3E 2S da BSEC |
| **Código IF** | 23F2356215 23F2354249 | 23F2356518 23F2356527 | 24L1967186 | 25L3091365 | 25L3673856 | 25L3678075 | 20J0030144 20J0947707 | 26I8584142 | 26I8584227 |
| **Saldo devedor (R$ milhões)** | R$ 94,1 | R$ 97,7 | R$ 88,3 | R$ 126,9 | R$ 28,1 | R$ 69,4 | R$ 9,4 | R$ 65,1 | R$ 152,8 |
| **Garantia** | Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 50% do Jardim Sul | Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 50% do Jardim Sul | AF de 20% do Mooca Plaza Shopping | Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 65% do Bauru | Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 35% do Bauru | Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 35% do Bauru | Não há (por parte do HGBS) | Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 100% do Jaraguá | Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 100% do Jaraguá |
| **Rating** | AA.br (Moody's) | AA.br (Moody's) | brA+ (Austin) | - | - | - | - | - | - |
| **Taxa de emissão** | IPCA + 8,0% a.a. | CDI + 2,4% a.a. | IPCA + 8,6% a.a. | CDI + 1,75% a.a. | CDI + 1,75% a.a. | CDI + 1,6% a.a. | IPCA + 5,38% a.a. | CDI + 1,5% a.a. | CDI + 1,5% a.a. |
| **Data de emissão** | 06/2023 | 06/2023 | 12/2024 | 12/2025 | 12/2025 | 12/2025 | 12/2024 | 10/2026 | 10/2026 |
| **Vencimento** | 06/2033 | 06/2033 | 06/2032 | 12/2037 | 12/2037 | 12/2028 | 09/2032 | 09/2041 | 09/2041 |

## FLUXO DE PAGAMENTOS DO FUNDO (R$ milhões)




Fonte: Hedge.

## SHOPPING JARDIM SUL (12% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** saída da Stroke (74 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 61,0% | 28,7 mil m² | 171 | 1990 | Ancar + Hedge |

**Principais Operações:** Brooksfield Donna, C&A, CEMA Medicina Especializada, Camicado, Centauro, Daiso, Fast Shop, Le Lis Blanc, Life by Vivara, Lojas Americanas, Multicoisas, Pão de Açúcar, PB Kids, Schutz, Renner, Vivara, Almanara, América, Dengo, Lia Giorno, Madero, Outback, Urban Café Journal e UCI Cinemas.

**Endereço:** Av. Giovanni Gronchi, 5.819 – São Paulo/SP. www.shoppingjardimsul.com.br











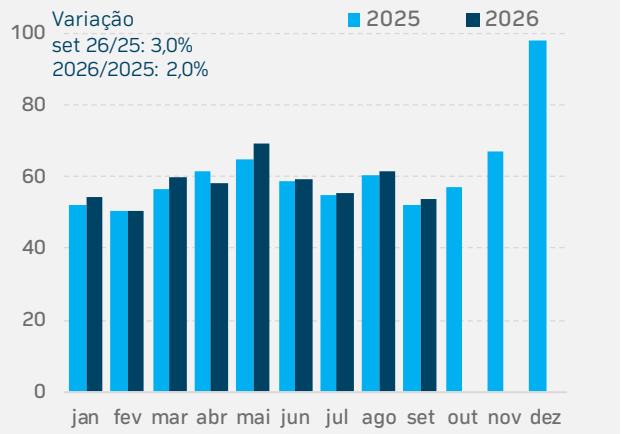



Fotos: Maurício Moreno.

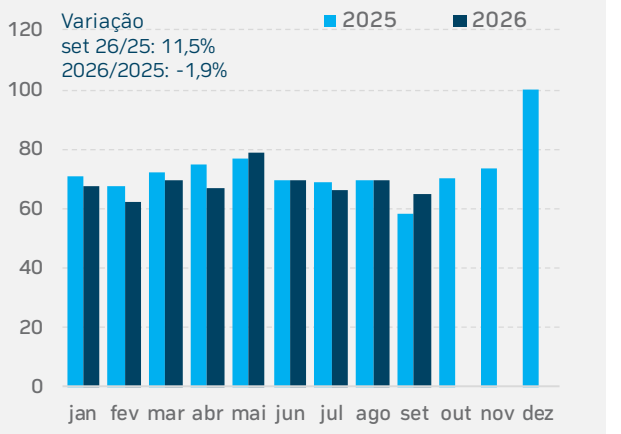
## SHOPPING JARDIM SUL (12% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 2.834.035 | 3.005.917 | -6% | 26.677.040 | 25.182.457 | 6% |
| Aluguel complementar | 261.719 | 260.182 | 1% | 2.131.604 | 2.192.232 | -3% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 495.984 | 586.307 | -15% | 5.040.632 | 4.803.872 | 5% |
| Outras receitas | 86.244 | 93.422 | -8% | 386.634 | 573.737 | -33% |
| **Receitas totais** | **3.677.983** | **3.945.828** | **-7%** | **34.235.910** | **32.752.298** | **5%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (1.360) | (50.704) | -97% | (302.970) | (565.247) | -46% |
| Outras despesas | (233.093) | 12.443 | - | (4.233.468) | (4.890.850) | -13% |
| **Despesas totais** | **(234.453)** | **(38.261)** | **513%** | **(4.536.438)** | **(5.456.097)** | **-17%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **3.443.530** | **3.907.567** | **-12%** | **29.699.472** | **27.296.201** | **9%** |
| Resultado estacionamento | 1.220.345 | 1.121.919 | 9% | 10.796.991 | 9.790.008 | 10% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **4.663.875** | **5.029.486** | **-7%** | **40.496.462** | **37.086.209** | **9%** |
| Benfeitorias | (30.558) | (3.080) | 892% | (1.436.300) | (257.574) | 458% |
| Resultado não operacional | (11.728) | (39.393) | -70% | (217.975) | (273.243) | -20% |
| **Fluxo de caixa total** | **4.621.590** | **4.987.013** | **-7%** | **38.842.187** | **36.555.393** | **6%** |

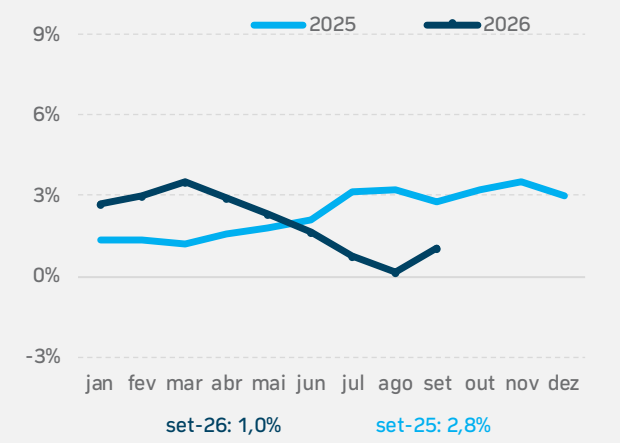
### VENDAS (R$ MM)



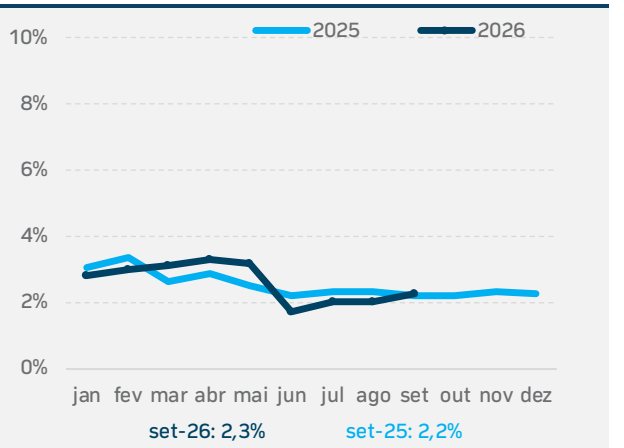

### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PENHA (8% 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.

Destacamos que em 1º de setembro ocorreu a transição da administração do ativo para a WE9, em atuação conjunta com a Hedge como coadministradoras do Shopping Penha. A escolha pela WE9 foi pautada pela confiança construída e na experiência positiva com a administradora na gestão de outros ativos do portfólio. Adicionalmente, a decisão considerou as oportunidades identificadas para aprimoramentos qualitativos na gestão, bem como para a captura de ganhos operacionais e comerciais capazes de otimizar a performance do ativo. A expectativa é que essas iniciativas contribuam para maximizar o potencial de resultados do Shopping Penha e ampliar a geração de retorno recorrente no curto e médio prazo.

**Movimentações comerciais:** sem alterações.

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 87,6% | 29,8 mil m² | 167 | 1992 | WE9 + Hedge |

**Principais Operações:** C&A, Centauro, Dafyne Presentes, Danny Cosméticos, Drogasil (a inaugurar), Kalunga, Life by Vivara, Magazine Luiza, Pandora, Renner, Riachuelo (a inaugurar), Ri Happy, Smart Fit, Sonda, Vivara, Cacau Show Super Store, Outback, Moviecom.

**Endereço:** R. Dr. João Ribeiro, 304 – São Paulo, SP www.shoppingpenha.com.br





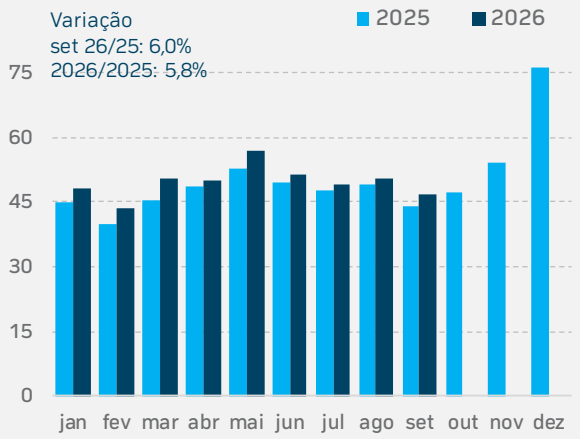



Fotos: Maurício Moreno

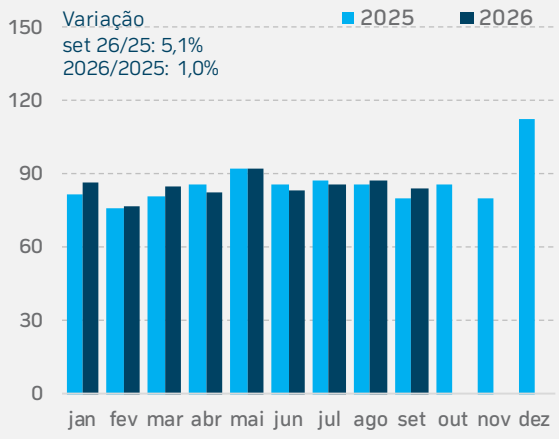
## SHOPPING PENHA (8% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 2.010.099 | 1.960.120 | 3% | 20.136.892 | 19.180.508 | 5% |
| Aluguel complementar | 204.972 | 130.076 | 58% | 1.907.579 | 1.752.865 | 9% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 491.885 | 471.412 | 4% | 4.422.991 | 4.420.927 | 0% |
| Outras receitas | 21.037 | 54.373 | -61% | 615.712 | 162.279 | 279% |
| **Receitas totais** | **2.727.993** | **2.615.981** | **4%** | **27.083.173** | **25.516.579** | **6%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (340.890) | (280.456) | 22% | (2.897.633) | (2.422.396) | 20% |
| Outras despesas | (427.855) | (221.142) | 93% | (2.804.754) | (2.180.597) | 29% |
| **Despesas totais** | **(768.745)** | **(501.598)** | **53%** | **(5.702.386)** | **(4.602.994)** | **24%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **1.959.248** | **2.114.383** | **-7%** | **21.380.787** | **20.913.585** | **2%** |
| Resultado estacionamento | 511.332 | 491.307 | 4% | 4.576.689 | 4.835.967 | -5% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **2.470.580** | **2.605.690** | **-5%** | **25.957.477** | **25.749.552** | **1%** |
| Benfeitorias | (141.516) | (177.501) | -20% | (2.496.813) | (6.501.643) | -62% |
| Resultado não operacional | - | (2.200) | - | (41.918) | (19.800) | 112% |
| **Fluxo de caixa total** | **2.329.063** | **2.425.989** | **-4%** | **23.418.746** | **19.228.110** | **22%** |

