

# Hedge Brasil Shopping FII

HGBS11



JANEIRO DE 2023

## Relatório Gerencial



<b>SUMÁRIO NAVEGÁVEL</b>	<b>pág.</b>
OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS	<b>3</b>
PALAVRA DA GESTORA	<b>4</b>
MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING	<b>6</b>
DESEMPENHO DO FUNDO	<b>11</b>
CARTEIRA DE INVESTIMENTOS	<b>15</b>
SHOPPING PENHA	<b>18</b>
SHOPPING WEST PLAZA	<b>20</b>
MOOCA PLAZA SHOPPING	<b>22</b>
TIVOLI SHOPPING CENTER	<b>24</b>
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING	<b>26</b>
SHOPPING VILLA LOBOS	<b>28</b>
I FASHION OUTLET	<b>30</b>
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA	<b>32</b>
SANTANA PARQUE SHOPPING	<b>34</b>
SUZANO SHOPPING	<b>36</b>
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER	<b>38</b>
FRANCA SHOPPING	<b>40</b>
SHOPPING PARQUE D. PEDRO	<b>42</b>
SHOPPING JARDIM SUL	<b>43</b>
FLORIPA SHOPPING	<b>44</b>
GRAND PLAZA SHOPPING	<b>45</b>
VIA PARQUE SHOPPING	<b>46</b>
GLOSSÁRIO	<b>47</b>
DOCUMENTOS	<b>48</b>



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



## OBJETIVO DO FUNDO

O **Hedge Brasil Shopping FII** tem como objetivo auferir rendimentos pela aquisição e exploração comercial de participações em shopping centers construídos e em operação com pelo menos 15.000 m<sup>2</sup> de área bruta locável (ABL), localizados em regiões com área de influência de, no mínimo, 500 mil habitantes e administrados por empresas especializadas, atuando de forma ativa na gestão da carteira de investimentos.

## INFORMAÇÕES GERAIS

<b>COTA PATRIMONIAL</b> <b>R\$ 221,39</b>	<b>INÍCIO DAS ATIVIDADES</b> Novembro de 2006
<b>COTA DE MERCADO</b> <b>R\$ 184,00</b>	<b>ADMINISTRADORA</b> Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.
<b>VALOR DE MERCADO</b> <b>R\$ 1,84 bi</b>	<b>GESTORA</b> Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.
<b>QUANTIDADE DE COTAS</b> <b>10.000.000</b>	<b>TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão)</b> 0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas
<b>QUANTIDADE DE COTISTAS</b> <b>91.264</b>	<b>TAXA DE PERFORMANCE</b> Não há
<b>ABL PRÓPRIA*</b> <b>182,6 mil m<sup>2</sup></b>	<b>OFERTAS CONCLUÍDAS</b> Oito emissões de cotas realizadas
	<b>CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO</b> HGBS11
	<b>TIPO ANBIMA</b> FII Renda Gestão Ativa – Shoppings
	<b>PRAZO</b> Indeterminado
	<b>PÚBLICO ALVO</b> Investidores em geral

## FAÇA PARTE DO NOSSO MAILING



**Cadastre-se**

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

## RELAÇÃO COM INVESTIDORES

Para comentários, críticas e sugestões, mande e-mail para [ri@hedgeinvest.com.br](mailto:ri@hedgeinvest.com.br).



\* Para efeitos deste relatório, os investimentos nos shoppings Parque D. Pedro, Via Parque, West Plaza, Floripa, Grand Plaza e Jardim Sul por meio dos fundos HPDP11, PQDP11, FVPQ11, WPLZ11, FLRP11, ABCP11 e JRDM11, respectivamente, são considerados ativos imobiliários.

Fonte: Hedge / Administradoras dos shoppings / Economática; Data base das informações: 31/01/2023.



## PALAVRA DA GESTORA

### CENÁRIO MACRO E POLÍTICO

Esse começo de ano foi realmente surpreendente. Sem dúvida, os agrupamentos de pessoas em frente aos quartéis criaram uma situação que não parecia que fosse terminar bem. A resiliência dos manifestantes e a distância que já ia se verificando da data da eleição criaram um impasse que deveria ter sido resolvido de forma pacífica e ordenada pelos governos estaduais ou mesmo municipais das cidades em que havia tais manifestações. A demora em encaminhar uma solução para essa situação fez subir a tensão e criou um ambiente que favorecia aventuras, mas não esperávamos que fosse haver uma tentativa de golpe com a invasão da Praça dos Três Poderes por manifestantes. A depredação do patrimônio público que se seguiu, em conjunto com a falta de coordenação dos acontecimentos e a total inação das autoridades do governo do Distrito Federal causaram perplexidade. A tentativa de golpe de 08 de janeiro vai entrar para a nossa história como um episódio triste, porém patético, no sentido em que ficou claro, em poucas horas, a total falta de sincronia entre os supostos agentes golpistas e eventuais lideranças políticas ou militares que poderiam ter dado sequência e amplitude ao estopim que foi aceso em Brasília. O que fica é a preocupação com a polarização política que se verifica hoje no país, a ameaça institucional que essa polarização passa a representar e a desconfiança que analistas e investidores ao redor do mundo possam ter sobre a nossa estabilidade institucional. Afinal, eventos como esse costumam ocorrer apenas em republiquetas do terceiro mundo em que as instituições democráticas não estejam consolidadas. Enfim, esperamos que a resposta dada pelos três poderes constituídos da República, que foi rápida e alinhada, ponha fim a essas iniciativas antidemocráticas e possamos nos concentrar nos desafios que o novo governo tem que enfrentar para colocar o Brasil na esteira do crescimento outra vez.

Entrando agora nos acontecimentos econômicos, tivemos em janeiro valorização do real de 2,27%, com forte fluxo de entrada em investimentos na B3 (R\$ 12,25 bi), valorização do Ibovespa de 3,37% e queda no IFIX da ordem de 1,60%. Ao longo do mês, ou mesmo, desde a eleição de Lula, as expectativas em relação ao comportamento futuro dos juros têm se deteriorado. Havia expectativa ao fim do governo Bolsonaro, ou pouco antes da eleição, de que em 2023 deveríamos ter o início do ciclo de suavização do aperto monetário e que o Banco Central começaria a baixar os juros no segundo trimestre de 2023, encerrando o ano com a SELIC provavelmente abaixo de 12%, talvez até a 11%. Fato é, que a PEC da Transição já evidenciou qual será o endereçamento da questão fiscal a ser promovido pelo governo Lula, resultando em um provável déficit primário da ordem de R\$ 231 bi em 2023, e isso sem dúvida alguma começou a gerar desconfiança no mercado em relação à capacidade do Bacen de baixar juros em um ambiente fiscal desancorado. O ministro Haddad até tentou melhorar as expectativas, com declarações de respeito à estabilidade fiscal e anúncios de um provável pacote que teria a capacidade, no limite, de zerar esse déficit ainda em 2023, cortando renúncias fiscais e contando com aumento de arrecadação, entre outras medidas, mas esse discurso por enquanto está se sustentando apenas na retórica e não em medidas ou atitudes. Por outro lado, o atual presidente tem sido um forte elemento de instabilidade ao se pronunciar, muitas vezes de forma contundente e agressiva, contra a independência do Banco Central e contra a condução da política monetária executada pelo presidente do Bacen e seus diretores. Falta ao presidente Lula a percepção de que a política monetária conduzida pelo Bacen tem que ser sincronizada com a política fiscal implementada pelo governo, através do Ministério da Fazenda e seus órgãos subjacentes, como bancos públicos, autarquias e demais entidades que possam influenciar e direcionar as taxas de crédito, que funcionam sob a influência da taxa Selic, mas também do direcionamento do governo federal. Quanto mais alinhadas as conduções das políticas monetária e fiscal, mais rápido será a convergência da inflação para os níveis desejados e mais vigorosa será a recuperação econômica do país. A grande vantagem da independência do Banco Central em conjunto com o descasamento do mandato com o calendário das eleições presidenciais é justamente evitar a politização da condução da política monetária pelo governo central, permitindo que o Bacen se concentre no seu mandato de busca de convergência com as metas de inflação definidas pelo Conselho Monetário Nacional (CMN).

Outro debate importante ao longo do mês foi sobre a adequação do atual nível das metas de inflação. O CMN definiu que a meta para 2023 será de 3,25% e para 2024 de 3,00%, com isso o Bacen utiliza-se da política monetária para tentar alcançar as metas e pode, nessa sua tentativa de perseguir o cumprimento desse objetivo, promover, por exemplo, uma recessão. Se a meta fosse mais alta, talvez os juros não precisassem ser tão altos. De certa forma, esse é o racional que norteia o discurso de Lula e parte de seus seguidores. Esse debate sobre qual seria o nível adequado de inflação para cada país não ocorre só aqui, e temos acompanhado esse debate no mundo desenvolvido também. Economistas consagrados e até laureados com o prêmio Nobel,



como Olivier Blanchard e Paul Krugman, entendem que os Estados Unidos deveriam subir a sua meta de inflação para 3%, vindo do atual patamar de 2%. Se estendêssemos esse raciocínio para o Brasil, muito provavelmente chegaríamos à conclusão de que nossas metas atuais são ambiciosas demais. Além da pandemia que paralisou a economia e desorganizou as cadeias produtivas ao redor do mundo, temos agora uma nova realidade geopolítica que deve trazer maior protecionismo nas trocas comerciais entre os países e aumento de gastos com defesa e armamento nas principais economias do mundo. O que está faltando é promover esse debate em alto nível, e não de forma histriônica, pela imprensa, como subterfúgio para poder baixar juros. Deve haver um compromisso firme do governo em promover a sustentabilidade fiscal e a partir daí cabe um questionamento sobre quais níveis de inflação o Bacen deve perseguir para promover o crescimento econômico do país sem o risco da volta da inflação.

Continuamos otimistas apesar do começo do ano não ter sido o que esperávamos. Acreditamos que ao longo dos próximos meses o governo se ajustará e achará seu caminho, que passa pela recuperação econômica e por políticas públicas, como as reformas tributária e administrativa, além da definição de uma ancoragem fiscal, que permitirão a redução dos juros e com isso a retomada de uma perspectiva positiva para os mercados de renda variável no Brasil.

Mais uma vez agradecemos a confiança em nós depositada,

**Equipe Hedge Investments**

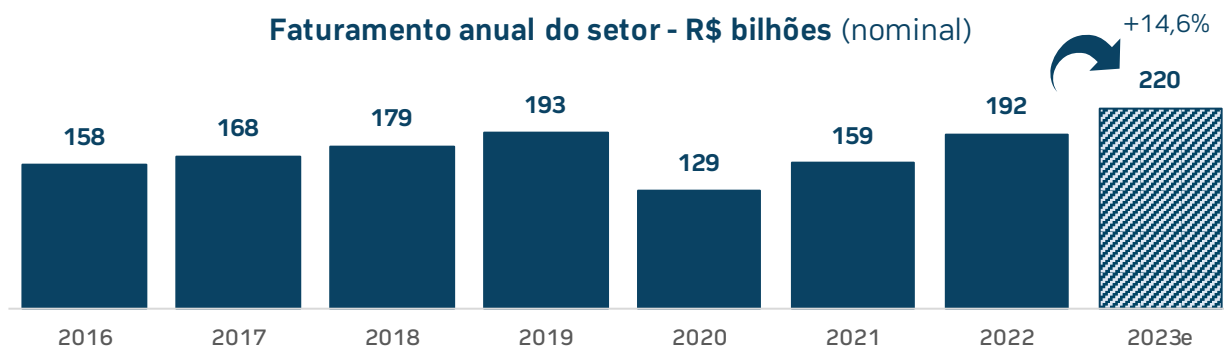


## MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING

### CENSO BRASILEIRO DE SHOPPING CENTERS 2022/2023 (ABRASCE)

Trazemos nesta edição os principais destaques do Censo brasileiro de shopping centers, publicação anual da Abrasce, que se tornou uma das principais referências de dados e informações da indústria no país.

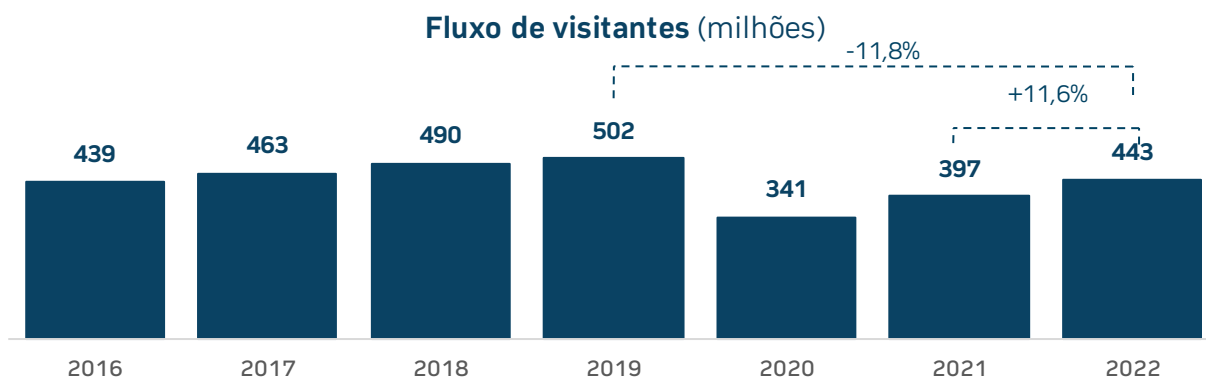
Segundo o estudo, em 2022, o setor de shopping centers no Brasil apresentou faturamento de R\$ 191,8 bilhões, um crescimento, em termos nominais, de 20,5% vs. 2021 e praticamente em linha com o realizado em 2019, último ano completo antes da pandemia. Vale lembrar que o início de 2022 foi marcado pelo avanço da variante Ômicron da COVID-19, o que impactou as vendas do período. Para 2023, é esperado um faturamento 14,6% superior ao de 2022.



Quando analisamos os valores de faturamento por m<sup>2</sup>, o setor apresentou crescimento de 18,5% vs 2021 e uma queda de 4,8% vs. 2019. Vale destacar que entre 2019 e 2022, a ABL total da indústria apresentou crescimento de 4,5%. Para 2023, considerando a ABL dos empreendimentos a serem inaugurados no ano, é estimado um crescimento de 12,8% frente a 2022 e de 7,4% vs. 2019.



Já o fluxo de visitantes, apresentou queda de 11,8% quando comparado a 2019 e um crescimento de 11,6% vs. 2021.



Fonte: Abrasce, Hedge



## DESTAQUES OPERACIONAIS DO PORTFÓLIO

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de dezembro. Vale destacar, que a partir deste mês, após a mudança de gestão, os dados do FLRP11 passam a ser considerados nos indicadores operacionais do HGBS.

**VENDAS:** O portfólio do Fundo apresentou vendas/m<sup>2</sup> de R\$ 1.780 em dezembro, o que representa um crescimento de 12,8%, considerando o portfólio atual vs. portfólio de dezembro de 2019. Vale mencionar que no período foram adquiridos diversos imóveis<sup>1</sup> e se considerarmos o portfólio atual, observaríamos um crescimento de 11,8% neste indicador. Comparando o ano de 2022 vs. 2019, observamos um crescimento de 6,8% no primeiro critério e de 9,4%, considerando o portfólio atual do Fundo.

**VACÂNCIA:** O fundo encerrou dezembro com 6,1% da ABL vaga vs. 6,4% em novembro, sendo principal responsável a inclusão do FLRP que apresentou vacância de 1,33% em dezembro de 2022.

**NOI/M<sup>2</sup>:** Em dezembro, o NOI/m<sup>2</sup> do Fundo foi de R\$ 87,7/m<sup>2</sup>, uma queda de 4,5%, considerando portfólio atual vs. o portfólio de dezembro de 2019. Excluindo da base a receita não recorrente de R\$ 2,8 milhões recebida em dezembro de 2019 pelo Shopping Penha e de R\$ 2 milhões no Goiabeiras, o NOI/m<sup>2</sup> do Fundo neste mês apresentaria crescimento de 30,0% vs. o portfólio de dez-19. Já no ano, o crescimento foi de 10,2% vs. 2019 e, retirando a receita não recorrente, o crescimento seria de 13,7%. Os destaques do mês foram: Mooca, São Bernardo, Villa Lobos e Outlet Novo Hamburgo.

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

<sup>1</sup> Imóveis adquiridos desde setembro de 2019: Suzano, West Plaza, Villa Lobos, Grand Plaza, Jardim Sul, Floripa e Franca, além de participação adicional no Praça da Moça.

Dezembro - 2022					VENDAS (100%)			NOI (100%)		
Portfólio <sup>1</sup>	% da Carteira	Part.	ABL (100%)	Vacância	Vendas/m <sup>2</sup>	R\$/m <sup>2</sup> vs. Dez/19	YTD vs. 2019.	R\$ mil NOI/m <sup>2</sup>	R\$/m <sup>2</sup> vs. Dez/19	YTD vs. 2019
Penha	15%	88%	29.899	4,8%	2.306	16,5%	13,5%	98,5	-41,6%*	3,8%*
West Plaza	12%	89%	36.780	11,4%	1.090	-9,4%	-4,7%	60,6	2,4%	-3,8%**
Pq D. Pedro	11%	10%	126.500	0,9%	1.949	12,3%	10,6%	127,1	13,9%	13,4%
Mooca	9%	20%	42.068	0,2%	3.148	26,5%	24,0%	185,1	61,2%	26,1%
Tivoli	8%	59%	25.665	0,7%	1.916	11,0%	7,7%	86,8	18,5%	17,4%
São Bernardo	8%	35%	42.859	1,2%	1.728	15,6%	12,5%	99,1	42,8%	22,2%
Villa Lobos	7%	15%	28.246	1,8%	3.735	23,2%	19,4%	248,6	33,2%	11,5%
IFONH	5%	49%	20.048	4,7%	2.152	21,1%	24,9%	84,0	29,6%	52,1%
Pr. da Moça	5%	23%	30.128	0,9%	1.973	8,4%	14,2%	112,5	16,4%	14,1%
Floripa	4%	25%	47.968 <sup>3</sup>	1,3%	1.151	15,3%	10,9%	61,9	24,9%	21,1%
Santana	3%	15%	26.565	4,5%	1.801	-2,5%	-3,2%	101,6	11,0%	-0,7%
Suzano	2%	15%	24.592	2,0%	1.755	18,0%	14,5%	108,1	27,8%	34,8%
Goiabeiras	1,65%	54,0%	26.292	26,1%	495	-28,0%	-28,9%	-20,3	na	na
Franca	0,04%	0,4%	18.677	0,6%	2.135	7,5%	2,3%	122,2	48,5%	17,1%
HGBS <sup>1 2</sup>	-	-	165.257	6,1%	1.780	12,8%	6,8%	87,7	-4,5%	10,2%
<b>HGBS Ajustado<sup>4</sup></b>	-	-	<b>165.257</b>	<b>6,1%</b>	<b>1.780</b>	<b>12,8%</b>	<b>6,8%</b>	<b>87,7</b>	<b>30,0%</b>	<b>13,7%</b>

<sup>1</sup> Não considera Via Parque, Jardim Sul e Grand Plaza visto que não temos acesso aos números

<sup>2</sup> Indicadores próprios, considerando a participação do Fundo em cada ativo

<sup>3</sup> Não considera a ABL das lajes corporativas presentes no empreendimento.

<sup>4</sup> Ajustado por valores não recorrentes recebidos em 2019

\* Excluindo da base valores não recorrentes recebidos em dez-19, a variação seria positiva em 34,9% no mês, em 15,3% no ano

\*\* Excluindo da base valores não recorrentes recebidos em abril de 2019, a variação seria positiva em 2,5%.

Fonte: Hedge, Administradoras.

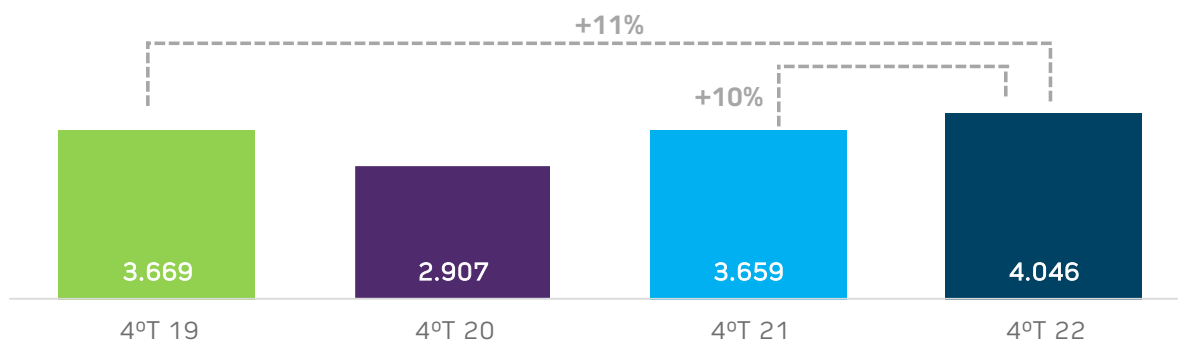


## INDICADORES TRIMESTRAIS

Neste mês, trazemos abaixo os indicadores do portfólio referente ao quarto trimestre de 2022.

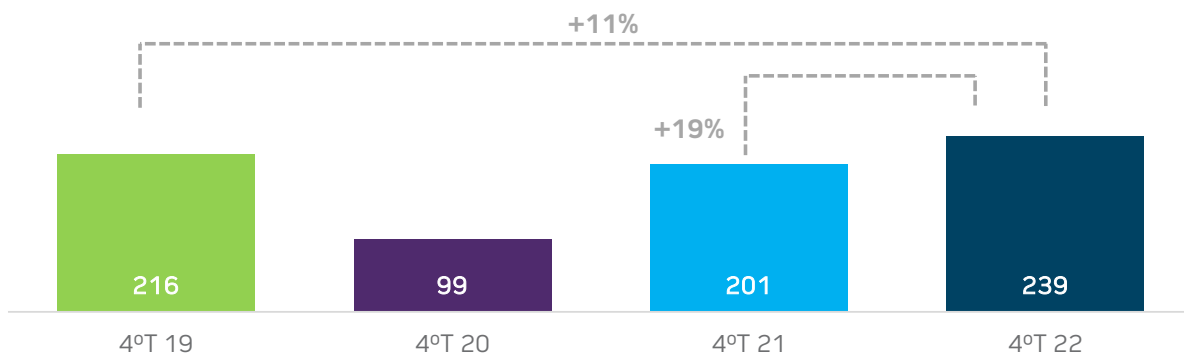
### VENDAS POR METRO<sup>2</sup>

O fundo apresentou vendas de R\$ 4.046/m<sup>2</sup> no quarto trimestre de 2022, o que um crescimento de 11% tanto em relação ao quarto trimestre de 2021 quanto em relação ao quarto trimestre de 2019. Quando comparamos com o quarto trimestre de 2019, os principais destaques foram: Mooça (+22%), I Fashion (+22%) e Penha (+14%).



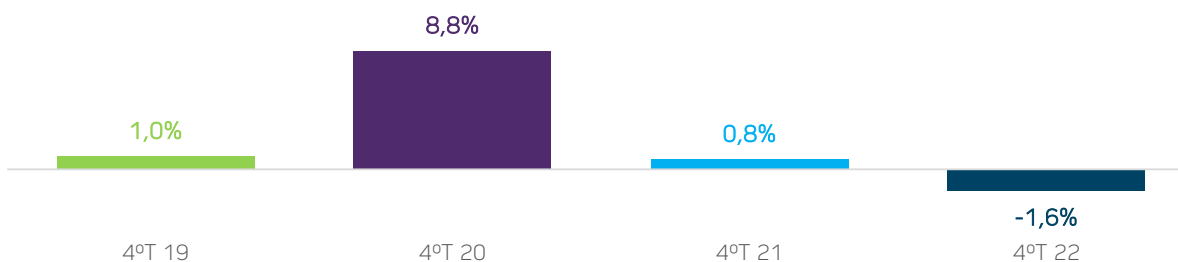
### NOI POR METRO<sup>2</sup>

O NOI/m<sup>2</sup> do portfólio do fundo ficou em R\$ 239/m<sup>2</sup> no quarto trimestre de 2022, um aumento de 19% em relação ao mesmo período de 2021 e de 11% em relação ao quarto trimestre de 2019. Vale destacar, que excluindo da base valores não recorrentes recebido pelo Penha e Goiabeiras em dez-19, teríamos um crescimento de 25% neste indicador vs. o apresentado no quarto trimestre de 2019.



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA DO TRIMESTRE

Abaixo trazemos a inadimplência líquida do portfólio no quarto trimestre, comparado ao realizado nos mesmos trimestres dos anos anteriores. Como é possível observar, no 4º trimestre de 2022, a inadimplência líquida ficou negativa 1,6%, abaixo do realizado no mesmo período de 2019.



Fonte: Hedge, Administradoras



## AQUISIÇÃO DE FRAÇÃO DE 40% DO SHOPPING JARDIM SUL

Conforme Termo de Apuração, divulgado ao mercado em 10 de janeiro ([link](#)), os cotistas do JRDM11 aprovaram a venda da fração de 40% do Shopping Jardim Sul detida pelo fundo ao HGBS pelo valor de R\$ 217.763.000,00. É importante ressaltar que além da aprovação da venda em Assembleia Geral de cotistas do JRDM11, a operação está sujeita à superação de condições adicionais usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização, em termos satisfatórios, de levantamento de todas as informações necessárias a fim de garantir a segurança jurídica do negócio imobiliário objeto desta operação, conforme previsto na proposta de aquisição anexa ao pedido de convocação da AGE.