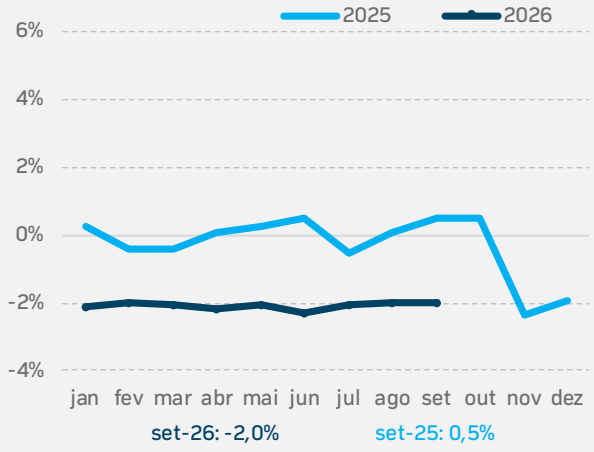
### VENDAS (R$ MM)



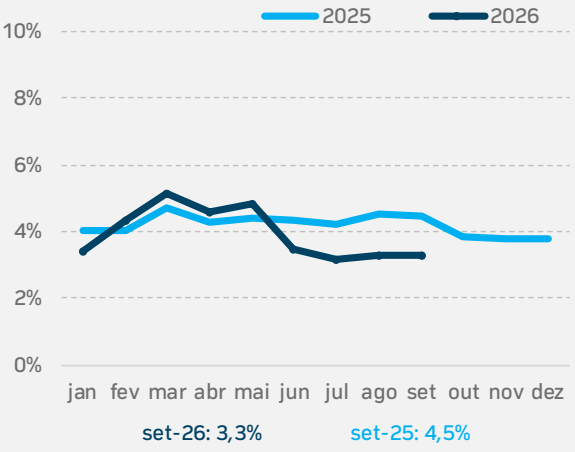

### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




### VACÂNCIA (% ABL)



## BOULEVARD SHOPPING BAURU (7% 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:** saída da Casas Bahia (753 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 100,0% | 34,6 mil m² | 163 | 2012 | WE9 + Hedge |

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

**Endereço:** Rua Marcondes Salgado, Quadra 11, Bauru – SP boulevardshoppingbauru.com.br







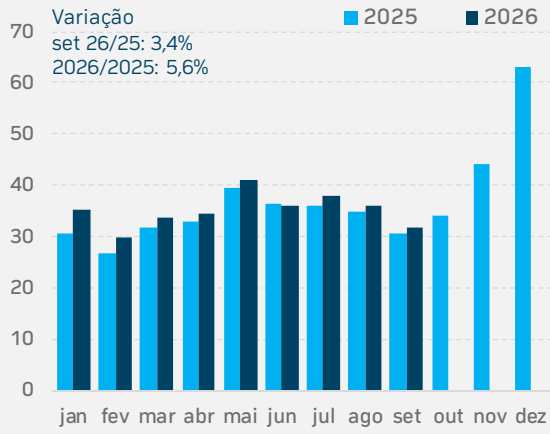




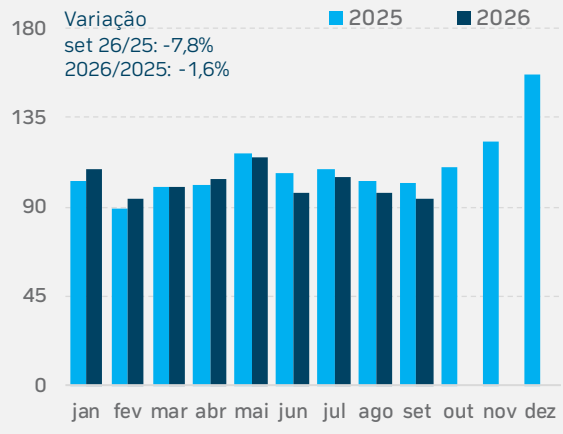

# BOULEVARD SHOPPING BAURU (7% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 1.156.204 | 1.243.139 | -7% | 12.717.591 | 12.276.145 | 4% |
| Aluguel complementar | 202.557 | 184.649 | 10% | 2.253.552 | 2.169.256 | 4% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 478.318 | 345.529 | 38% | 3.689.485 | 3.248.380 | 14% |
| Outras receitas | 21.945 | 56.100 | - | 216.206 | 200.126 | - |
| **Receitas totais** | **1.859.025** | **1.829.417** | **2%** | **18.876.834** | **17.893.907** | **5%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (156.547) | (203.094) | -23% | (1.356.294) | (1.838.758) | -26% |
| Outras despesas | (97.434) | (236.374) | -59% | (1.343.715) | (2.299.973) | -42% |
| **Despesas totais** | **(253.981)** | **(439.468)** | **-42%** | **(2.700.008)** | **(4.138.731)** | **-35%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **1.605.043** | **1.389.949** | **15%** | **16.176.826** | **13.755.175** | **18%** |
| Resultado estacionamento | 544.492 | 419.026 | 30% | 5.121.004 | 4.005.286 | 28% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **2.149.536** | **1.808.975** | **19%** | **21.297.829** | **17.760.461** | **20%** |
| Benfeitorias | (26.778) | (357.305) | -93% | (510.746) | (757.123) | -33% |
| Resultado não operacional | 200.000 | 12.010 | 1565% | (149.880) | 120.826 | - |
| **Fluxo de caixa total** | **2.322.758** | **1.463.680** | **59%** | **20.637.203** | **17.124.164** | **21%** |

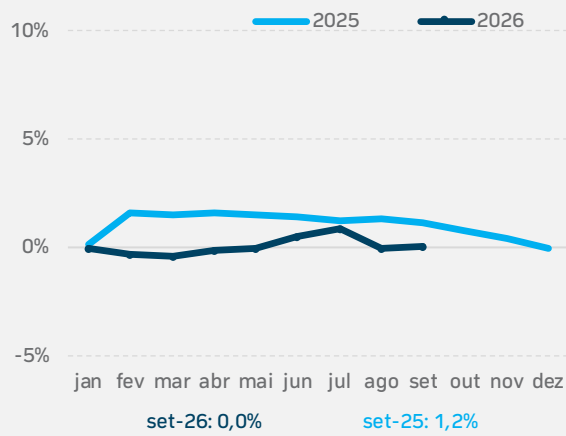
## VENDAS (R$ MM)



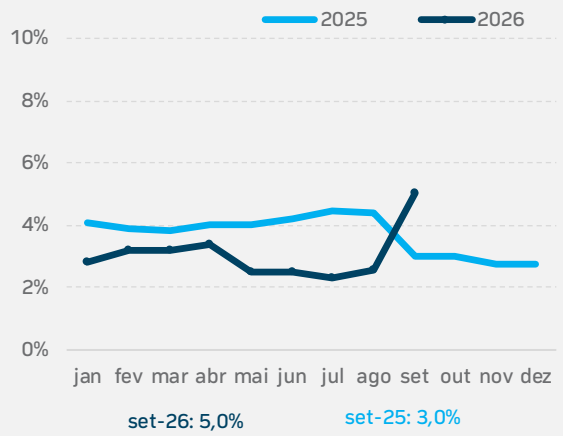

## FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




## INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




## VACÂNCIA (% ABL)



## PARKSHOPPING SÃO CAETANO (7% DA CARTEIRA)

O ParkShopping São Caetano, localizado em São Caetano do Sul, região metropolitana de São Paulo, é um dos centros de compras mais modernos e sofisticados da região do ABC Paulista. Inaugurado em 2011 pela Multiplan, o shopping se destaca por sua arquitetura contemporânea e iluminada, oferecendo um mix completo que une marcas renomadas, opções de lazer e um polo gastronômico diversificado.

Destacamos que foi assinado contrato para as entradas do restaurante Pecorino e da segunda loja no Brasil da Bath & Body Works. As entradas colaboram para a qualificação do mix do shopping e reforçam o posicionamento do ParkShopping São Caetano como referência na região do ABC.

**Movimentações comerciais**: entradas da Casas Lev (96 m²), Sunglass Hut (43 m²) e HD Alianças (42 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 20,0% | 39,2 mil m² | 252 | 2011 | Multiplan |

**Principais Operações:** AllMini, Animale, Bayard, Bath & Body Works (a inaugurar), Camicado, C&A, Centauro, Cinemark, Hotzone, Kiko Milano, Le Lis Blanc, Life by Vivara, Livraria da Vila, MAC, Pandora, PB Kids, Renner, Riachuelo, Schutz, Sephora, St. Marche, Tania Bulhões, Vivara, Zara, America, Andiamo, Cacau Show Megastore, Camarada Camarão, Casa Porteña, Dengo, Frutaria São Paulo, Le Lucci, Madero, Maremonti, Ofner, Outback, Pecorino, Si Señor, Sushi Nouveau.

**Endereço:** Alameda Terracota, 545 - Cerâmica, São Caetano do Sul – SP parkshoppingsaocaetano.com.br/





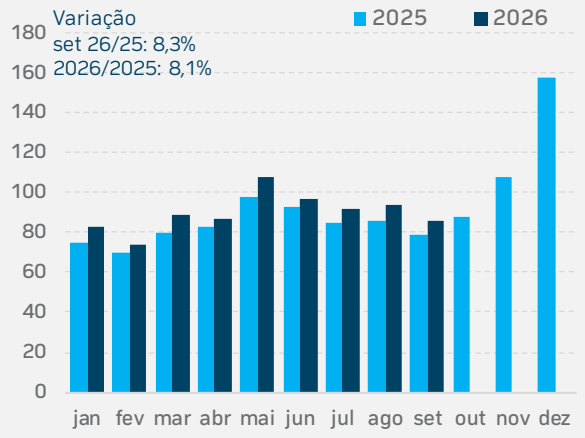




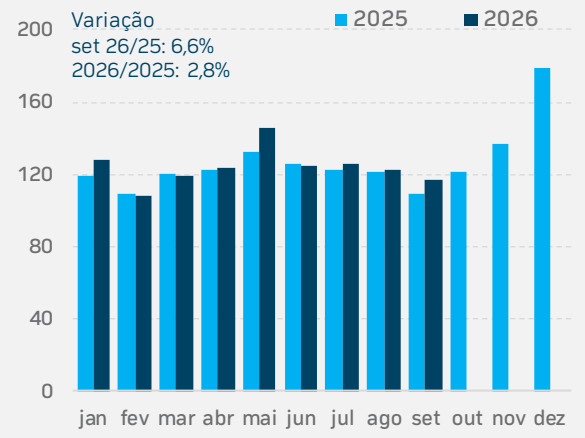
# PARKSHOPPING SÃO CAETANO (7% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 5.907.673 | 5.114.772 | 16% | 55.988.737 | 49.789.451 | 12% |
| Aluguel complementar | 353.504 | 298.571 | 18% | 3.516.824 | 3.121.811 | 13% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 663.152 | 711.497 | -7% | 5.953.377 | 4.664.657 | 28% |
| Outras receitas | 161.668 | 217.518 | -26% | 989.786 | 2.580.340 | -62% |
| **Receitas totais** | **7.085.997** | **6.342.359** | **12%** | **66.448.724** | **60.156.259** | **10%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (390.473) | (368.750) | 6% | (3.465.659) | (2.889.503) | 20% |
| Outras despesas | (1.207.519) | (814.280) | 48% | (9.173.289) | (8.336.807) | 10% |
| **Despesas totais** | **(1.597.992)** | **(1.183.030)** | **35%** | **(12.638.947)** | **(11.226.310)** | **13%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **5.488.006** | **5.159.329** | **6%** | **53.809.777** | **48.929.949** | **10%** |
| Resultado estacionamento | 1.938.079 | 1.690.960 | 15% | 17.927.811 | 15.198.790 | 18% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **7.426.085** | **6.850.289** | **8%** | **71.737.587** | **64.128.739** | **12%** |
| Benfeitorias | - | (860.773) | -100% | (636.024) | (3.256.949) | -80% |
| Resultado não operacional | (4.409) | 153.077 | - | (143.258) | 301.761 | - |
| **Fluxo de caixa total** | **7.421.676** | **6.142.593** | **21%** | **70.958.305** | **61.173.552** | **16%** |