## REAVALIAÇÃO DOS IMÓVEIS DO FUNDO

Por fim, informamos que, em 08 de fevereiro, foram divulgados na [página](#) do Fundo todos os laudos de avaliação dos ativos em que o Fundo detém participação direta na data base de dezembro de 2022, utilizados para a marcação a valor justo do patrimônio do Fundo na referida data. A divulgação do laudo visa proporcionar maior grau de informação aos investidores, reforçando o compromisso da Hedge com a transparência.

## LOJAS AMERICANAS

Conforme amplamente noticiado, a crise da Americanas S.A. ("Americanas") iniciou-se a partir de fato relevante divulgado em 11 de janeiro, por meio do qual a empresa comunicou a identificação de inconsistências em lançamentos contábeis da ordem de R\$ 20 bilhões. A partir de então, iniciou-se um processo que culminou com o pedido, acatado pela justiça do Rio de Janeiro, de recuperação judicial da empresa, em 19 de janeiro. Neste documento, a empresa divulgou sua dívida que totaliza R\$ 43 bilhões para aproximadamente 16,3 mil credores.

Considerando estes acontecimentos, destacamos abaixo informações e impactos das Americanas nos shoppings que compõe a carteira do HGBS.

Antes, porém, apresentamos uma rápida contextualização desta operação e sua importância para os shopping centers. Considerando que se trata de uma marca bastante conhecida pelos consumidores e que oferece uma vasta gama de produtos, é considerada bastante importante para composição do *tenant mix* de muitos empreendimentos, contribuindo para a atratividade de público (e mesmo de novos lojistas). Em geral, ocupam grandes áreas, classificadas como âncoras, porém com contribuição de aluguéis (em R\$/m<sup>2</sup>) significativamente inferiores aos de lojas menores (satélites). Os benefícios trazidos por esta operação são mais evidentes em empreendimentos novos e ainda não maduros.

No portfólio do HGBS, a marca está presente em 14 dos 17 shoppings da carteira e, conforme Comunicado ao Mercado divulgado em 12 de janeiro ([link](#)), os aluguéis contratados por ela representa 1,28% das receitas totais do Fundo, considerando os últimos 12 meses.

Considerando estes 14 shoppings, até o presente momento, em 3 deles os boletos com vencimento em janeiro/23 foram regularmente pagos. No entanto, em 11 destes shoppings, os boletos não foram pagos e a Americanas se encontra inadimplente. Destacamos que estes boletos correspondem à competência de dezembro/22 (portanto anteriores ao início da recuperação judicial e devem compor os créditos quirografários (que não possuem tratamento diferenciado) da empresa, habilitados no processo de recuperação judicial, conforme será detalhado a seguir.

Computando os boletos que estão inadimplentes, e ponderando-os pela participação do HGBS nos respectivos shoppings, apuramos um montante correspondente a R\$ 563 mil de boletos em aberto, ou o equivalente a **R\$ 0,06 / cota\***. Ressalta-se que estes boletos contemplam não apenas valores de aluguéis, como também despesas condominiais e fundo de promoção.

Em relação à competência de janeiro/23, embora os boletos ainda não tenham sido faturados, é esperado que o *pro rata* até a data de início da recuperação judicial (19/jan) também venham a compor os créditos quirografários do processo.

Destaca-se que a empresa divulgou uma lista com a indicação individual dos valores devidos a cada um dos cerca de 16,3 mil credores. Nesta lista constam créditos de alguns dos shoppings da carteira do HGBS (conforme tabela abaixo). Ponderando tais valores pela participação do Fundo em cada ativo, chegamos a um montante total de R\$ 1,2 mm, ou o equivalente a **R\$ 0,12 / cota** (neste caso, também considerando, além do aluguel, despesas condominiais e fundo de promoção). Verifica-se, portanto, diversas inconsistências em relação aos valores dos boletos em aberto nos respectivos shoppings (embora, para boa parte dos ativos, os valores sejam



exatamente os mesmos). Cabe pontuar que as administradoras dos shoppings estão tomando as medidas cabíveis para ajustar tais inconsistências perante o judiciário.

Shopping	Créditos habilitados (total shopping)	Participação HGBS	Créditos ponderados (HGBS)
Shopping Penha	R\$1.170.946,03	87,60%	R\$1.025.313,13
Shopping Parque Dom Pedro	R\$737.218,99	10,30%	R\$76.136,90
Shopping Praça da Moça	R\$273.355,90	23,10%	R\$63.035,87
São Bernardo Plaza Shopping	R\$54.246,43	35,00%	R\$18.986,25
Tivoli Shopping Center	R\$19.958,91	59,00%	R\$11.775,76
Goiabeiras Shopping Center	R\$3.225,66	54,00%	R\$1.741,53
Via Parque Shopping	R\$6.239,82	12,40%	R\$773,71
Franca Shopping	R\$1.095,00	0,40%	R\$4,05
Shopping West Plaza	R\$0,00	88,90%	R\$0,00
Shopping Jardim Sul	R\$0,00	17,70%	R\$0,00
Floripa Shopping	R\$0,00	23,80%	R\$0,00
Grand Plaza Shopping	R\$0,00	7,50%	R\$0,00
Santana Parque Shopping	R\$0,00	15,00%	R\$0,00
Suzano Shopping	R\$0,00	15,00%	R\$0,00
Mooca Plaza Shopping		<i>Não há Americanas</i>	
Shopping Villa Lobos		<i>Não há Americanas</i>	
I-Fashion Outlet		<i>Não há Americanas</i>	
	<b>Total</b>		<b>R\$1.197.767,21</b>
	<b>R\$ / Cota</b>		<b>R\$0,12</b>

Fonte: Americanas S.A. ([lista de credores](#))

Em relação às obrigações referentes ao período posterior ao início da recuperação judicial (competência a partir de 13/jan), temos a expectativa de que venham a ser regularmente honradas. Em caso de não pagamento, os shoppings poderão ingressar com ações de despejo e execução, mesmo a empresa estando em RJ. Tal expectativa apoia-se no posicionamento majoritário da jurisprudência sobre a nossa legislação o qual reconhece que a recuperação judicial em curso não impede a retomada da posse por ação de despejo por se priorizar o direito de propriedade do locador e por aplicação analógica do artigo 49, § 3º da Lei 11.101/2005 (que prevê que alguns contratos que versam sobre imóveis, direitos de propriedade etc., não se sujeitam aos efeitos da recuperação judicial). Adicionalmente, caso a empresa seja incapaz de sustentar as despesas correntes necessárias à sua operação, tais como aluguel, condomínio e fundo de promoção, demonstrará claramente não ter condições de se sustentar operacionalmente, o que, por consequência colocaria em xeque a expectativa de sua recuperação. Seguimos atentos e avaliando o desfecho para tomarmos as medidas adequadas. Destaca-se que, conforme demonstrado, os impactos desta operação ao HGBS são pouco expressivos, haja visto a pequena representatividade dos créditos em questão em relação ao total de receitas do Fundo. Destaca-se ainda o montante de resultado acumulado e não distribuído pelo Fundo (equivalente a R\$ 1,96 / cota em jan) que poderá ser utilizado para minimizar eventuais impactos.

Como consequência de todo este processo, enxergamos excelentes oportunidades, especialmente para aqueles ativos mais maduros e com baixa vacância. A eventual descontinuidade e desocupação das Americanas pode ser benéfica a estes shoppings. Ainda que possam impactar os indicadores de vacância, receitas e despesas no curto prazo, temos a leitura de que podem ser muito oportunas no médio/longo prazo, já que abriria espaço para a ocupação com outras operações mais rentáveis e qualificadas, aderentes às necessidades atuais destes empreendimentos.

\*Nesta análise não estão computados os boletos do ABCP11 e FVPQ11 para os quais o administrador destes fundos informou impacto referente à inadimplência de 0,38% e 1,50% do NOI de cada shopping respectivamente. Ponderando estes dados pela participação do HGBS em cada um destes fundos, e partindo-se de uma projeção nossa de NOI para cada ativo, estimamos um impacto adicional de R\$ 0,01 / cota do HGBS.



## DESEMPENHO DO FUNDO

### RESULTADO

O Fundo distribuirá R\$ 1,40 / cota como rendimento referente ao mês de janeiro de 2023, considerando as 10.000.000 cotas no fechamento. O pagamento será realizado em 14 de fevereiro de 2023, aos detentores de cotas em 31 de janeiro de 2023.

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 e despesas operacionais do Fundo.

Para entender no detalhe o resultado do Fundo, recomenda-se analisar a Planilha de Fundamentos disponível na [página](#) do Fundo.

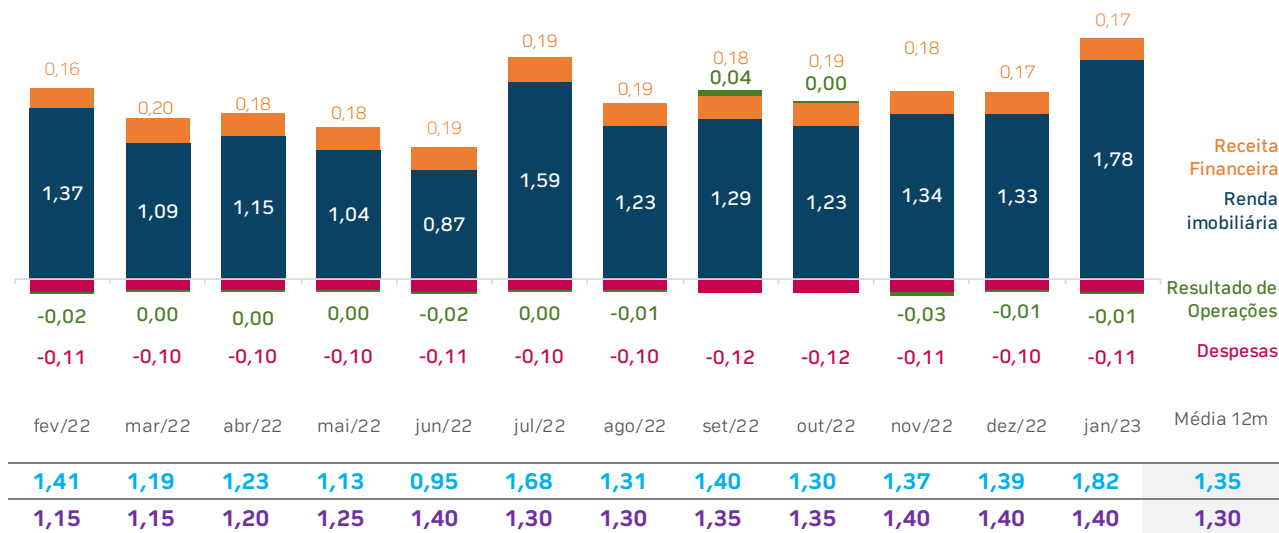
HGBS 11	jan-23	2023	12 Meses
<b>Receita Imobiliária</b>	<b>17.773.537</b>	<b>17.773.537</b>	<b>153.061.763</b>
Imóveis	13.803.888	13.803.888	112.672.309
FIIs Estratégicos - Rendimento	3.969.649	3.969.649	40.389.454
<b>Outras Receitas</b>	<b>1.702.923</b>	<b>1.702.923</b>	<b>21.900.846</b>
FIIs Líquidos - Rendimento	1.402.649	1.402.649	17.932.177
CRI	212.645	212.645	2.457.797
LCI	-	-	-
Renda Fixa	87.628	87.628	1.510.872
<b>Total de Despesas</b>	<b>(1.122.151)</b>	<b>(1.122.151)</b>	<b>(12.597.425)</b>
<b>Resultado Operacional</b>	<b>18.354.309</b>	<b>18.354.309</b>	<b>162.365.185</b>
<b>Lucro Operações</b>	<b>(146.083)</b>	<b>(146.083)</b>	<b>(593.174)</b>
Imóveis	-	-	-
FIIs Estratégicos - Ganho de Capital	-	-	593.914
FIIs Líquidos - Ganho de Capital	(146.000)	(146.000)	(1.185.096)
IR Ganho FII	(83)	(83)	(1.992)
<b>Resultado HGBS11</b>	<b>18.208.226</b>	<b>18.208.226</b>	<b>161.772.011</b>
Rendimento HGBS11	14.000.000	14.000.000	156.500.000
<b>Resultado Médio / Cota</b>	<b>1,82</b>	<b>1,82</b>	<b>1,35</b>
<b>Rendimento Médio / Cota</b>	<b>1,40</b>	<b>1,40</b>	<b>1,30</b>

**Renda Imobiliária:** Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FII Estratégico - Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FII HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11, ABCP11 e JRDM11. **Outras Receitas:** FII Líquidos - Rendimento: rendimentos nos investimentos em FII não estratégicos. CRI/LCI: a receita de LCI é considerada somente quando da sua liquidação financeira. **Lucros Operações:** diferença entre valor de venda e valor de aquisição dos ativos, incluindo custos relacionados. **Despesas:** diretamente relacionadas ao Fundo, tais como taxa de administração, honorários jurídicos, assessoria técnica, contábil e imobiliária, taxas CVM e B3.