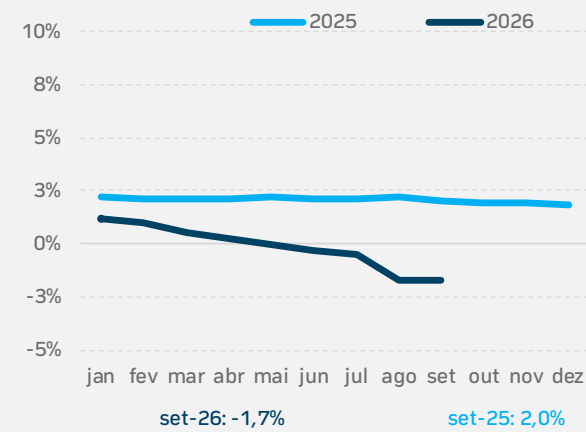
## VENDAS (R$ MM)



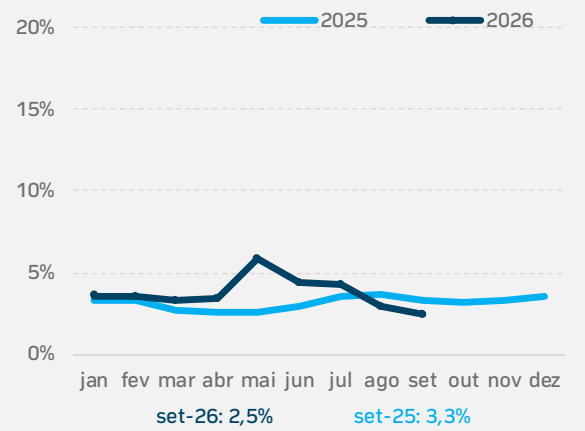

## FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




## INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




## VACÂNCIA (% ABL)



## CAPIM DOURADO SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

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

Destacamos que ocorreu em julho a inauguração do Outback em uma área de 429 m². A nova unidade é a primeira da rede no estado, reforçando o posicionamento do Capim Dourado como referência em gastronomia e como um dos principais destinos na cidade de Palmas e no estado do Tocantins. Adicionalmente, destacamos que no final de semana da inauguração, o Outback do Capim Dourado foi a unidade que apresentou a maior venda em todo o Brasil.

**Movimentações comerciais:** saída da Boali (36 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 60,0% | 39,0 mil m² | 153 | 2010 | Soul Malls |

**Principais Operações:** Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, Drogasil, Hering Megastore, Madero, Outback, MoroFit, Cinemark, Super Big, Tommy Hilfiger (a inaugurar), ZigZag Play e Wow Park.

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









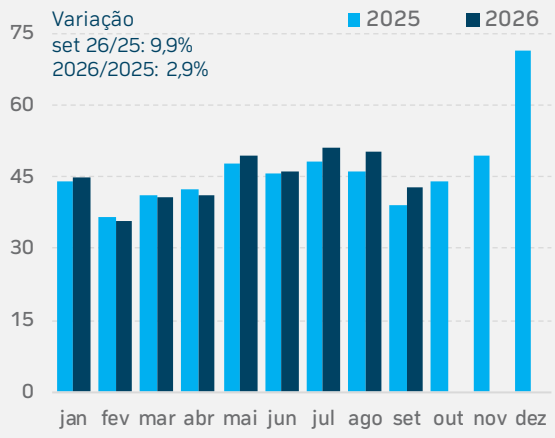




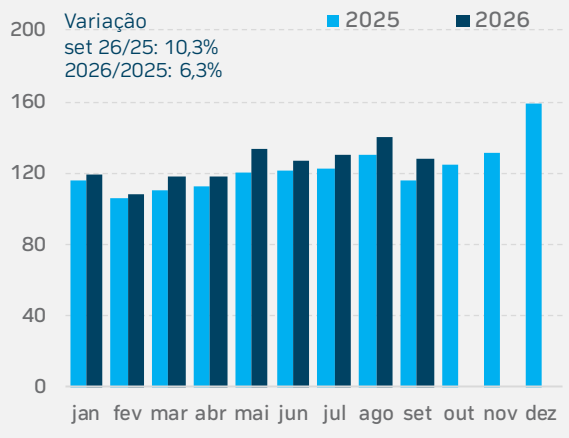
# CAPIM DOURADO SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 1.567.646 | 1.500.023 | 5% | 15.167.603 | 14.908.337 | 2% |
| Aluguel complementar | 563.441 | 481.024 | 17% | 4.616.004 | 4.876.741 | -5% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 539.227 | 527.748 | 2% | 4.705.416 | 4.778.345 | -2% |
| Outras receitas | 141.541 | 27.446 | 416% | 668.037 | 606.607 | 10% |
| **Receitas totais** | **2.811.856** | **2.536.241** | **11%** | **25.157.059** | **25.170.030** | **0%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (71.268) | (72.278) | -1% | (716.775) | (437.063) | 64% |
| Outras despesas | (238.254) | 100.795 | - | (2.876.704) | (2.210.076) | 30% |
| **Despesas totais** | **(309.522)** | **28.517** | **-** | **(3.593.479)** | **(2.647.139)** | **36%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **2.502.334** | **2.564.758** | **-2%** | **21.563.580** | **22.522.891** | **-4%** |
| Resultado estacionamento | 623.764 | 623.193 | 0% | 5.649.189 | 5.105.111 | 11% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **3.126.097** | **3.187.951** | **-2%** | **27.212.769** | **27.628.002** | **-2%** |
| Benfeitorias | (394.285) | (99.165) | 298% | (1.634.838) | (932.209) | 75% |
| Resultado não operacional | - | - | - | - | - | - |
| **Fluxo de caixa total** | **2.731.812** | **3.088.786** | **-12%** | **25.577.931** | **26.695.793** | **-4%** |

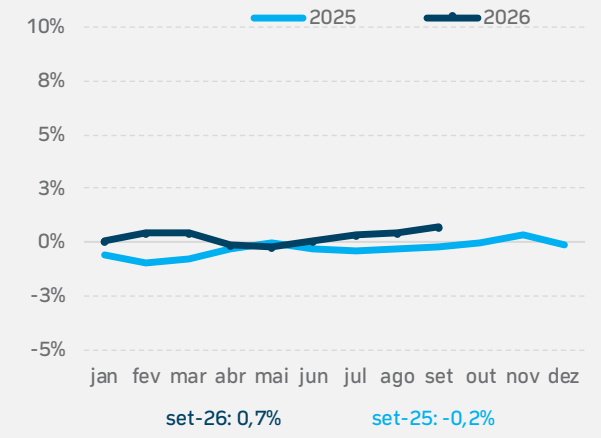
## VENDAS (R$ MM)



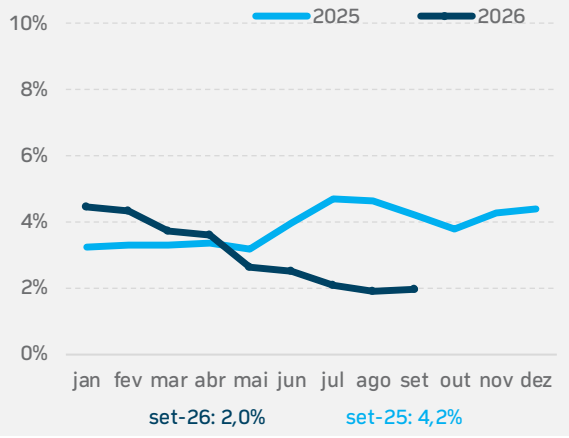

## FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




## INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




## VACÂNCIA (% ABL)



## MOOCA PLAZA SHOPPING (5% 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:** saída da Casa Porteña (337 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 20,0% | 42,1 mil m² | 220 | 2011 | 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









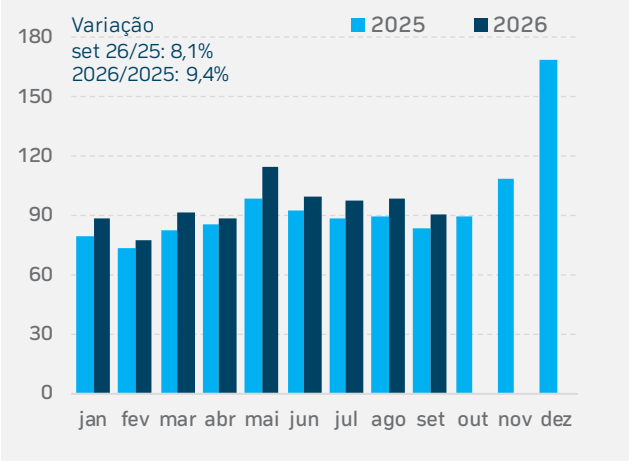



Fotos: Maurício Moreno.

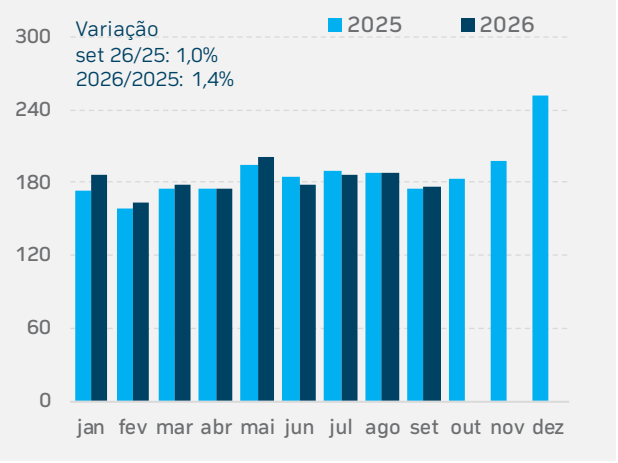
# MOOCA PLAZA SHOPPING (5% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 4.807.238 | 4.838.577 | -1% | 47.614.147 | 45.815.809 | 4% |
| Aluguel complementar | 578.581 | 359.023 | 61% | 5.157.470 | 4.800.583 | 7% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 1.037.788 | 1.036.203 | 0% | 8.676.655 | 8.726.088 | -1% |
| Outras receitas | 221.255 | 214.397 | 3% | 1.611.874 | 2.045.262 | -21% |
| **Receitas totais** | **6.644.862** | **6.448.200** | **3%** | **63.060.146** | **61.387.742** | **3%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | 279.370 | (61.892) | - | (1.749.161) | (727.460) | 140% |
| Outras despesas | (1.745.430) | (1.553.765) | 12% | (14.768.364) | (13.912.255) | 6% |
| **Despesas totais** | **(1.466.060)** | **(1.615.658)** | **-9%** | **(16.517.525)** | **(14.639.715)** | **13%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **5.178.802** | **4.832.542** | **7%** | **46.542.621** | **46.748.027** | **0%** |
| Resultado estacionamento | 2.363.446 | 2.220.259 | 6% | 20.346.460 | 17.534.131 | 16% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **7.542.248** | **7.052.801** | **7%** | **66.889.081** | **64.282.157** | **4%** |
| Benfeitorias | (24.830) | (3.634.714) | -99% | (1.060.199) | (9.982.013) | -89% |
| Resultado não operacional | (24.454) | 831 | - | 206.055 | 90.113 | 129% |
| **Fluxo de caixa total** | **7.492.963** | **3.418.918** | **119%** | **66.034.937** | **54.390.257** | **21%** |

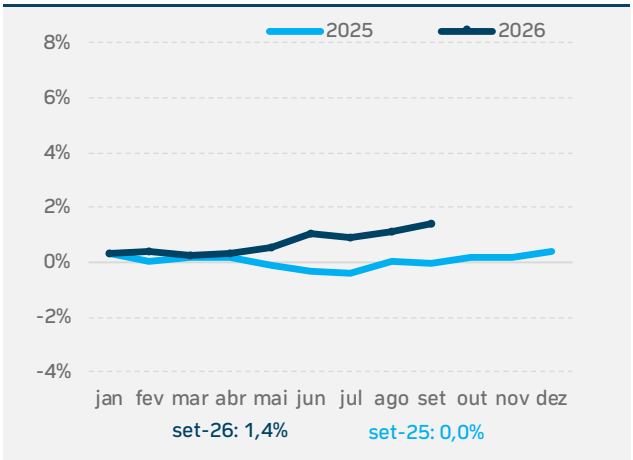
## VENDAS (R$ MM)



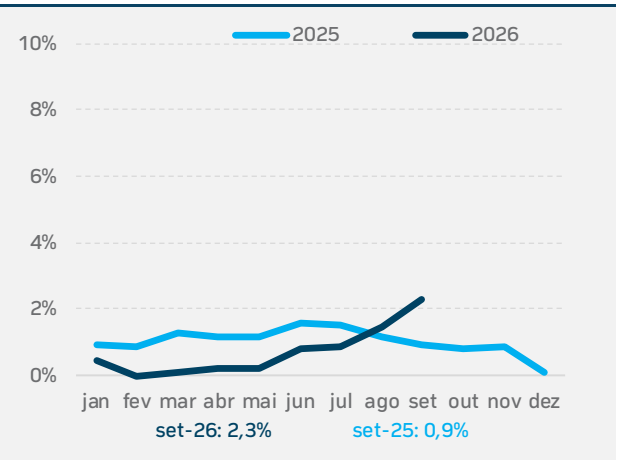

## FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




## INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




## VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING WEST PLAZA (5% da carteira – 4% 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.

**Movimentações comerciais:** entrada da Pastel da Camilla (29 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 89,9% | 35,0 mil m² | 165 | 1991 | Soul Malls |

**Principais Operações:** Dafyne, Daiso, Renner, Magazine Luiza, Bio Ritmo, Madero, Outback, Pecorino, Nagairô, Calle54, Jeronimo, Mega Cacau Show, Johny Rockets, Cinemark, Game Station, Villa Bowling e Cema Medicina Especializada.

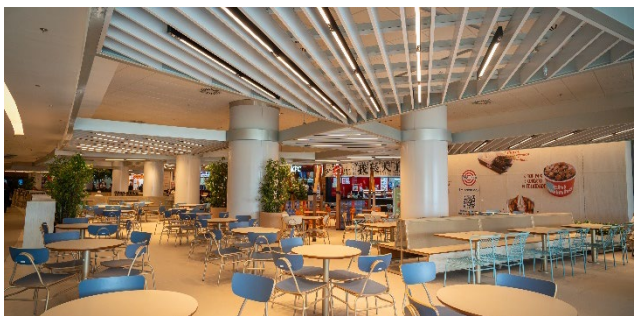
**Endereço:** Av. Francisco Matarazzo – São Paulo, SP westplaza.com.br











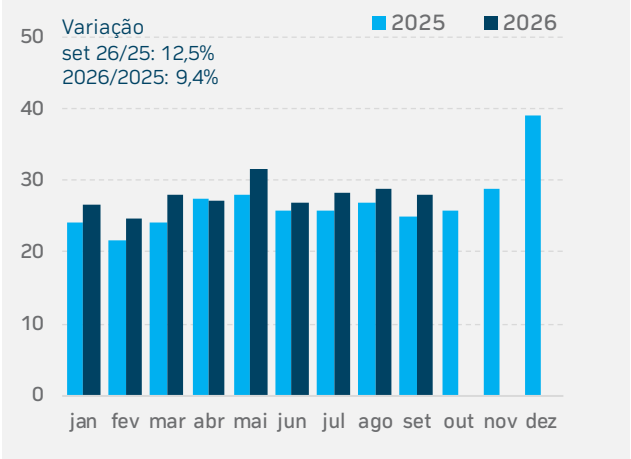


Fotos: Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).

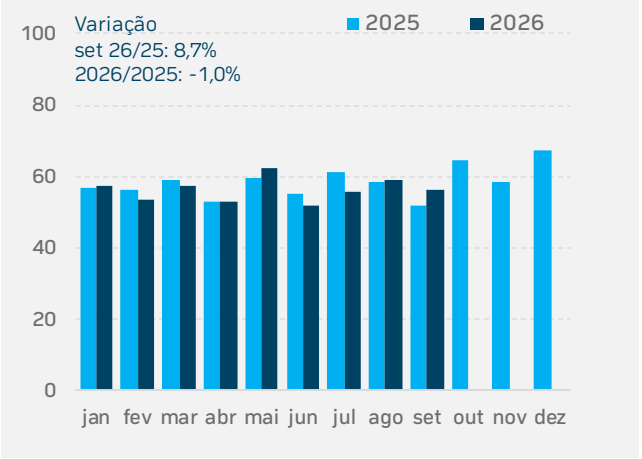
## SHOPPING WEST PLAZA (5% da carteira – 4% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 1.561.217 | 1.488.138 | 5% | 13.188.046 | 13.551.911 | -3% |
| Aluguel complementar | 210.910 | 142.934 | 48% | 1.666.354 | 1.441.835 | 16% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 264.568 | 232.980 | 14% | 2.080.683 | 2.553.042 | -19% |
| Outras receitas | 94.421 | 19.500 | - | 478.305 | 92.755 | 416% |
| **Receitas totais** | **2.131.116** | **1.883.553** | **13%** | **17.413.388** | **17.639.542** | **-1%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (588.090) | (614.010) | -4% | (5.586.569) | (6.296.347) | -11% |
| Outras despesas | (625.999) | (418.500) | 50% | (4.170.223) | (4.493.052) | -7% |
| **Despesas totais** | **(1.214.088)** | **(1.032.510)** | **18%** | **(9.756.792)** | **(10.789.399)** | **-10%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **917.028** | **851.043** | **8%** | **7.656.596** | **6.850.142** | **12%** |
| Resultado estacionamento | 822.420 | 592.646 | 39% | 6.704.553 | 6.038.391 | 11% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **1.739.448** | **1.443.689** | **20%** | **14.361.150** | **12.888.533** | **11%** |
| Benfeitorias | (512.973) | (3.248.697) | -84% | (3.176.034) | (16.361.903) | -81% |
| Resultado não operacional | - | - | - | - | - | - |
| **Fluxo de caixa total** | **1.226.475** | **(1.805.008)** | **-** | **11.185.116** | **(3.473.370)** | **-** |

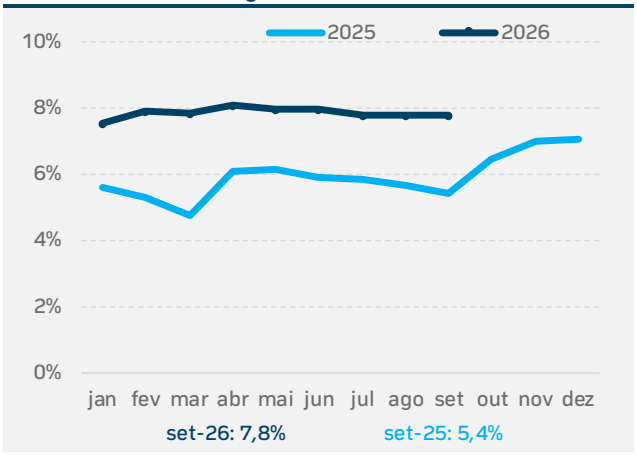
### VENDAS (R$ MM)



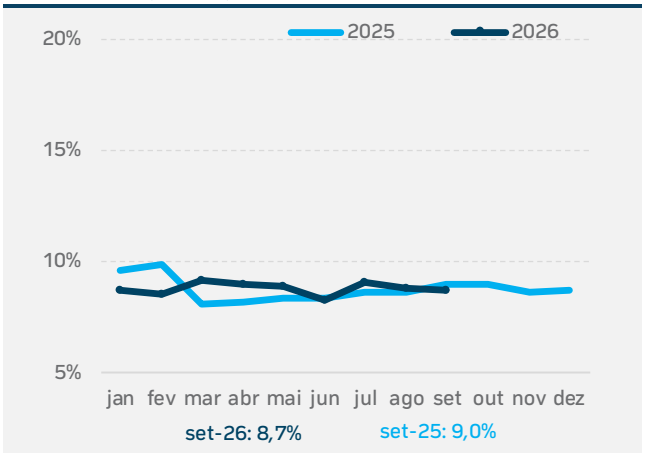

### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




### VACÂNCIA (% ABL)



## TIVOLI SHOPPING CENTER (5% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** saída da Suco Bagaço (24 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 59,0% | 25,8 mil m² | 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













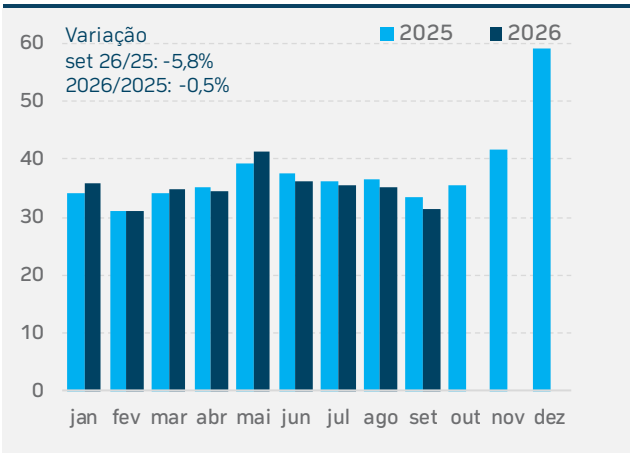



Fotos: Maurício Moreno

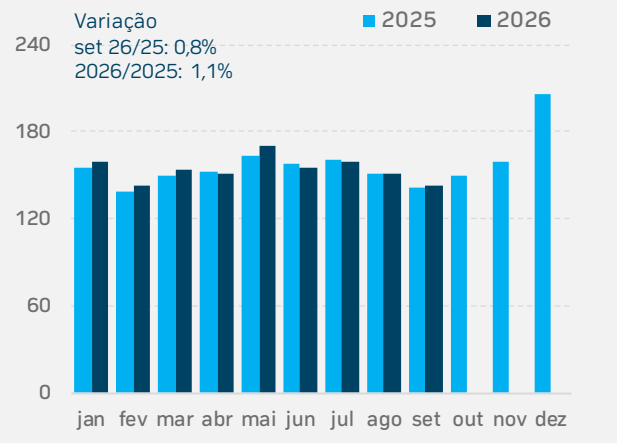
## TIVOLI SHOPPING CENTER (5% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 1.859.969 | 1.735.764 | 7% | 15.265.595 | 14.911.064 | 2% |
| Aluguel complementar | 313.571 | 249.651 | 26% | 1.807.435 | 1.871.527 | -3% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 309.616 | 296.982 | 4% | 2.626.403 | 2.257.630 | 16% |
| Outras receitas | 88.975 | 59.940 | 48% | 423.283 | 587.853 | -28% |
| **Receitas totais** | **2.572.131** | **2.342.337** | **10%** | **20.122.716** | **19.628.074** | **3%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (72.175) | (47.998) | 50% | (475.494) | (425.163) | 12% |
| Outras despesas | (326.131) | (239.300) | 36% | (2.404.642) | (2.097.818) | 15% |
| **Despesas totais** | **(398.306)** | **(287.298)** | **39%** | **(2.880.136)** | **(2.522.981)** | **14%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **2.173.825** | **2.055.039** | **6%** | **17.242.580** | **17.105.093** | **1%** |
| Resultado estacionamento | 689.483 | 636.214 | 8% | 6.308.388 | 5.841.987 | 8% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **2.863.308** | **2.691.253** | **6%** | **23.550.968** | **22.947.080** | **3%** |
| Benfeitorias | (412.508) | (105.264) | 292% | (1.667.220) | (807.613) | 106% |
| Resultado não operacional | - | - | - | - | - | - |
| **Fluxo de caixa total** | **2.450.799** | **2.585.989** | **-5%** | **21.883.748** | **22.139.467** | **-1%** |