Fonte: Hedge



## RESULTADO GERADO E RENDIMENTOS DISTRIBUÍDO (R\$ / COTA)



### Resultado - Rendimento

## PROJEÇÃO DE RESULTADO E RENDIMENTO ACUMULADO

Considerando as premissas de projeção de resultados para os ativos do Fundo, indicamos o patamar de rendimentos mensal médio para o primeiro semestre de 2023 em R\$ 1,40 / cota.

Durante o ano de 2022, o rendimento mensal médio distribuído pelo Fundo foi de R\$ 1,28 / cota, sendo uma média de R\$ 1,22 no primeiro semestre e de R\$ 1,35 no segundo semestre. Para o primeiro semestre de 2023, considerando as premissas de projeção de resultados para os ativos do Fundo, indicamos o patamar de rendimentos mensal médio R\$ 1,40 / cota, o que representa um crescimento de 15,1% em comparação ao que foi distribuído no primeiro semestre do ano anterior.

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.

Adicionalmente, informamos que o Fundo encerrou o mês com o equivalente a R\$ 1,96 / cota de resultado caixa gerado em meses anteriores e ainda não distribuído, já considerando o rendimento anunciado de R\$ 1,40 em 31 de janeiro de 2023.

Composição do resultado ainda não distribuído	Valores em R\$ mil	R\$ / Cota
Lucro acumulado em dez-22	15.352	1,54
(+) Resultado gerado jan-22	18.209	1,82
(-) Rendimento anunciado jan-22	14.000	1,40
<b>Lucro acumulado em jan-22</b>	<b>19.561</b>	<b>1,96</b>

Fonte: Hedge



## 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\$ 184,00**.

Hedge Brasil Shopping FII	jan/23	2023	12 meses	Início
<b>Cota Aquisição (R\$)</b>	<b>190,14</b>	<b>190,14</b>	<b>166,50</b>	<b>100,00</b>
Renda Acumulada	0,74%	0,74%	9,25%	223,05%
Ganho de Capital Líquido	-3,23%	-3,23%	8,41%	67,20%
TIR Líq. (Renda + Venda)	-2,50%	-2,50%	18,47%	893,72%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	-25,20%	-25,20%	18,47%	15,29%
<b>% CDI Líquido</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>171%</b>	<b>360%</b>
<b>Retorno Total Bruto</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-2,5%</b>	<b>19,8%</b>	<b>307,1%</b>
<b>IFIX</b>	<b>-1,6%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>1,6%</b>	<b>182,1%<sup>1</sup></b>
<b>% IFIX</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1241%</b>	<b>117,7%<sup>2</sup></b>

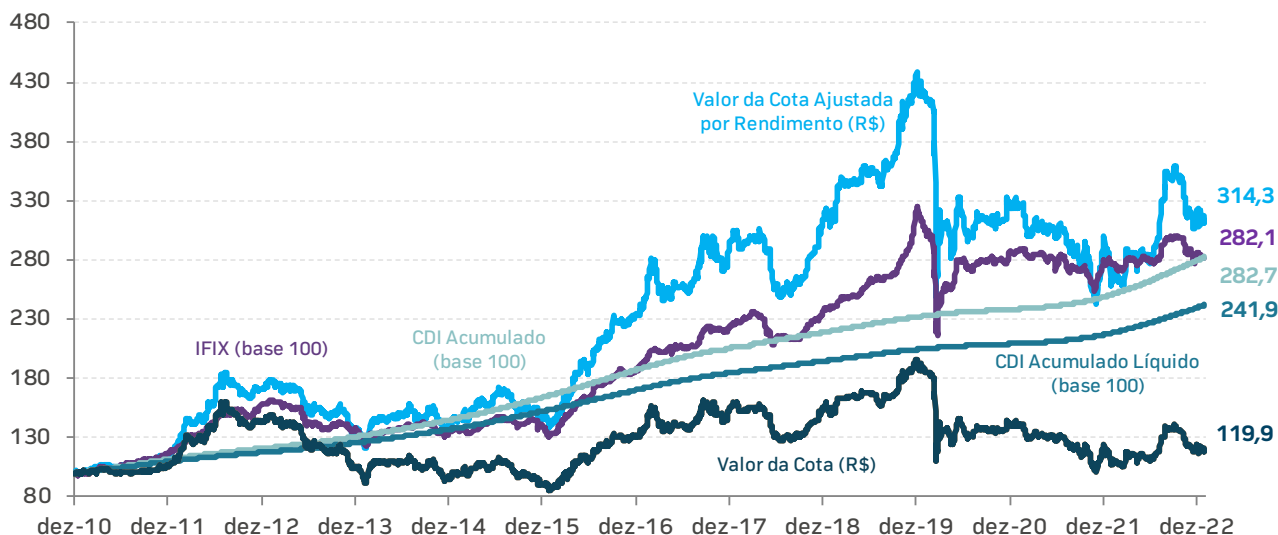
<sup>1</sup> Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

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



## RENTABILIDADE ACUMULADA

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

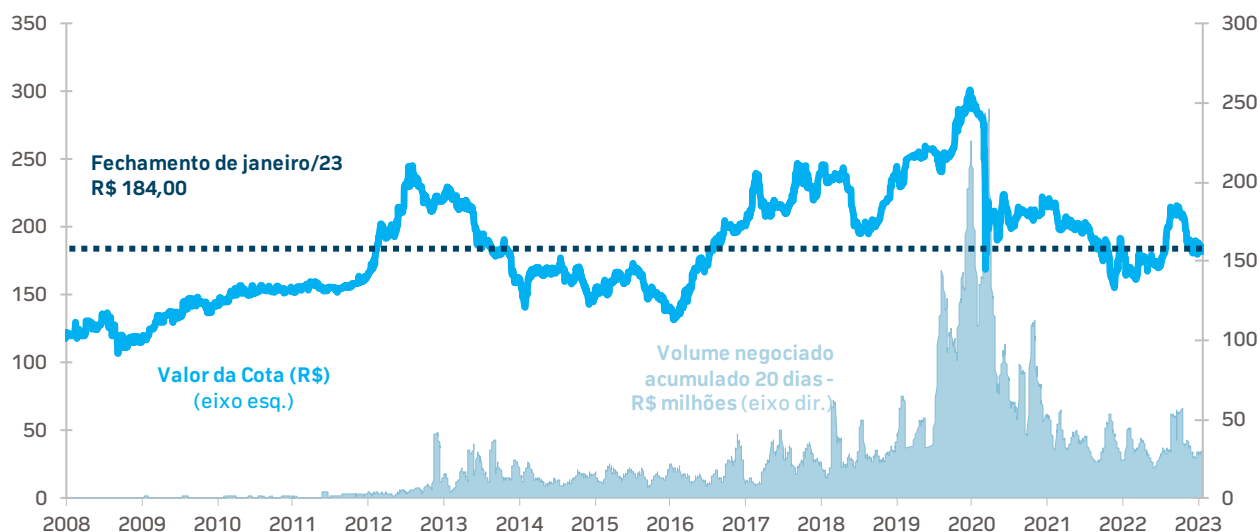


Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Econômica

## LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

No fechamento deste mês, o valor de mercado da cota do Fundo foi de **R\$ 184,00**, o que representa um valor de mercado total do Fundo de R\$ 1,84 bilhão. Nos últimos 12 meses, foram negociadas 22,6% das cotas do Fundo, o equivalente a R\$ 422,1 milhões.

Negociação B3	jan/23	2023	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Volume negociado (R\$ milhões)	33,7	33,7	422,1
Giro (em % do total de cotas)	1,8%	1,8%	22,6%



Fonte: Hedge / B3 / Econômica

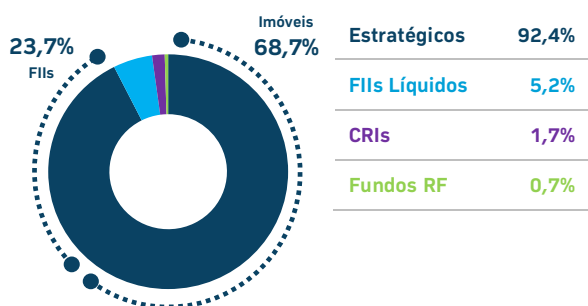
## CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

O Fundo encerrou o mês com investimentos em 17 shopping centers, distribuídos em doze cidades e cinco estados, sendo 11 detidos de forma direta, 5 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11, ABCP11 e JRDM11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11.

### DIVERSIFICAÇÃO (% DA CARTEIRA)

92,4% da carteira de ativos do Fundo está alocada em Ativos Imobiliários e 7,6% em Fundos de Investimento Imobiliário Líquidos (FII), Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI) e outros ativos de renda fixa (RF).

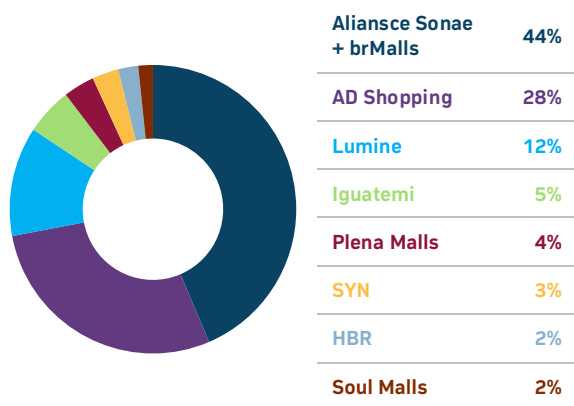
### DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA



### DIVERSIFICAÇÃO POR ATIVOS

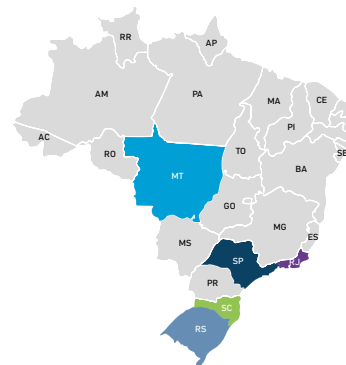


### DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES



A seguir, observa-se a diversificação dos ativos no Brasil, 87% da carteira de ativos imobiliários do HGBS está concentrada no estado de São Paulo, o estado com o maior PIB do país e o segundo PIB per capita da Federação.

<b>São Paulo</b>	<b>87%</b>
<b>Rio Grande do Sul</b>	<b>5%</b>
<b>Santa Catarina</b>	<b>4%</b>
<b>Rio de Janeiro</b>	<b>2%</b>
<b>Mato Grosso</b>	<b>2%</b>

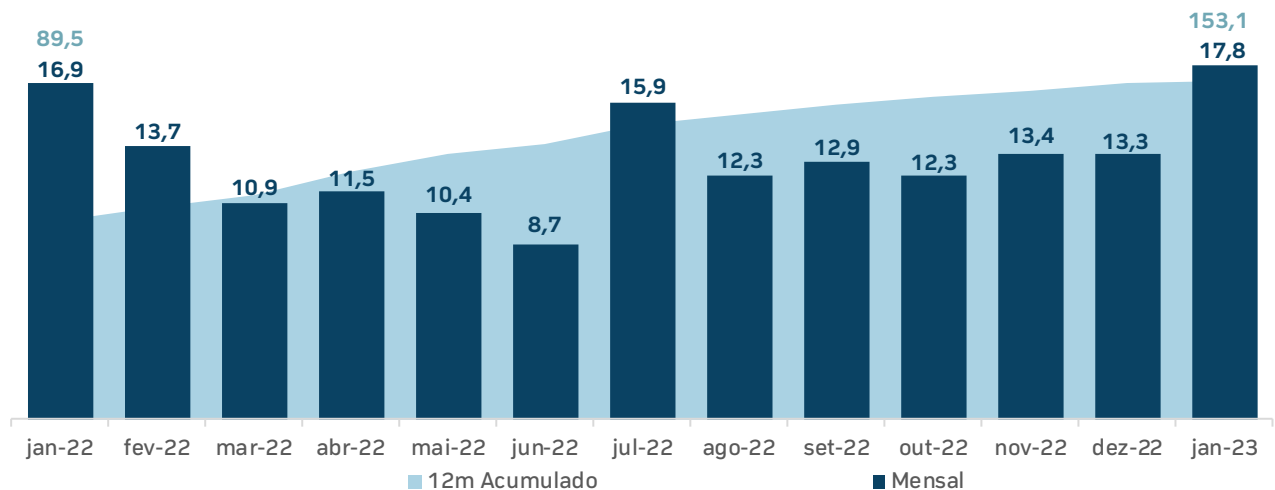


Fonte: Hedge



## EVOLUÇÃO DA RENDA IMOBILIÁRIA (R\$ MM)

Trazemos no **gráfico de barras abaixo o resultado gerado e efetivamente recebido no mês e no gráfico de área o resultado gerado e acumulado nos últimos 12 meses**. Desta forma, conseguimos expurgar efeitos não recorrentes e sazonalidade dos ativos. O resultado por shopping pode ser encontrado na Planilha de Fundamentos, disponível no [site](#) do Fundo.