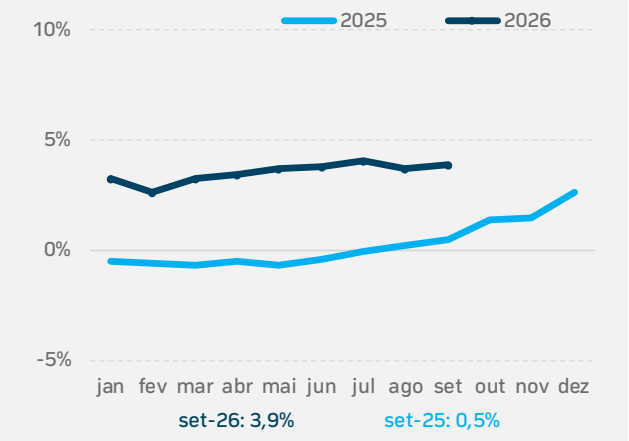
### VENDAS (R$ MM)



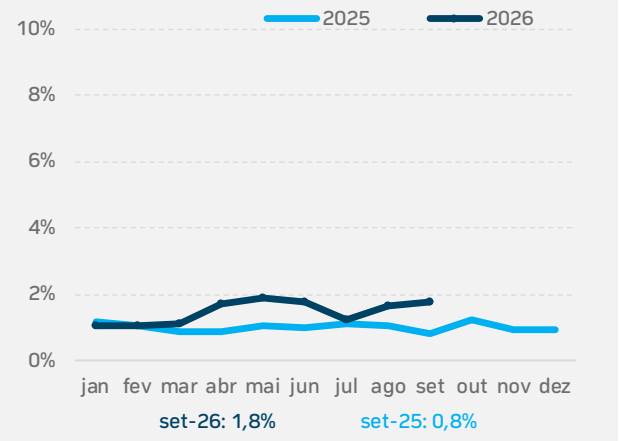

### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




### VACÂNCIA (% ABL)



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

O São Bernardo Plaza Shopping foi construído para ser um ponto de referência em lazer, cultura, passeio e compras para a região. O empreendimento possui 105 mil metros quadrados de terreno, mais de 42 mil metros quadrados ABL e 2,4 mil vagas no estacionamento, sendo que aproximadamente 1,2 mil são cobertas.

**Movimentações comerciais:** entradas da Fusion For Man (78 m²) e Berri Confeitaria (44 m²), saídas da Lotérica (53 m²) e Magic Feet (49 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 35,0% | 42,9 mil m² | 186 | 2012 | ALLOS |

**Principais Operações:** Cinépolis, Estrela do Lar, Outback, Magazine Luiza, Renner, Riachuelo, C&A, Vivara e Smart Fit.

**Endereço:** Av Rotary, 624 – São Bernardo do Campo, SP www.shoppingsaobernardoplaza.com.br









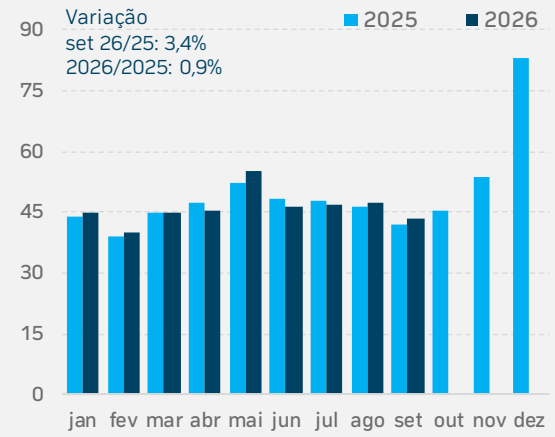


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.

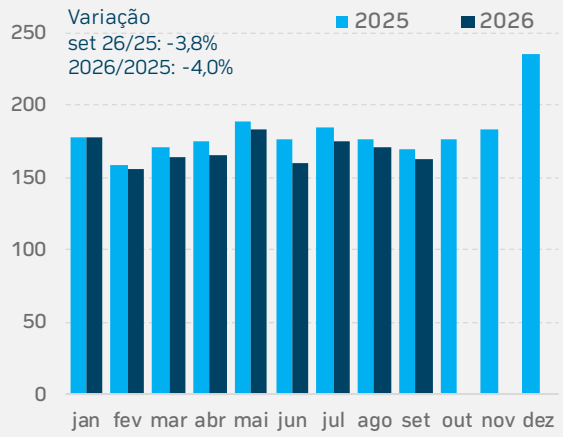
# SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (5% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 2.068.221 | 2.108.970 | -2% | 20.902.391 | 21.515.714 | -3% |
| Aluguel complementar | 246.157 | 124.484 | 98% | 1.946.236 | 1.594.389 | 22% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 465.517 | 455.645 | 2% | 4.452.849 | 4.108.092 | 8% |
| Outras receitas | 87.811 | 177.803 | -51% | 1.102.497 | 1.522.627 | -28% |
| **Receitas totais** | **2.867.706** | **2.866.902** | **0%** | **28.403.973** | **28.740.822** | **-1%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (307.807) | (90.706) | 239% | (1.099.557) | (1.079.067) | 2% |
| Outras despesas | (386.750) | (465.232) | -17% | (5.125.639) | (4.803.536) | 7% |
| **Despesas totais** | **(694.557)** | **(555.938)** | **25%** | **(6.225.196)** | **(5.882.603)** | **6%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **2.173.149** | **2.310.964** | **-6%** | **22.178.777** | **22.858.219** | **-3%** |
| Resultado estacionamento | 1.192.886 | 1.132.730 | 5% | 10.822.640 | 10.947.199 | -1% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **3.366.035** | **3.443.694** | **-2%** | **33.001.417** | **33.805.418** | **-2%** |
| Benfeitorias | (6.357) | (161.148) | -96% | (786.891) | (1.803.280) | -56% |
| Resultado não operacional | (27.596) | (262.307) | -89% | 73.137 | (279.672) | - |
| **Fluxo de caixa total** | **3.332.081** | **3.020.239** | **10%** | **32.287.663** | **31.722.466** | **2%** |

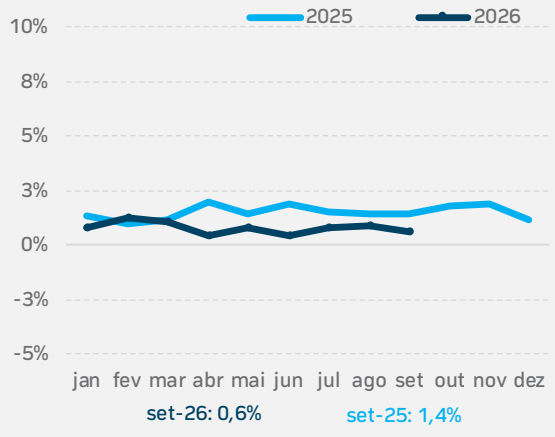
## VENDAS (R$ MM)



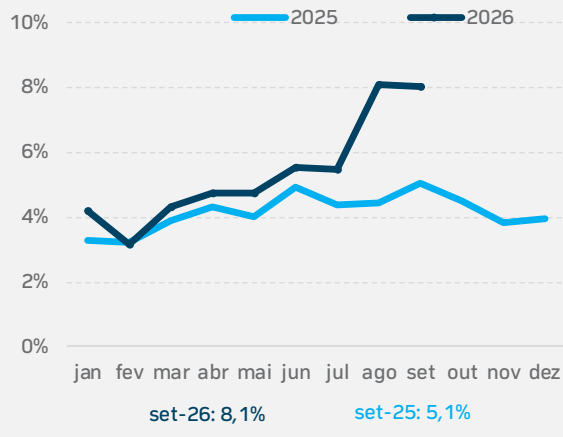

## FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




## INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




## VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING VILLALOBOS (4% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** entradas da Bom Beef Churrasco (102 m²), Maria Filó (81 m²) e Maxior (58 m²), saídas da Davvero (40 m²) e Panini (39 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 15,0% | 28,4 mil m² | 217 | 2000 | ALLOS |

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

**Endereço:** Av. das Nações Unidas, 4.777 – São Paulo/SP www.shoppingvillalobos.com.br









Fotos: Maurício Moreno.





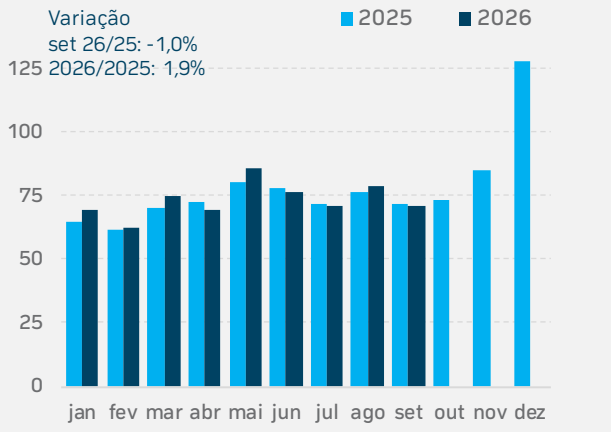


Fotos: Fachada revitalizada.

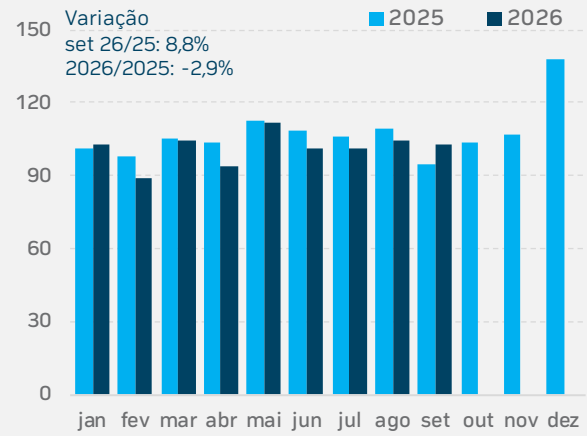
## SHOPPING VILLALOBOS (4% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 4.056.605 | 4.142.471 | -2% | 41.175.331 | 40.398.615 | 2% |
| Aluguel complementar | 702.570 | 444.840 | 58% | 5.200.978 | 4.265.414 | 22% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 950.042 | 974.438 | -3% | 7.071.903 | 7.812.947 | -9% |
| Outras receitas | 238.697 | 1.119.379 | -79% | 2.463.061 | 2.779.304 | -11% |
| **Receitas totais** | **5.947.915** | **6.681.128** | **-11%** | **55.911.273** | **55.256.280** | **1%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (344.138) | (164.755) | 109% | (2.825.333) | (1.727.141) | 64% |
| Outras despesas | (729.039) | (875.780) | -17% | (6.310.296) | (6.405.030) | -1% |
| **Despesas totais** | **(1.073.177)** | **(1.040.536)** | **3%** | **(9.135.629)** | **(8.132.171)** | **12%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **4.874.738** | **5.640.593** | **-14%** | **46.775.644** | **47.124.109** | **-1%** |
| Resultado estacionamento | 1.820.161 | 1.827.413 | 0% | 16.082.902 | 14.508.572 | 11% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **6.694.899** | **7.468.006** | **-10%** | **62.858.546** | **61.632.680** | **2%** |
| Benfeitorias | (958.082) | (492.084) | 95% | (6.655.514) | (7.060.015) | -6% |
| Resultado não operacional | 31.588 | 42.959 | -26% | 483.041 | 303.923 | 59% |
| **Fluxo de caixa total** | **5.768.405** | **7.018.881** | **-18%** | **56.686.074** | **54.876.588** | **3%** |

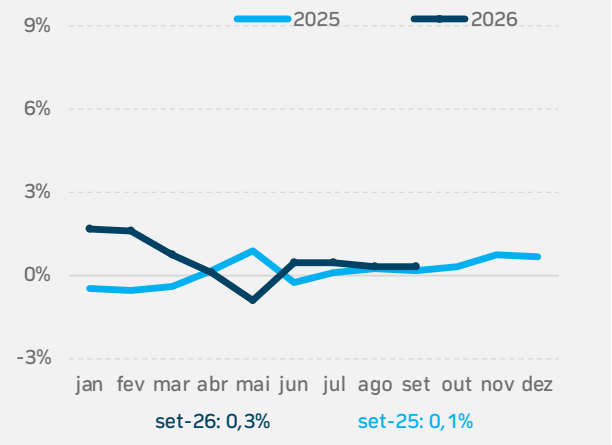
### VENDAS (R$ MM)



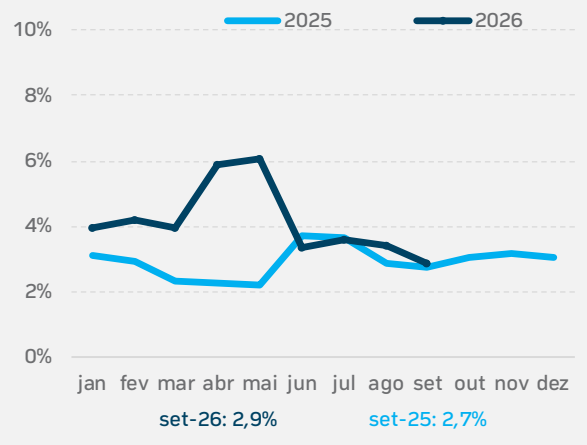

### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




### 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.

**Movimentações comerciais:** entradas da Margarida (152 m²) e Localiza (33 m²), saídas da Studio 011 (67 m²), CVC (43 m²) e Panini (33 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 23,1% | 31,4 mil m² | 137 | 2009 | AD Shopping |

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

**Endereço:** R. Graciosa - Diadema, SP www.shoppingpracadamoca.com.br













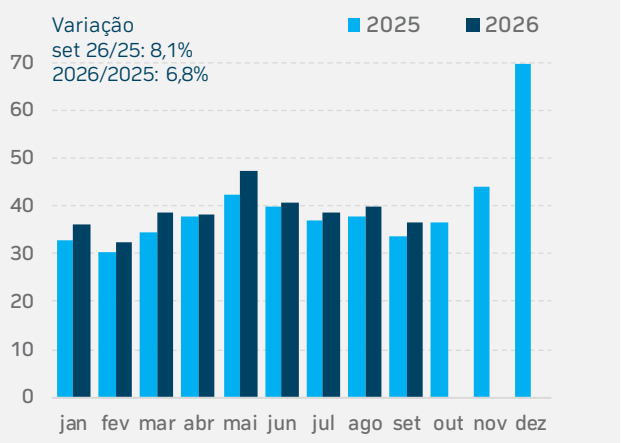



Fotos: Maurício Moreno.

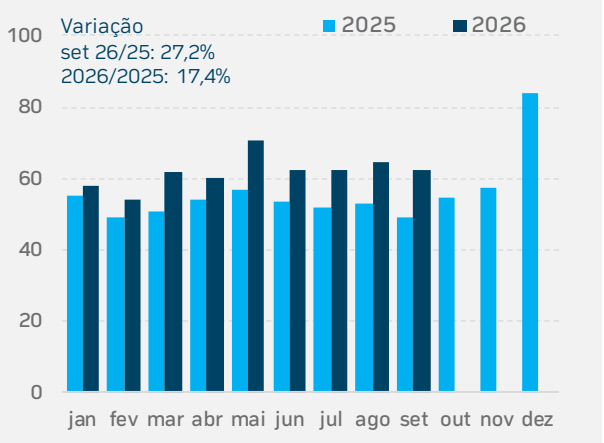
## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (3% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 2.044.057 | 2.218.105 | -8% | 22.278.138 | 22.322.431 | 0% |
| Aluguel complementar | 118.457 | 100.480 | 18% | 1.211.650 | 1.092.477 | 11% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 456.562 | 426.086 | 7% | 3.745.979 | 3.574.889 | 5% |
| Outras receitas | 1.147.874 | 68.556 | 1574% | 2.535.494 | 545.073 | 365% |
| **Receitas totais** | **3.766.950** | **2.813.227** | **34%** | **29.771.262** | **27.534.870** | **8%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (120.633) | (103.313) | 17% | (726.310) | (836.083) | -13% |
| Outras despesas | (412.494) | (117.984) | 250% | (2.394.780) | (1.819.129) | 32% |
| **Despesas totais** | **(533.127)** | **(221.297)** | **141%** | **(3.121.090)** | **(2.655.211)** | **18%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **3.233.823** | **2.591.931** | **25%** | **26.650.171** | **24.879.659** | **7%** |
| Resultado estacionamento | 450.753 | 388.253 | 16% | 4.228.242 | 3.750.352 | 13% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **3.684.575** | **2.980.184** | **24%** | **30.878.414** | **28.630.011** | **8%** |
| Benfeitorias | (221.804) | - | - | (339.761) | (103.407) | 229% |
| Resultado não operacional | (63.900) | - | - | (127.800) | - | - |
| **Fluxo de caixa total** | **3.398.871** | **2.980.184** | **14%** | **30.410.853** | **28.526.604** | **7%** |

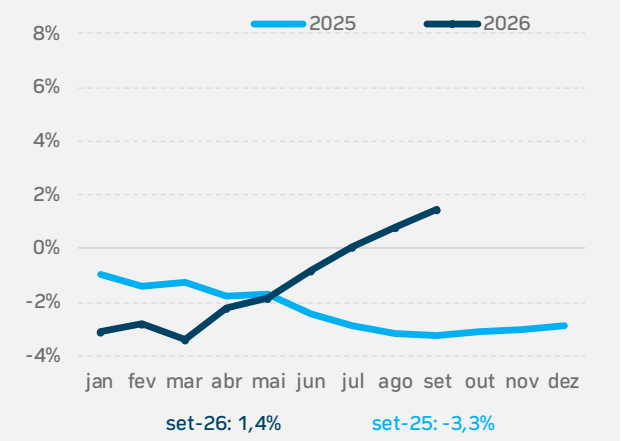
### VENDAS (R$ MM)



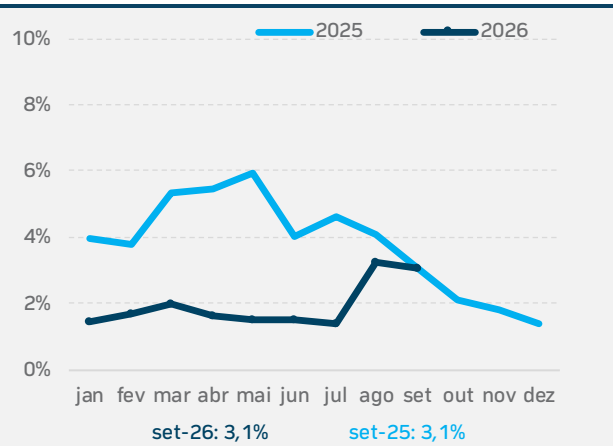

### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




### VACÂNCIA (% ABL)



# SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (8% 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.

Destacamos que a aquisição de 75% do Shopping Jaraguá Araraquara será refletida nos indicadores de outubro.

**Movimentações comerciais**: sem alterações.

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 100% | 21,1 mil m² | 118 | 2001 | WE9 + Hedge |

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

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

shoppingjaragua.com.br/araraquara/









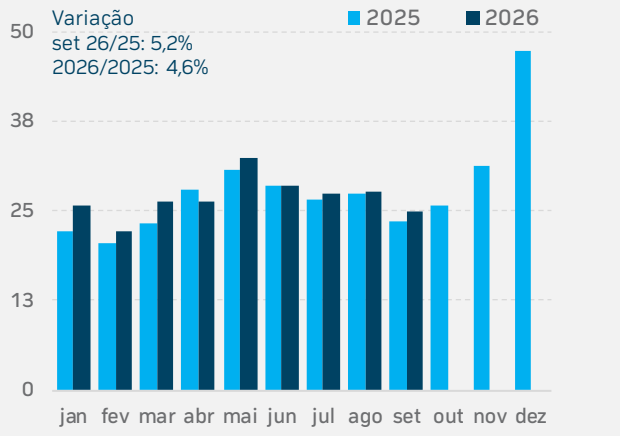




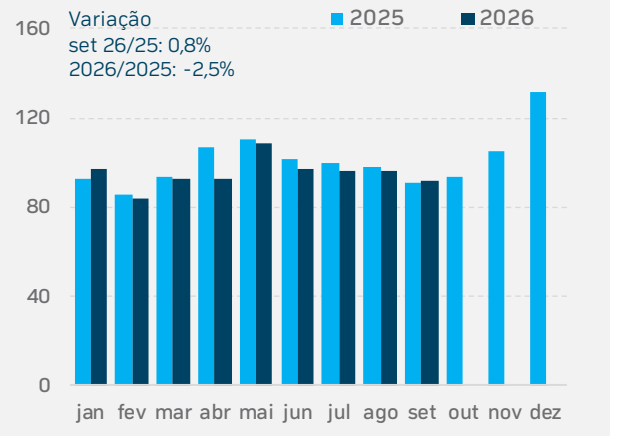
## SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (8% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 880.751 | 851.053 | 3% | 8.741.769 | 8.203.998 | 7% |
| Aluguel complementar | 196.139 | 161.644 | 21% | 1.818.164 | 1.892.468 | -4% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 631.488 | 450.613 | 40% | 4.668.451 | 4.302.212 | 9% |
| Outras receitas | 5.593 | 39.276 | -86% | 190.545 | 349.002 | -45% |
| **Receitas totais** | **1.713.971** | **1.502.586** | **14%** | **15.418.929** | **14.747.680** | **5%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (65.795) | (105.657) | -38% | (649.954) | (740.872) | -12% |
| Outras despesas | (120.191) | (120.742) | 0% | (1.245.995) | (1.251.340) | 0% |
| **Despesas totais** | **(185.986)** | **(226.399)** | **-18%** | **(1.895.949)** | **(1.992.212)** | **-5%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **1.527.985** | **1.276.187** | **20%** | **13.522.980** | **12.755.468** | **6%** |
| Resultado estacionamento | 580.295 | 472.420 | 23% | 4.846.490 | 4.094.279 | 18% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **2.108.280** | **1.748.606** | **21%** | **18.369.470** | **16.849.748** | **9%** |
| Benfeitorias | (668.206) | (22.651) | 2850% | (2.737.966) | (3.884.769) | -30% |
| Resultado não operacional | (6.203) | (68.151) | -91% | (38.783) | (94.812) | -59% |
| **Fluxo de caixa total** | **1.433.870** | **1.657.804** | **-14%** | **15.592.722** | **12.870.166** | **21%** |

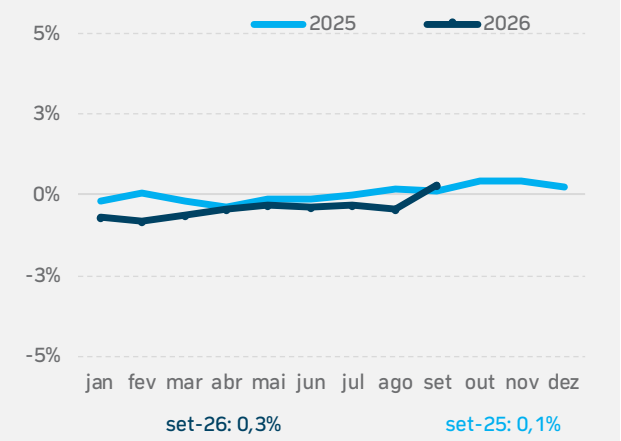
### VENDAS (R$ MM)



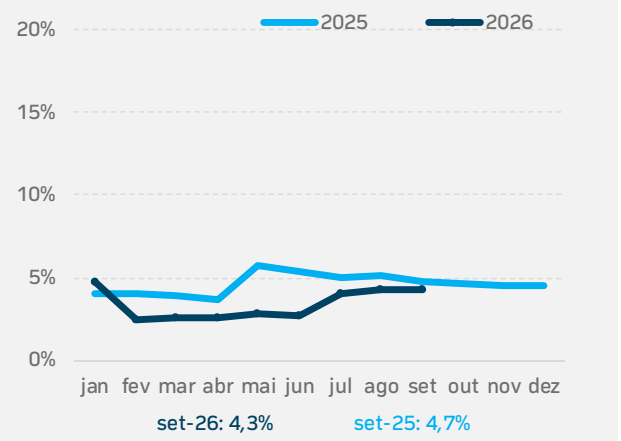

### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




### VACÂNCIA (% ABL)



## PARTAGE SANTANA SHOPPING (1% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** saídas da Glitz Mania (88 m²), QÓculos (44 m²) e Piticas (32 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 15,0% | 24,6 mil m² | 165 | 2007 | Partage |

**Principais Operações:** Cacau Show Super Store, Centauro, C&A, Riachuelo, Renner, PBKids, Track & Field, Mania de Churrasco, Temakeria (a inaugurar), Outback, UCI e Bio Ritmo.