Fonte: Hedge / administradoras dos shoppings

## INDICADORES OPERACIONAIS – CONSOLIDADO

A seguir, os principais indicadores dos empreendimentos em que o Fundo detém participação. Nesta análise, consideramos 14 dos 17 ativos estratégicos da Carteira de Investimentos, exceto Via Parque, Grand Plaza e Jardim Sul, que não temos acesso às informações detalhadas dos empreendimentos. Neste relatório, temos a inclusão dos resultados e indicadores do Floripa Shopping, cujo fundo FLRP11 passou a ser administrado e gerido pela Hedge.

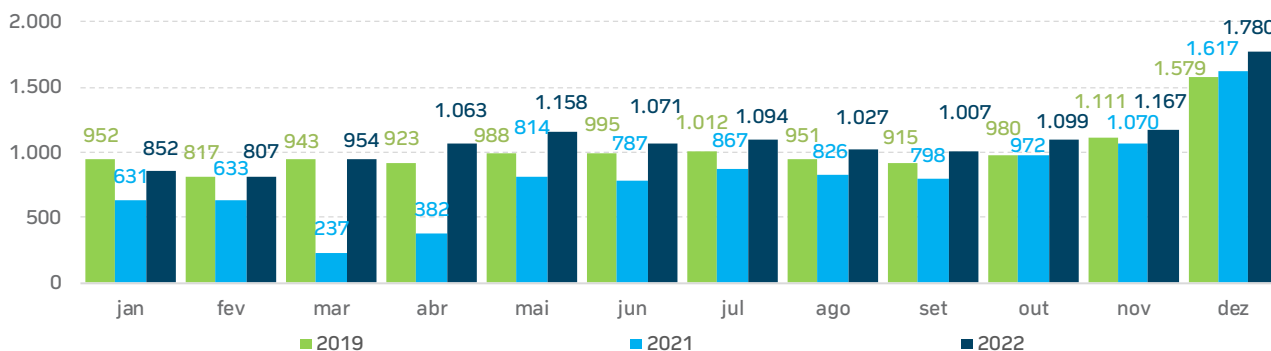
Para melhor visualização e análise, todos os gráficos trazem a informação de 2022 comparadas ao ano de 2021 e de 2019, último ano antes da pandemia.

Para o histórico completo, incluindo o ano de 2020, e análise ativo por ativo, recomendamos que se consulte a Planilha de Fundamentos, disponível na [página](#) do Fundo.



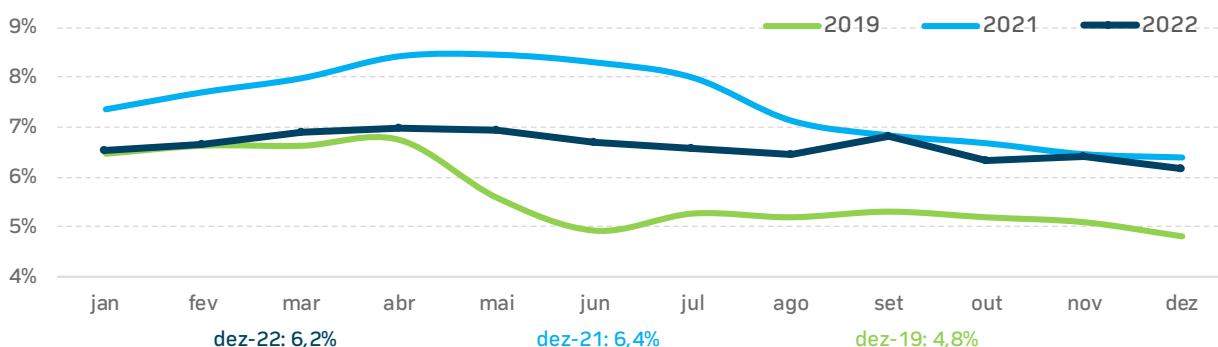
## VENDAS TOTAIS / M<sup>2</sup> (R\$)

As vendas/m<sup>2</sup> do Fundo apresentaram crescimento de 12,8% em relação a dezembro de 2019. No entanto, considerando a participação no portfólio atual, observaríamos um crescimento de 11,8% neste indicador no período. Os principais destaques de vendas/m<sup>2</sup> em dezembro de 2022, quando comparados com novembro de 2019, considerando a representatividade no portfólio, foram: Mooca (+26,5%), Villa Lobos (+23,2%), Novo Hamburgo (+21,1%) e Penha (+16,5%).



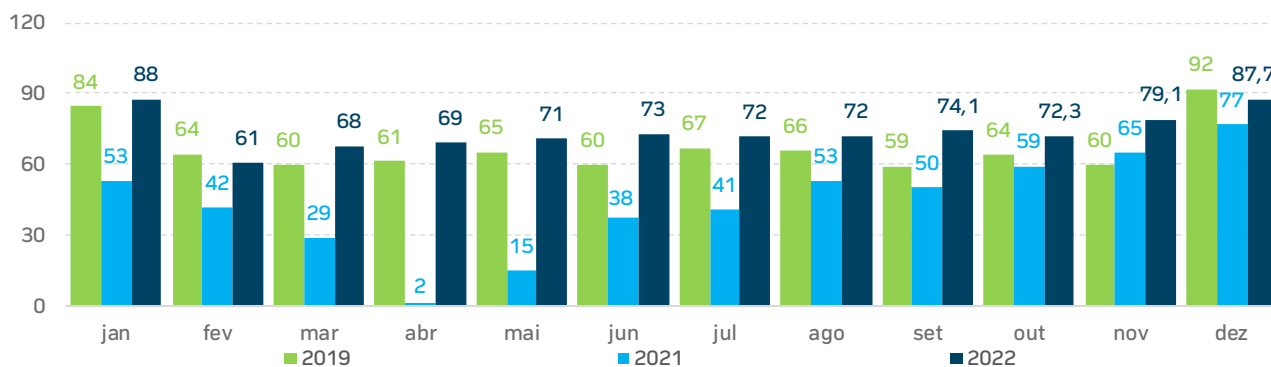
## VACÂNCIA (% ABL)

A vacância do Fundo encerrou o mês em 6,1% vs. 6,4% no mês anterior.



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

O NOI/m<sup>2</sup> do portfólio do Fundo ficou em R\$ 87,7/m<sup>2</sup> em dezembro, uma queda de 4,5% em relação a dezembro de 2019. No ano, o NOI/m<sup>2</sup>, apresenta aumento de 10,2% vs. o realizado em 2019. Destacamos que quando excluimos da base valores não recorrentes recebidos pelo Penha e Goiabeiras em dez-19, este indicador apresentaria crescimento de 30,0% vs. o mesmo mês de 2019, e, 13,7% acima no ano.



Fonte: Hedge, Administradores

## SHOPPING PENHA (15% 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. Em dezembro, o shopping apresentou resultado operacional, incluindo estacionamento, 41,3% inferior ao realizado em dezembro de 2019, impactado pelo recebimento de R\$2,8 milhões em dez-19, correspondente à receita não recorrente gerada pela comercialização do estacionamento. Excluindo este valor da base, o resultado do mês seria 35,7% superior ao de dezembro de 2019. No acumulado do ano, o shopping apresentou resultado operacional 4,5% superior ao de 2019, e, 16,1% acima com a exclusão da receita não recorrente mencionada.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
87%	29,9 mil m <sup>2</sup>	169	1992	AD Shopping

**Principais Operações:** Renner, C&A, Centauro, Kalunga, Marisa, Outback, Moviecom e Sonda

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

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



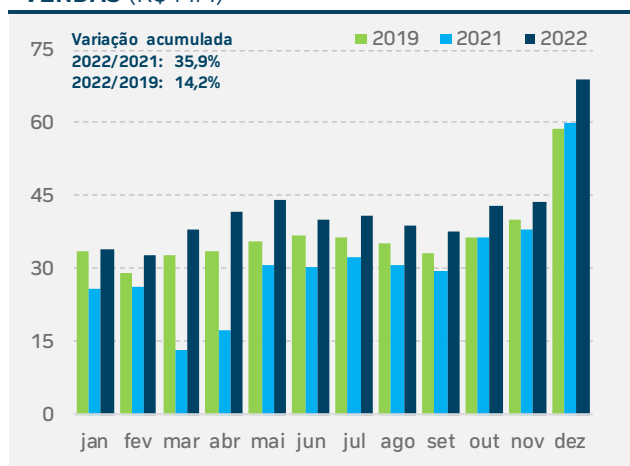
Fotos: Maurício Moreno



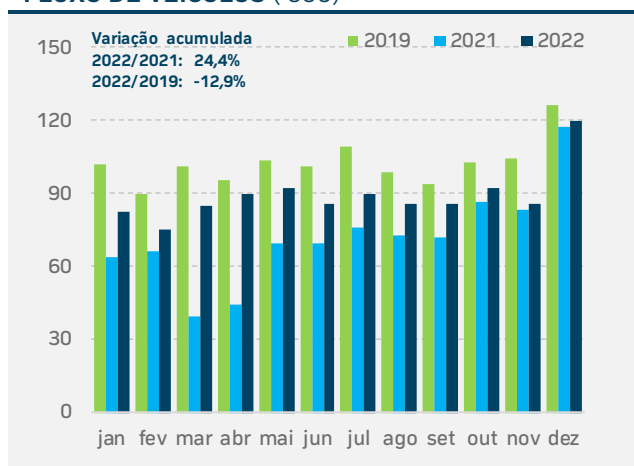
## SHOPPING PENHA (15% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Variação vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.248.177	1.826.424	23%	23.907.812	17.113.066	40%
Aluguel complementar	130.657	107.021	22%	1.808.966	1.164.751	55%
Aluguel quiosques/stands	534.659	555.594	-4%	4.569.704	3.581.585	28%
Outras receitas	34.847	92.884	-62%	550.488	655.440	-16%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.948.340</b>	<b>2.581.923</b>	<b>14%</b>	<b>30.836.970</b>	<b>22.514.842</b>	<b>37%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(104.183)	(143.129)	-27%	(1.787.490)	(2.691.940)	-34%
Outras despesas	(225.215)	(229.442)	-2%	(2.676.689)	(1.864.924)	44%
<b>Despesas totais</b>	<b>(329.398)</b>	<b>(372.571)</b>	<b>-12%</b>	<b>(4.464.179)</b>	<b>(4.556.864)</b>	<b>-2%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.618.941</b>	<b>2.209.352</b>	<b>19%</b>	<b>26.372.791</b>	<b>17.957.977</b>	<b>47%</b>
Resultado estacionamento	327.098	240.270	36%	3.318.133	1.749.679	90%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>2.946.040</b>	<b>2.449.622</b>	<b>20,3%</b>	<b>29.690.924</b>	<b>19.707.657</b>	<b>50,7%</b>
Benefitorias	(294.310)	(15.756)	1768%	(3.362.405)	(3.043.866)	10%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.651.729</b>	<b>2.433.866</b>	<b>9%</b>	<b>26.328.519</b>	<b>16.663.791</b>	<b>58%</b>

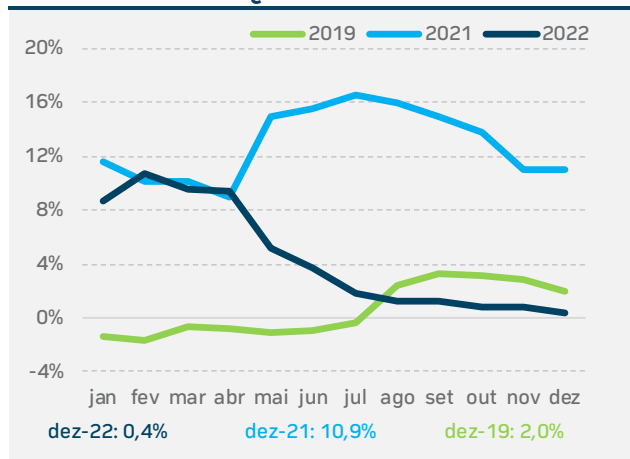
### VENDAS (R\$ MM)



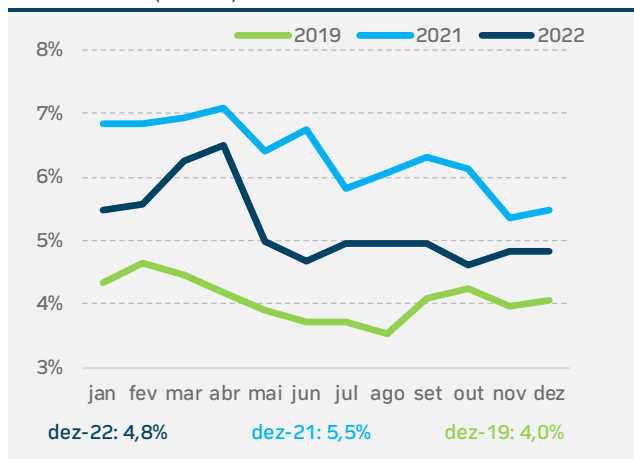
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING WEST PLAZA (12% da carteira – 10% via imóvel e 2% 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. Em dezembro, o resultado operacional, incluindo estacionamento, apresentou crescimento de 2,4% em relação a dezembro de 2019. No ano, o shopping acumulou queda no resultado operacional de -4,1% vs. 2019. No entanto, quando excluimos da base valores não recorrentes recebidos em abril de 2019, a variação seria positiva em 2,3%.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
88,8%	36,8 mil m <sup>2</sup>	173	1991	Lumine

**Principais Operações:** Bio Ritmo, Daiso, Renner, Magazine Luiza, Outback, Jeronimo e Pecorino.

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

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



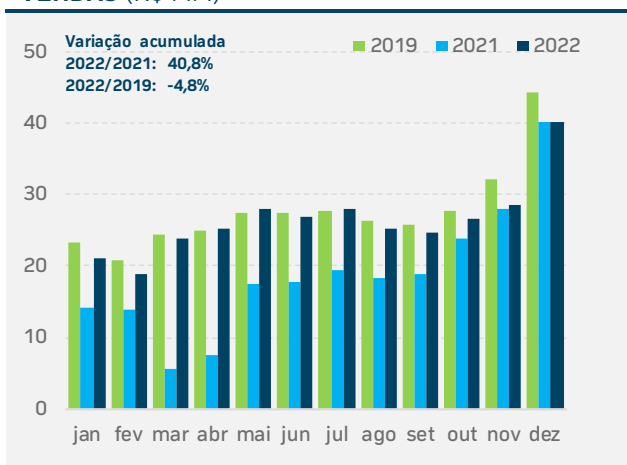
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



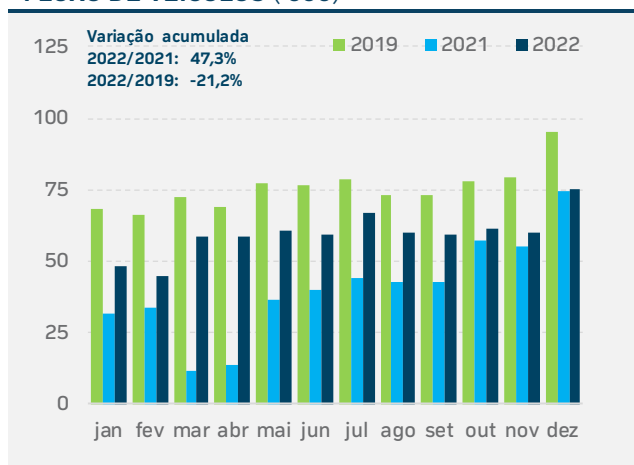
## SHOPPING WEST PLAZA (12% da carteira – 10% via imóvel e 2% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Variação vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.489.095	1.083.661	37%	15.922.235	11.200.321	42%
Aluguel complementar	168.362	174.529	-4%	2.598.777	897.612	190%
Aluguel quiosques/stands	411.241	440.959	-7%	4.193.458	3.727.674	12%
Outras receitas	27.048	5.542	-	223.800	114.708	95%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.095.746</b>	<b>1.704.691</b>	<b>23%</b>	<b>22.938.270</b>	<b>15.940.316</b>	<b>44%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(295.454)	(362.052)	-18%	(4.804.494)	(9.643.095)	-50%
Outras despesas	(265.222)	(75.380)	252%	(2.693.681)	(1.922.512)	40%
<b>Despesas totais</b>	<b>(560.677)</b>	<b>(437.432)</b>	<b>28%</b>	<b>(7.498.175)</b>	<b>(11.565.607)</b>	<b>-35%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.535.069</b>	<b>1.267.259</b>	<b>21%</b>	<b>15.440.095</b>	<b>4.374.708</b>	<b>253%</b>
Resultado estacionamento	694.671	639.436	9%	6.167.570	3.172.288	94%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>2.229.740</b>	<b>1.906.695</b>	<b>16,9%</b>	<b>21.607.665</b>	<b>7.546.997</b>	<b>186,3%</b>
Benefitorias	(75.180)	(15.638)	381%	(275.402)	(341.878)	-19%
Resultado não operacional	-	(10.083)	-100%	-	(145.958)	-100%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.154.560</b>	<b>1.880.974</b>	<b>15%</b>	<b>21.332.263</b>	<b>7.059.160</b>	<b>202%</b>

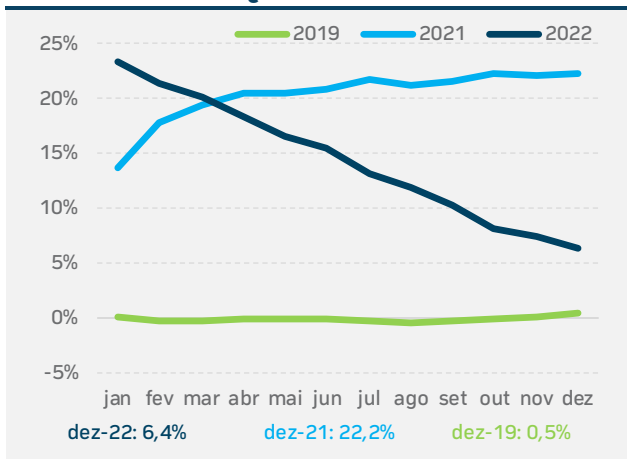
### VENDAS (R\$ MM)



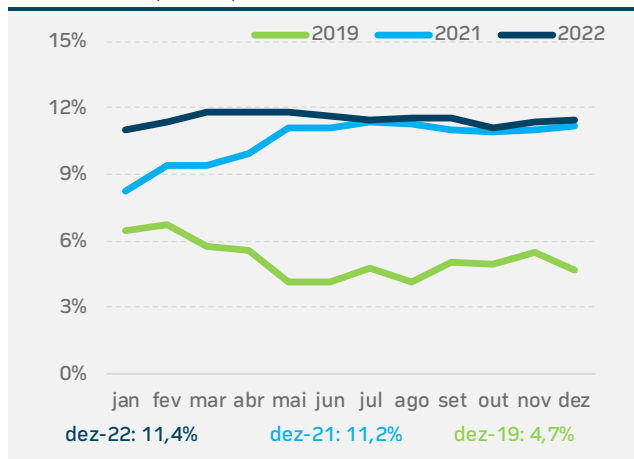
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## MOOCA PLAZA SHOPPING (9% 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. No ano de 2022, o Mooça foi um dos destaques de vendas do portfólio, com crescimento neste indicador de 24,2% vs. acumulado de 2019. Em relação a dezembro-19, o resultado operacional apresentou crescimento de 61,2%. No ano, o resultado operacional, incluindo estacionamento, apresentou crescimento de 26,4% vs. 2019.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
20%	42,0 mil m <sup>2</sup>	217	2011	Aliansce Sonae + brMalls

**Principais Operações:** C&A, Centauro, Cinemark, Renner, Outback, Riachuelo, Zara.

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

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



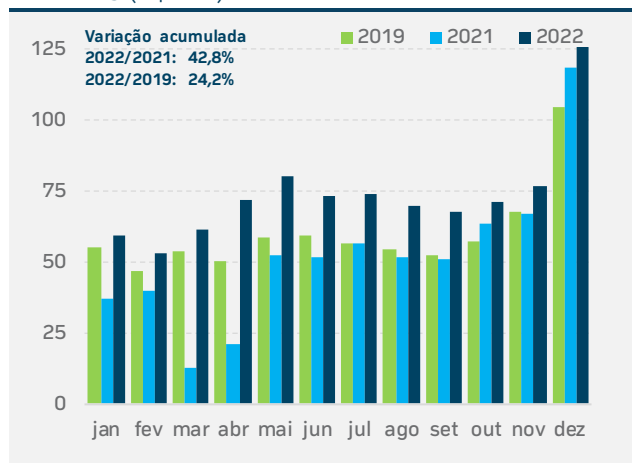
Fotos: Maurício Moreno.



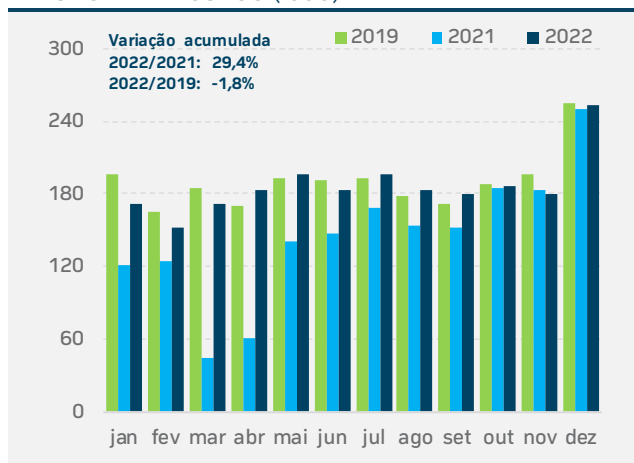
## MOOCA PLAZA SHOPPING (9% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	5.184.148	4.332.667	20%	55.333.663	36.121.009	53%
Aluguel complementar	1.288.735	514.828	150%	4.259.806	1.358.396	214%
Aluguel quiosques/stands	1.012.349	685.977	48%	8.604.118	5.175.493	66%
Outras receitas	155.374	174.648	-11%	1.627.726	1.522.765	7%
<b>Receitas totais</b>	<b>7.640.605</b>	<b>5.708.121</b>	<b>34%</b>	<b>69.825.313</b>	<b>44.177.663</b>	<b>58%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	287.692	169.692	70%	(618.919)	(1.339.207)	-54%
Outras despesas	(1.408.748)	(1.464.526)	-4%	(16.460.870)	(14.206.723)	16%
<b>Despesas totais</b>	<b>(1.121.057)</b>	<b>(1.294.834)</b>	<b>-13%</b>	<b>(17.079.789)</b>	<b>(15.545.930)</b>	<b>10%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>6.519.549</b>	<b>4.413.287</b>	<b>48%</b>	<b>52.745.525</b>	<b>28.631.733</b>	<b>84%</b>
Resultado estacionamento	1.267.834	1.303.572	-3%	15.257.918	10.157.407	50%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>7.787.383</b>	<b>5.716.859</b>	<b>36%</b>	<b>68.003.443</b>	<b>38.789.140</b>	<b>75%</b>
Benfeitorias	(65.561)	(5.782.206)	-99%	(2.130.973)	(7.432.199)	-71%
Resultado não operacional	76.563	(141.824)	-	311.391	(56.695)	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>7.798.385</b>	<b>(207.172)</b>	<b>-</b>	<b>66.183.861</b>	<b>31.300.246</b>	<b>111%</b>

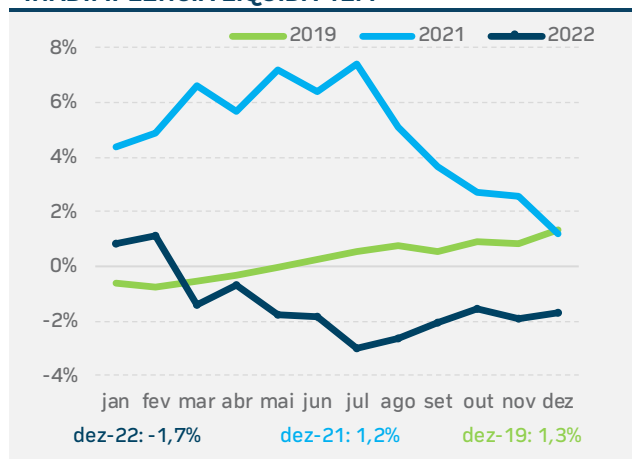
### VENDAS (R\$ MM)



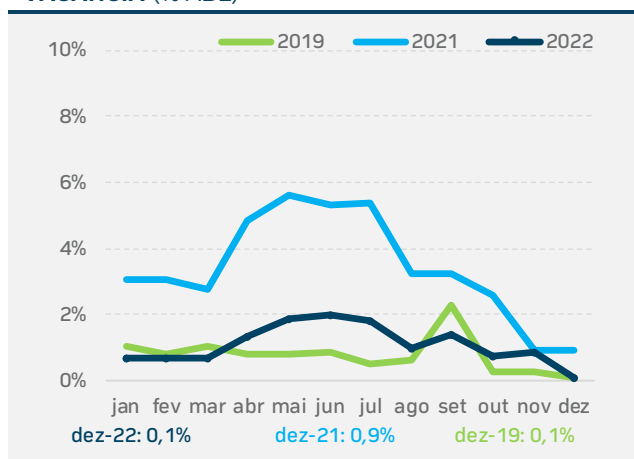
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## TIVOLI SHOPPING CENTER (8% DA CARTEIRA)

O Tivoli Shopping vem sendo destaque positivo no portfólio do Fundo desde 2019. Reforçando sua resiliência e confiança na retomada, o shopping apresenta vacância inferior ao observado no período anterior a pandemia e tivemos duas importantes inaugurações, com aumento de ABL para o empreendimento: Centauro e Coco Bambu. No mês, o NOI + Estacionamento do Tivoli apresentou crescimento de 27,4% quando comparado ao mesmo mês de 2019. No ano, o resultado apresentou crescimento de 26,2% em relação ao ano realizado em 2019.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
59%	25,7 mil m <sup>2</sup>	143	1998	AD Shopping

**Principais Operações:** Renner, C&A, Magazine Luiza, Riachuelo, Moviecom, Pernambucanas e Cobasi

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

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



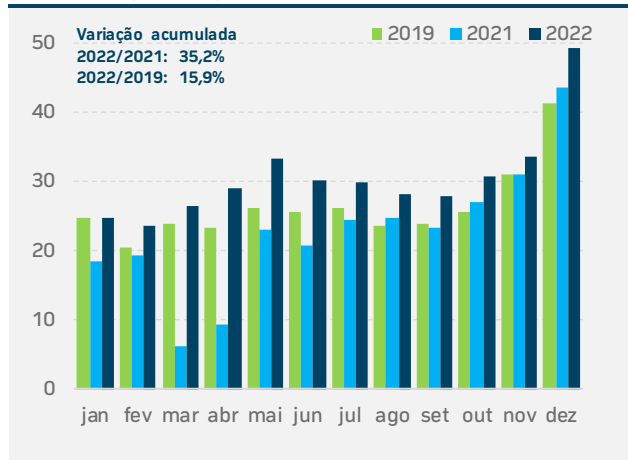
Fotos: Maurício Moreno



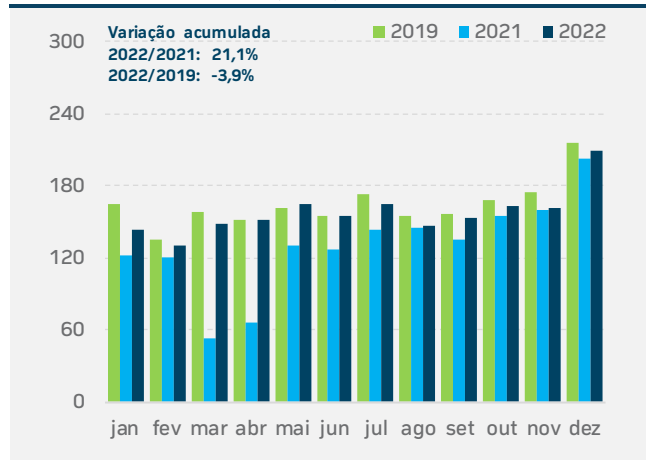
## TIVOLI SHOPPING CENTER (8% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.518.944	1.355.596	12%	15.844.500	10.951.750	45%
Aluguel complementar	111.614	145.223	-23%	1.707.529	1.120.793	52%
Aluguel quiosques/stands	344.594	298.009	16%	2.717.788	1.867.760	46%
Outras receitas	30.680	16.191	89%	366.359	92.174	297%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.005.832</b>	<b>1.815.019</b>	<b>11%</b>	<b>20.636.176</b>	<b>14.032.478</b>	<b>47%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(37.682)	(33.027)	14%	(591.583)	(867.267)	-32%
Outras despesas	(169.420)	(161.288)	5%	(2.204.742)	(1.660.012)	33%
<b>Despesas totais</b>	<b>(207.102)</b>	<b>(194.315)</b>	<b>7%</b>	<b>(2.796.325)</b>	<b>(2.527.279)</b>	<b>11%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.798.729</b>	<b>1.620.704</b>	<b>11%</b>	<b>17.839.851</b>	<b>11.505.199</b>	<b>55%</b>
Resultado estacionamento	429.221	389.956	10%	4.894.927	3.849.585	27%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>2.227.951</b>	<b>2.010.660</b>	<b>11%</b>	<b>22.734.778</b>	<b>15.354.784</b>	<b>48%</b>
Benefitorias	(22.870)	(338.965)	-93%	(2.551.545)	(3.878.946)	-34%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.205.081</b>	<b>1.671.695</b>	<b>32%</b>	<b>20.183.233</b>	<b>11.475.838</b>	<b>76%</b>

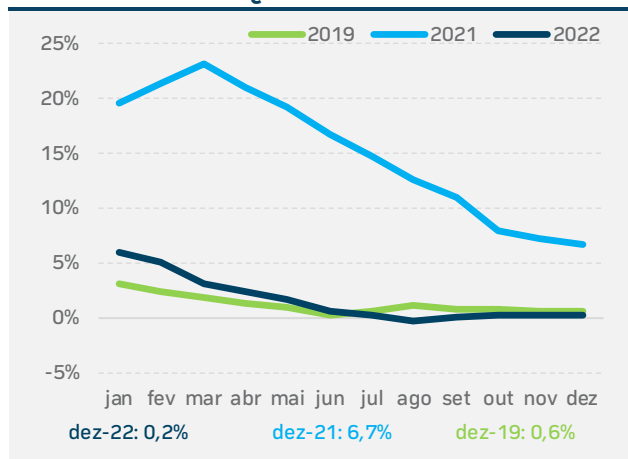
### VENDAS (R\$ MM)



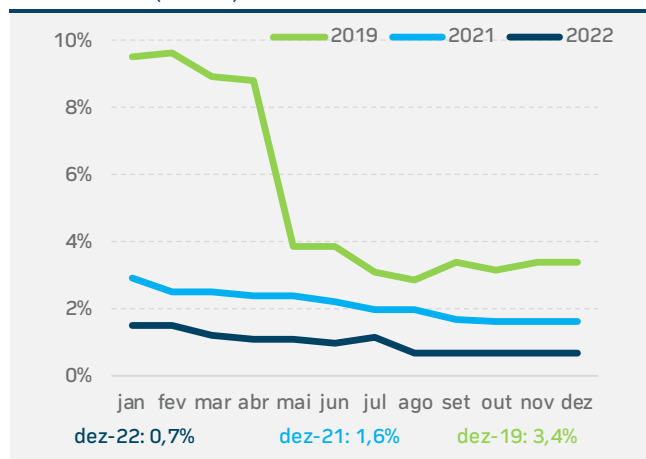
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (8% DA CARTEIRA)

O São Bernardo Plaza Shopping foi construído para ser um ponto de referência em lazer, cultura, passeio e compras para a região. O empreendimento possui 105 mil metros quadrados de terreno, mais de 42 mil metros quadrados ABL e 2,4 mil vagas no estacionamento, sendo que aproximadamente 1,2 mil são cobertas. A qualificação e melhoria do mix atrelada aos diferenciais do equipamento têm contribuído para a almejada consolidação do São Bernardo Plaza como dominante na região. No mês de dezembro, o resultado operacional do empreendimento apresentou crescimento de 42,7% quando comparado ao mesmo mês de 2019. No ano, o resultado acumulou crescimento de 21,9% em relação a 2019.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
35%	42,9 mil m <sup>2</sup>	188	2012	Aliance Sonae + brMalls

**Principais Operações:** Cinépolis, Outback, Kalunga, Magazine Luiza e Smart Fit.

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

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



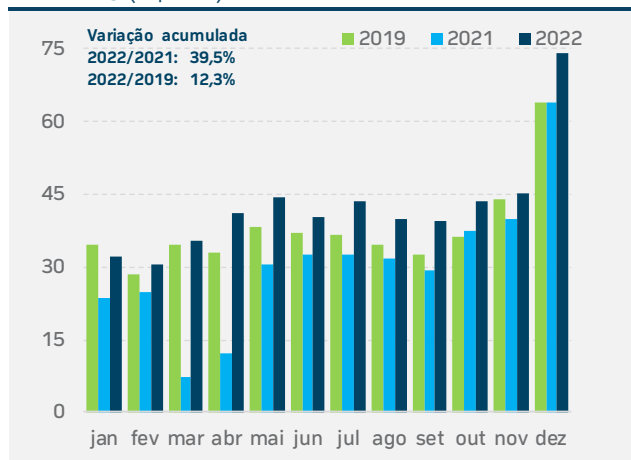
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



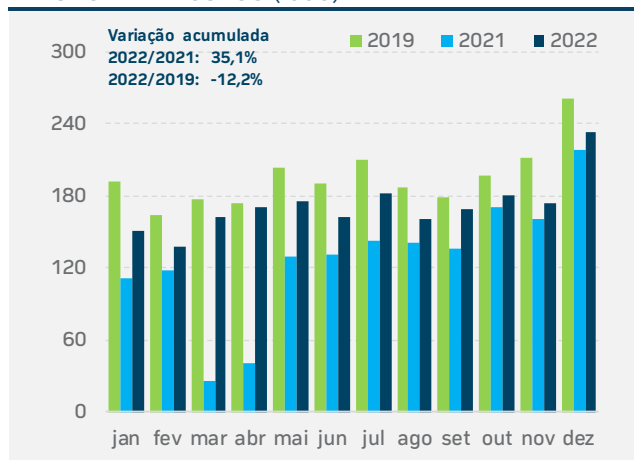
## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (8% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.794.073	2.321.837	20%	27.452.069	18.281.618	50%
Aluguel complementar	144.836	227.732	-36%	2.205.608	1.457.110	51%
Aluguel quiosques/stands	462.633	303.477	52%	4.165.306	2.195.269	90%
Outras receitas	84.264	52.063	62%	544.345	649.842	-16%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.485.805</b>	<b>2.905.109</b>	<b>20%</b>	<b>34.367.328</b>	<b>22.583.838</b>	<b>52%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	361.540	160.562	125%	(766.845)	(3.131.226)	-76%
Outras despesas	(426.035)	(512.227)	-17%	(4.526.727)	(3.667.046)	23%
<b>Despesas totais</b>	<b>(64.494)</b>	<b>(351.665)</b>	<b>-82%</b>	<b>(5.293.572)</b>	<b>(6.798.272)</b>	<b>-22%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.421.311</b>	<b>2.553.444</b>	<b>34%</b>	<b>29.073.756</b>	<b>15.785.566</b>	<b>84%</b>
Resultado estacionamento	828.033	705.712	17%	9.648.468	5.585.632	73%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>4.249.344</b>	<b>3.259.156</b>	<b>30%</b>	<b>38.722.224</b>	<b>21.371.199</b>	<b>81%</b>
Benfeitorias	(111.260)	(169.667)	-34%	(289.336)	(981.956)	-71%
Resultado não operacional	20.489	92.864	-78%	89.789	233.094	-61%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>4.158.573</b>	<b>3.182.352</b>	<b>31%</b>	<b>38.522.677</b>	<b>20.622.338</b>	<b>87%</b>

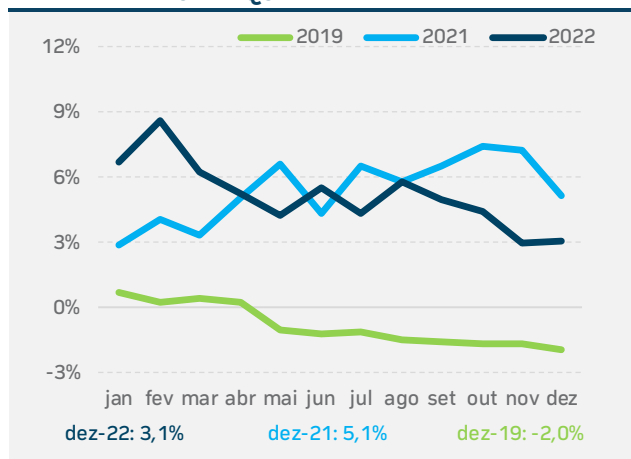
### VENDAS (R\$ MM)



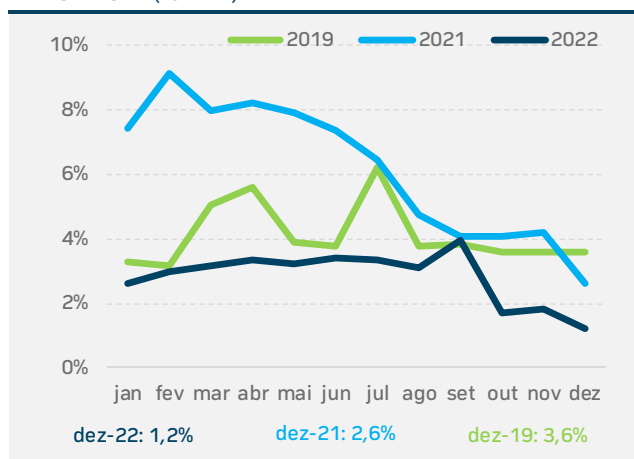
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING VILLA LOBOS (7% DA CARTEIRA)

Localizado em uma área nobre da cidade de São Paulo, o Alto de Pinheiros, o Shopping Villa Lobos é cercado pelo verde do Parque Villa Lobos e está inserido na identidade cultural e diversa da região. O empreendimento possui fácil acesso pela Marginal Pinheiros e oferece também um amplo e renovado estacionamento, dividido entre os três pavimentos subterrâneos e a área externa. Em dezembro, o resultado do shopping ficou 31,3% acima do realizado em dezembro de 2019. No ano, o shopping acumulou resultado operacional, incluindo estacionamento, 10,3% acima do realizado em 2019.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15%	28,2 mil m <sup>2</sup>	217	2000	Aliance Sonae + brMalls

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

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

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



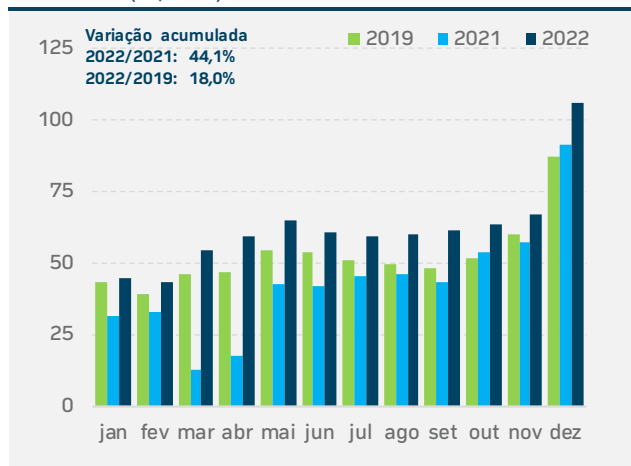
Fotos: Maurício Moreno.



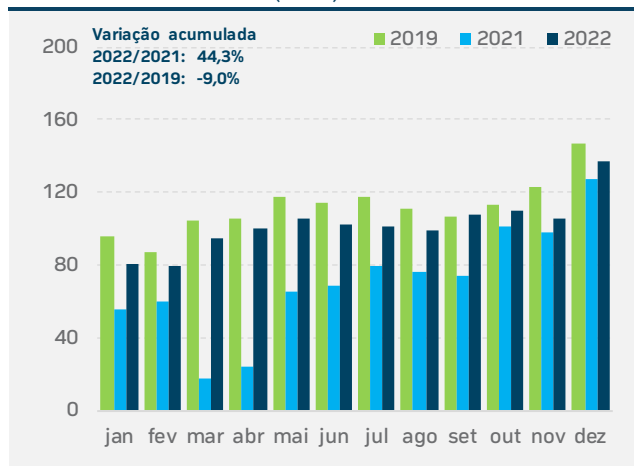
## SHOPPING VILLA LOBOS (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.264.485	4.070.865	5%	48.416.994	31.215.864	55%
Aluguel complementar	292.985	574.051	-49%	4.807.043	1.931.264	149%
Aluguel quiosques/stands	1.476.105	802.997	84%	7.857.829	3.933.403	100%
Outras receitas	44.405	26.619	67%	951.354	878.773	8%
<b>Receitas totais</b>	<b>6.077.980</b>	<b>5.474.533</b>	<b>11%</b>	<b>62.033.220</b>	<b>37.959.303</b>	<b>63%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	473.219	(61.731)	-	(3.209.517)	(5.243.740)	-39%
Outras despesas	(670.504)	(325.554)	106%	(5.492.788)	(3.271.796)	68%
<b>Despesas totais</b>	<b>(197.285)</b>	<b>(387.286)</b>	<b>-49%</b>	<b>(8.702.305)</b>	<b>(8.515.536)</b>	<b>2%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>5.880.695</b>	<b>5.087.247</b>	<b>16%</b>	<b>53.330.915</b>	<b>29.443.767</b>	<b>81%</b>
Resultado estacionamento	1.141.116	1.110.317	3%	14.173.227	8.626.436	64%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>7.021.810</b>	<b>6.197.564</b>	<b>13%</b>	<b>67.504.142</b>	<b>38.070.203</b>	<b>77%</b>
Benefitorias	(2.119.288)	(4.004.352)	-47%	(13.647.851)	(12.832.758)	6%
Resultado não operacional	(221.059)	88.407	-	393.621	(388.037)	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>4.681.463</b>	<b>2.281.618</b>	<b>105%</b>	<b>54.249.912</b>	<b>24.849.408</b>	<b>118%</b>

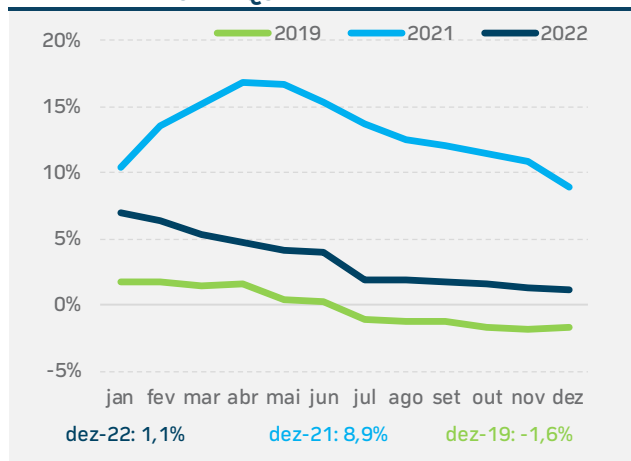
### VENDAS (R\$ MM)



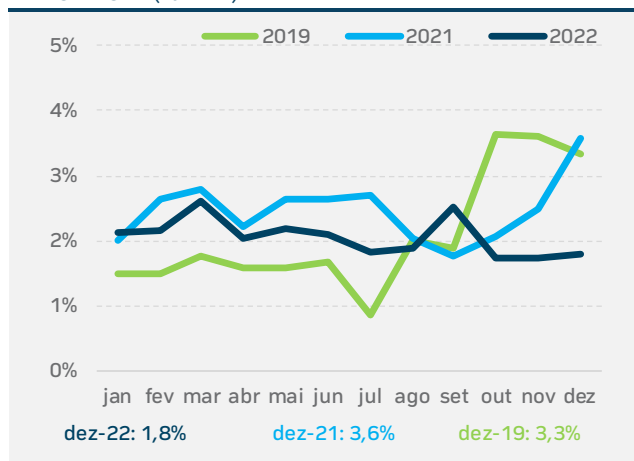
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## I FASHION OUTLET (5% DA CARTEIRA)

O I Fashion Outlet Novo Hamburgo, reconhecido pela qualificação de seu mix de lojistas, consolidou ainda mais esta posição e vem sendo destaque desde 2019, com diversas inaugurações e com isso mantendo a vacância em patamares historicamente baixos, inclusive em relação ao período pré pandemia. O Outlet segue sendo um dos principais destaques do portfólio do Fundo. Em dezembro, o resultado do outlet ficou 29,4% acima do observado em dezembro de 2019. No acumulado do ano, o resultado operacional realizado foi 51,8% superior ao realizado em 2019, sendo este o principal destaque do portfólio.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
49%	20,1 mil m <sup>2</sup>	92	2013	Iguatemi

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

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

[iguatemi.com.br/ifashionoutletnh](http://iguatemi.com.br/ifashionoutletnh)

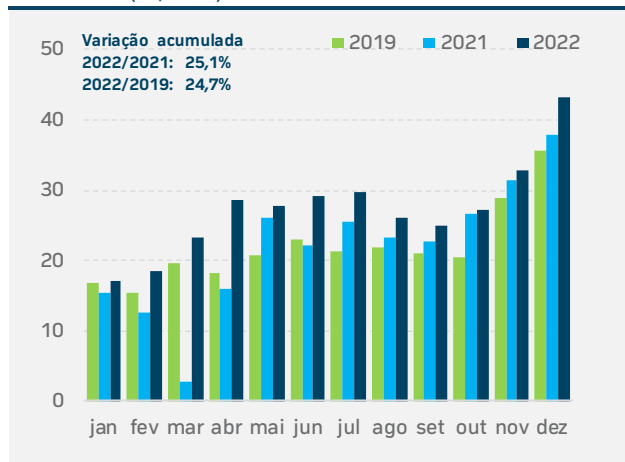




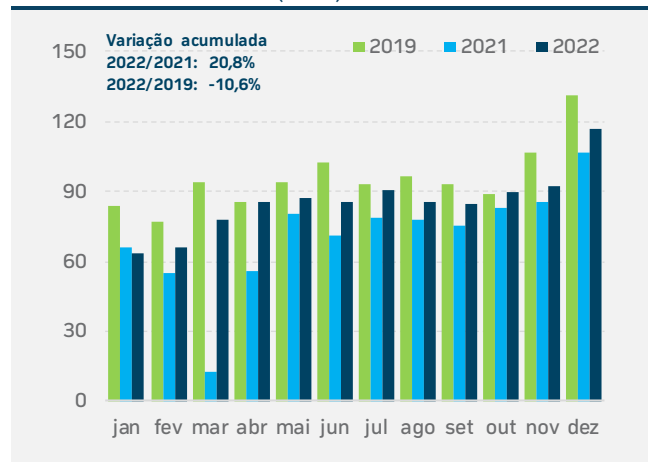
## I FASHION OUTLET (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Variação vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.300.554	798.931	63%	12.385.350	8.179.797	51%
Aluguel complementar	503.450	662.971	-24%	4.899.122	3.919.499	25%
Aluguel quiosques/stands	111.227	111.623	0%	1.032.135	671.397	54%
Outras receitas	7.188	536	1240%	133.649	230.001	-42%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.922.419</b>	<b>1.574.061</b>	<b>22%</b>	<b>18.450.256</b>	<b>13.000.694</b>	<b>42%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(50.811)	(15.727)	223%	(531.604)	(839.762)	-37%
Outras despesas	(186.791)	(151.617)	23%	(1.505.780)	(1.245.674)	21%
<b>Despesas totais</b>	<b>(237.602)</b>	<b>(167.344)</b>	<b>42%</b>	<b>(2.037.384)</b>	<b>(2.085.436)</b>	<b>-2%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.684.818</b>	<b>1.406.718</b>	<b>20%</b>	<b>16.412.872</b>	<b>10.915.258</b>	<b>50%</b>
Resultado estacionamento	-	-	-	-	-	-
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>1.684.818</b>	<b>1.406.718</b>	<b>20%</b>	<b>16.412.872</b>	<b>10.915.258</b>	<b>50%</b>
Benefitorias	(210.000)	(60.000)	250%	(415.890)	(60.000)	593%
Resultado não operacional	(19.264)	1.968	-	11.096	184.564	-94%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.455.554</b>	<b>1.348.685</b>	<b>8%</b>	<b>16.008.077</b>	<b>11.039.822</b>	<b>45%</b>

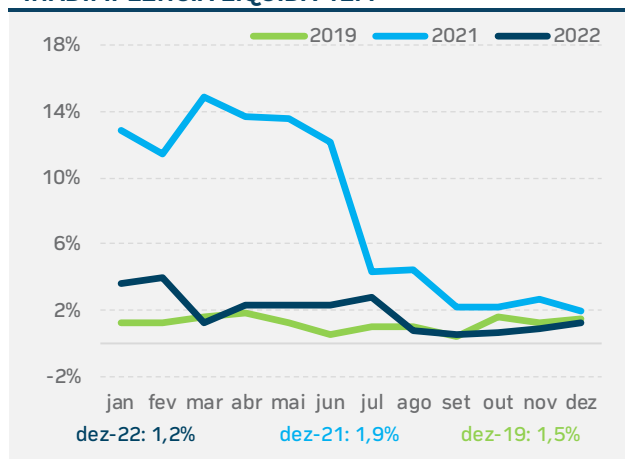
### VENDAS (R\$ MM)



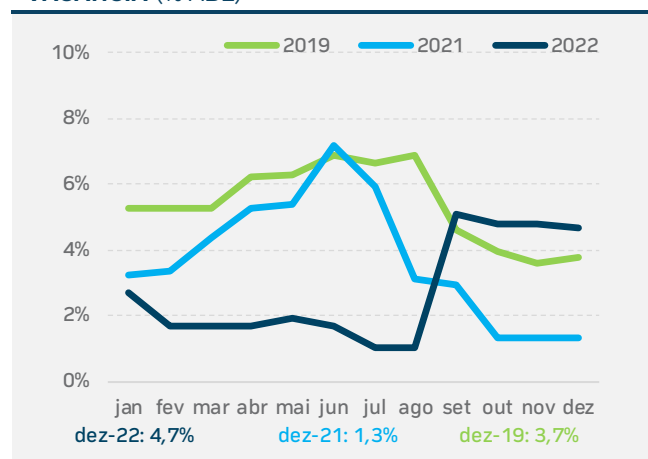
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (5% 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. O shopping vem se destacando no portfólio nos últimos anos, com indicadores operacionais superando números do período pré pandemia. Em dezembro, o shopping apresentou resultado 17,8% superior ao realizado em dez-19. No acumulado do ano, o shopping apresenta resultado 14,8% superior ao realizado no mesmo período de 2019.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
23,1%	30,1 mil m <sup>2</sup>	138	2009	AD Shopping

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

**Endereço:** R. Graciosa - Diadema, SP

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