**Endereço:** R. Conselheiro Moreira de Barros, 2.780 – São Paulo, SP partagesantana.com.br/









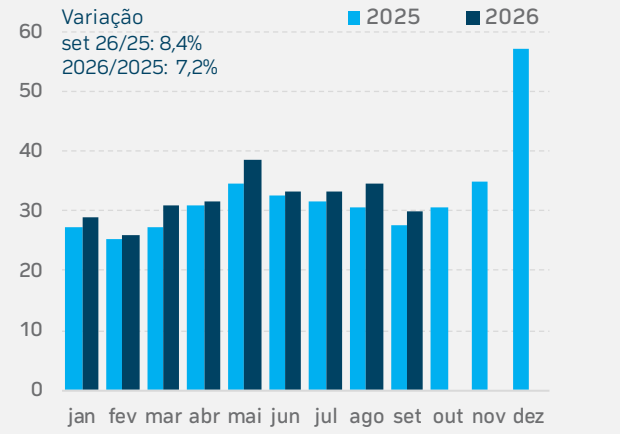


Fotos: Maurício Moreno.

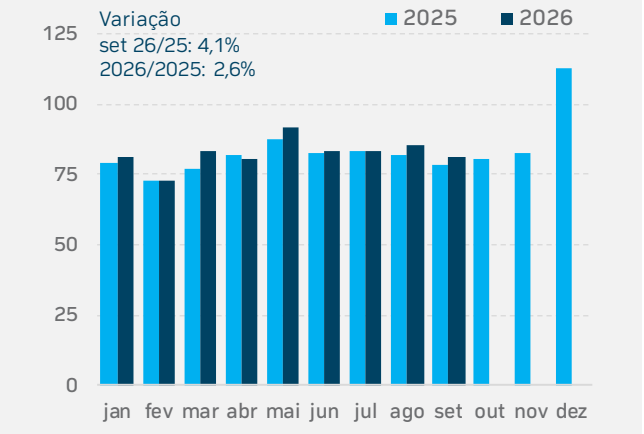
# PARTAGE SANTANA SHOPPING (1% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 1.523.247 | 1.596.676 | -5% | 15.094.596 | 15.127.249 | 0% |
| Aluguel complementar | 250.855 | 20.151 | 1145% | 2.642.801 | 2.565.808 | 3% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 392.174 | 302.335 | 30% | 3.732.825 | 3.252.559 | 15% |
| Outras receitas | 156.034 | 53.006 | 194% | 717.724 | 635.900 | 13% |
| **Receitas totais** | **2.322.310** | **1.972.167** | **18%** | **22.187.946** | **21.581.516** | **3%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (261.958) | (204.066) | 28% | (2.103.196) | (1.200.636) | 75% |
| Outras despesas | (268.155) | (169.029) | 59% | (2.425.243) | (2.568.459) | -6% |
| **Despesas totais** | **(530.113)** | **(373.094)** | **42%** | **(4.528.438)** | **(3.769.096)** | **20%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **1.792.197** | **1.599.073** | **12%** | **17.659.508** | **17.812.420** | **-1%** |
| Resultado estacionamento | 827.737 | 705.743 | 17% | 7.887.061 | 6.665.010 | 18% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **2.619.934** | **2.304.816** | **14%** | **25.546.569** | **24.477.430** | **4%** |
| Benfeitorias | (228.791) | (332.653) | -31% | (1.399.980) | (1.965.996) | -29% |
| Resultado não operacional | (102.769) | (164.233) | -37% | (901.276) | (1.392.362) | -35% |
| **Fluxo de caixa total** | **2.288.373** | **1.807.930** | **27%** | **23.245.313** | **21.119.072** | **10%** |

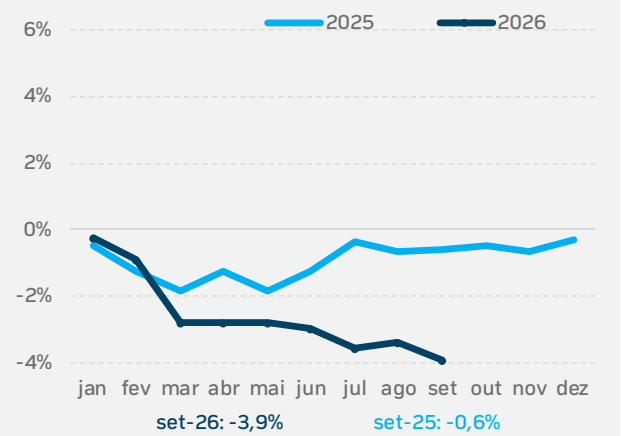
## VENDAS (R$ MM)



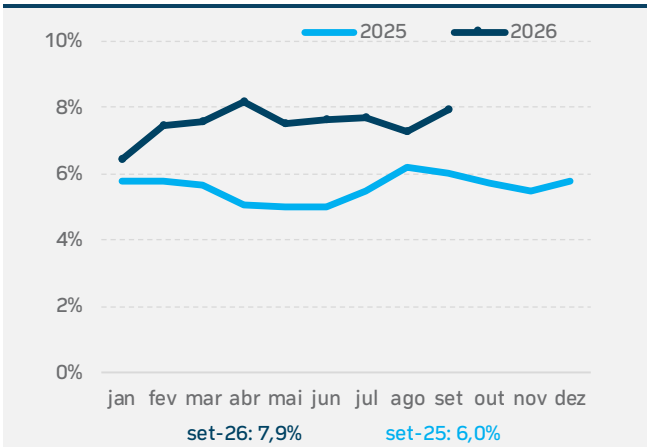

## FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




## INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




## VACÂNCIA (% ABL)



## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,6% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** entradas da AM Beauty (127 m²) e Roberta Granzotto Decor (73 m²), saídas da Gracie One Jiu Jitsu (120 m²) e Pezinho e Cia (40 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 54,0% | 25,8 mil m² | 166 | 1989 | Soul Malls |

**Principais Operações:** Bodytech, Constance, Cinelaser, Vivara, Track & Field, Le Lis Blanc, John John, Brooksfield, Avenida, Animale, Sebrae.

**Endereço:** Av. José Monteiro de Figueiredo, 500 – Cuiabá, MT www.goiabeirasshopping.com.br









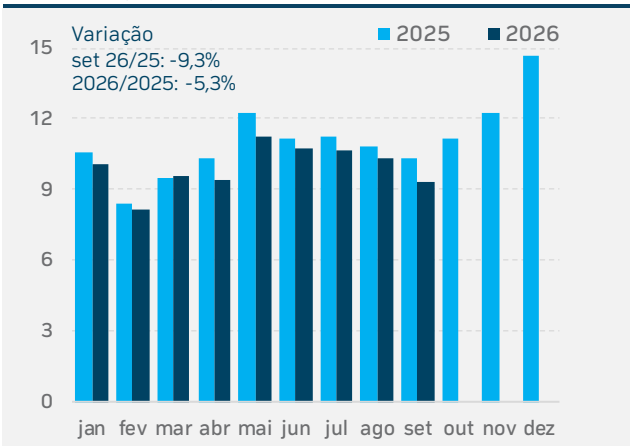




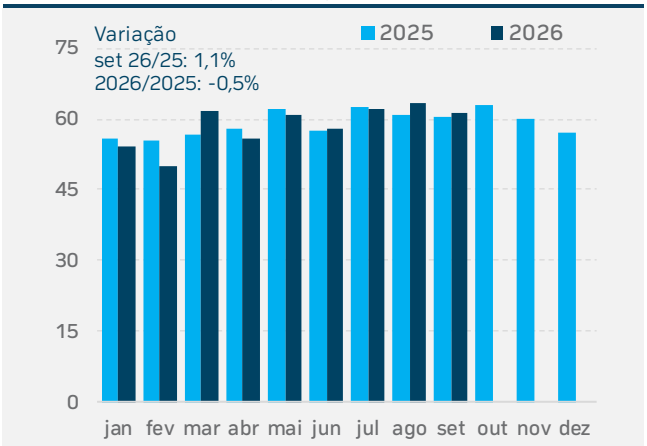

# GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,6% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 148.591 | 220.326 | -33% | 1.960.479 | 1.729.795 | 13% |
| Aluguel complementar | 43.348 | 61.435 | -29% | 570.529 | 774.976 | -26% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 81.287 | 67.187 | 21% | 1.069.446 | 710.377 | 51% |
| Outras receitas | 1.420 | 22.827 | -94% | 82.028 | 25.531 | 221% |
| **Receitas totais** | **274.647** | **371.774** | **-26%** | **3.682.482** | **3.240.679** | **14%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (750.739) | (866.586) | -13% | (8.373.211) | (7.180.384) | 17% |
| Outras despesas | (85.474) | (52.979) | 61% | (729.901) | (625.102) | 17% |
| **Despesas totais** | **(836.213)** | **(919.566)** | **-9%** | **(9.103.112)** | **(7.805.485)** | **17%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **(561.566)** | **(547.791)** | **3%** | **(5.420.630)** | **(4.564.806)** | **19%** |
| Resultado estacionamento | 2.822 | 2.657 | 6% | 19.481 | 23.906 | -19% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **(558.744)** | **(545.134)** | **2%** | **(5.401.149)** | **(4.540.900)** | **19%** |
| Benfeitorias | (82.999) | (54.958) | 51% | (387.721) | (588.632) | -34% |
| Resultado não operacional | - | - | - | - | (1.045.000) | -100% |
| **Fluxo de caixa total** | **(641.743)** | **(600.092)** | **7%** | **(5.788.870)** | **(6.174.531)** | **-6%** |

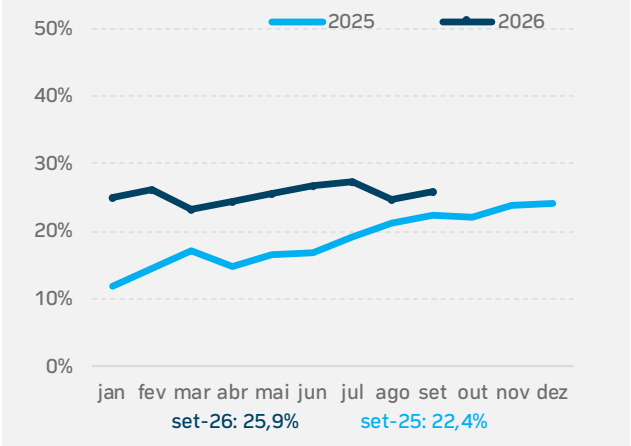
## VENDAS (R$ MM)



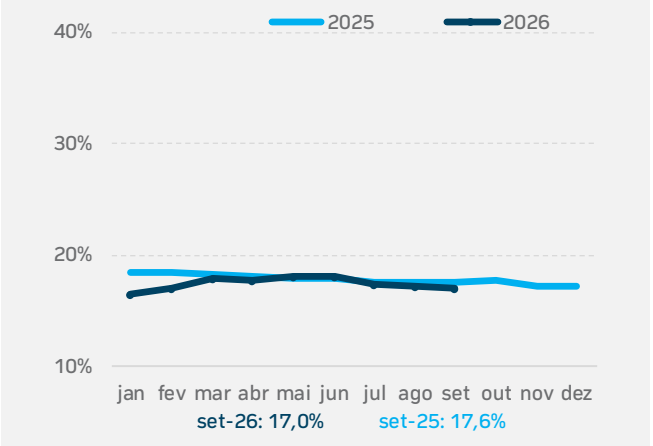

## FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




## 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 da Evolut Interiores (132 m²), Helena Couto (81 m²) e Granado Pharmacias (63 m²), saídas da TNG (68 m²) e Hido Motos (23 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 0,4% | 19,0 mil m² | 100 | 1993 | ALLOS |

**Principais Operações:** Renner, C&A, Riachuelo, Granado, Maravilhas do Lar, Magazine Luiza, Youcom, Centauro, Outback, Unimed e Posto de Emissão de Passaportes da Polícia Federal.

**Endereço:** Av. Rio Negro, 1.100, Franca, SP www.francashopping.com.br









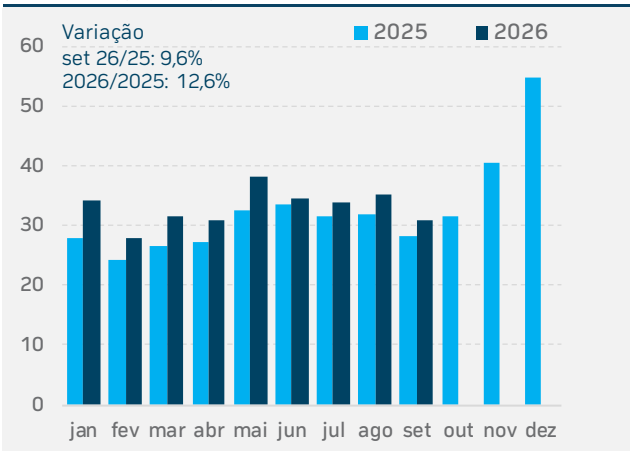




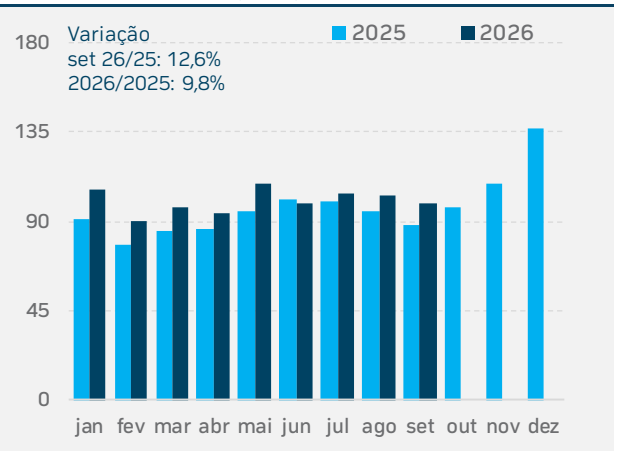
## FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping | Realizado set-26 | Realizado set-25 | Variação vs. set-25 | Acum. set-26 | Acum. set-25 | Variação acum. a/a |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aluguel mínimo | 1.254.097 | 1.181.714 | 6% | 13.518.055 | 11.270.138 | 20% |
| Aluguel complementar | 408.105 | 206.865 | 97% | 2.447.956 | 2.271.240 | 8% |
| Aluguel quiosques/mídia/eventos | 368.095 | 338.795 | 9% | 3.125.513 | 2.965.763 | 5% |
| Outras receitas | 39.843 | 8.758 | - | 700.093 | 235.494 | - |
| **Receitas totais** | **2.070.141** | **1.736.132** | **19%** | **19.791.617** | **16.742.634** | **18%** |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (88.784) | (73.788) | 20% | (330.839) | (592.522) | -44% |
| Outras despesas | (179.972) | (350.741) | -49% | (3.393.078) | (1.886.654) | 80% |
| **Despesas totais** | **(268.757)** | **(424.529)** | **-37%** | **(3.723.917)** | **(2.479.177)** | **50%** |
| **Resultado sem estacionamento** | **1.801.384** | **1.311.603** | **37%** | **16.067.701** | **14.263.458** | **13%** |
| Resultado estacionamento | 710.221 | 602.562 | 18% | 6.418.522 | 4.902.590 | 31% |
| **Resultado operacional (NOI)** | **2.511.605** | **1.914.165** | **31%** | **22.486.223** | **19.166.047** | **17%** |
| Benfeitorias | (103.674) | (131.989) | -21% | (293.666) | (1.966.872) | -85% |
| Resultado não operacional | 30.369 | (27.399) | - | 14.499 | (157.121) | - |
| **Fluxo de caixa total** | **2.438.300** | **1.754.777** | **39%** | **22.207.056** | **17.042.055** | **30%** |

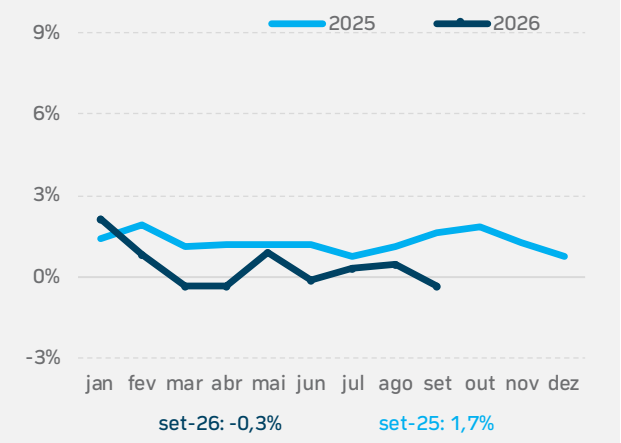
### VENDAS (R$ MM)



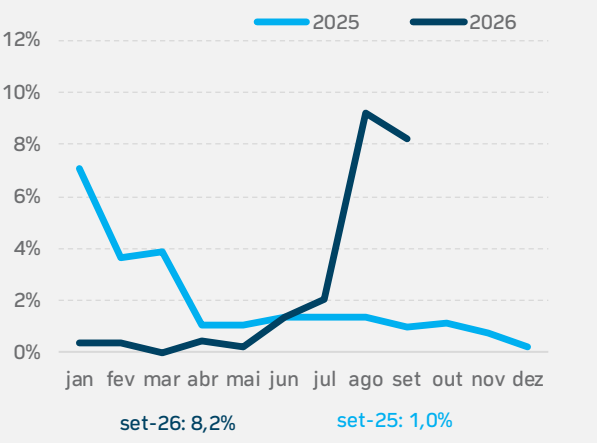

### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)




### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M




### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PARQUE D. PEDRO (18% DA CARTEIRA VIA COTAS DOS FIIs HPDP11 E PQDP11)

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 22,0% do Shopping, por meio dos fundos HPDP11 e PQDP11, já considerando a aquisição de participação adicional no ativo.

Informamos que em setembro foi assinado contrato para a entrada do Auto Shopping Parque Dom Pedro, em uma área de mais de 5,2 mil m² que era ocupada pela Telhanorte, com inauguração prevista para o mês de julho de 2027. O espaço será composto por diferentes lojas de veículos em um ecossistema próprio, proporcionando ao consumidor uma ampla diversidade de opções em um ambiente organizado e especializado.

Adicionalmente, destacamos que em julho foi assinado contrato para a entrada do Savegnago Supermercados em uma área de mais de 5 mil m² no corredor de Colinas que era ocupada pelo Carrefour, com inauguração prevista para o mês de dezembro de 2026. A chegada da rede, reconhecida como uma das líderes do setor no interior paulista, reforça o posicionamento do empreendimento em oferecer um mix conveniência e serviços de alta qualidade.

Para maiores informações, sugerimos a leitura do relatório gerencial do HPDP11 (link).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 22,7% | 126,3 mil m² | 448 | 2002 | ALLOS |

**Principais Operações:** Bodytech, C&A, Centauro, Clínica Diagmed, Daiso Japan, Decathlon, Expo Dom Pedro, H&M, Kinoplex, Magazine Luiza, Marisa, Miniso, Nike, PEP da Polícia Federal, Renner, Riachuelo, Savegnago Supermercados (a inaugurar) Zara, Barbacoa, Camarada Camarão, Empório Santa Therezinha, Giovannetti, Jangada Restaurante, Lago do Holandês, L´Entrecôte de Paris, Madero, Mamma Jamma, Ninetto, O Matuto, Olive Garden, Outback, Parrilla da Fazenda, Pecorino, Pirajá, Toca da Traíra e Temakeria e Cia.

**Endereço:** Av. Guilherme Campos 500 – Campinas, SP

https://parquedpedro.com.br/








Fotos 1, 2 e 3: Maurício Moreno.

## FLORIPA SHOPPING (3% 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% | 50,8 mil m² | 151 | 2006 | Plena Malls |

**Principais Operações:** C&A, Renner, Riachuelo, Centauro, Farm, Havan, Vivara, Smart Fit, Posto de emissão de passaportes da PF, Little Carbone, Noir Sushi, Cinemark, Renal Vida (hospital), Regus Coworking, RD Station e Serpro (corporativos); Uniavan, UniDombosco e UniFAEL (universidades).

**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. Desde 2024, o ativo passa por um retrofit completo que introduz um novo conceito de design, focado em oferecer uma experiência mais moderna, confortável e atrativa aos frequentadores. A imagem abaixo destaca o andamento da revitalização da fachada.

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 7,4% | 69,5 mil m² | 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 (0,4% 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.

Destacamos a inauguração do Centro Médico Barra D'Or, em uma área de 1,3 mil m², operação gerida pela Rede D'Or voltada a atendimentos ambulatoriais e exames. A unidade complementa o hospital Barra D'Or, inaugurado no terreno vizinho, e consolida o shopping como polo de saúde e bem-estar na Barra da Tijuca. Trata-se de uma operação âncora de alto fluxo recorrente, que reforça a estratégia de reposicionamento do mix e tende a beneficiar as demais operações do empreendimento. No seguinte link temos um tour virtual da operação.

Ainda, destacamos que foi assinado contrato para a entrada da Ironberg em uma área de 2.234 m². Esta unidade será o primeiro centro de treinamento da Ironberg no estado do Rio de Janeiro, estabelecendo um marco para a rede de academias, famosa por possuir a maior academia de musculação do mundo e por receber um grande número de celebridades e influencers digitais, que frequentam e produzem conteúdos nas academias.

As entradas reforçam a estratégia do shopping de atrair operações âncora de alto fluxo. Trata-se de uma operação estratégica de alta relevância que diversifica e qualifica o mix de conveniência e serviços, consolidando o empreendimento como um polo de saúde e bem-estar.

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|---|---|---|---|---|
| 12,4% | 56,5 mil m² | 200 | 1993 | Alqia |

**Principais Operações:** Ironberg Training Center (a inaugurar), Calebito, Cobasi, Daiso, Lojas Americanas, O Amigão, Renner, Supermarket, Outback, Bar do Adão, Bardana, Galeteria Continental, Lorelai Cucina Mediterranea, Restaurante Oliva, Yuki Cozinha Japonesa, Kinoplex, Qualistage, PEP da Polícia Federal, Centro Médico Barra D'Or.

**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 2025 | Informe Mensal |

Autorregulação ANBIMA

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: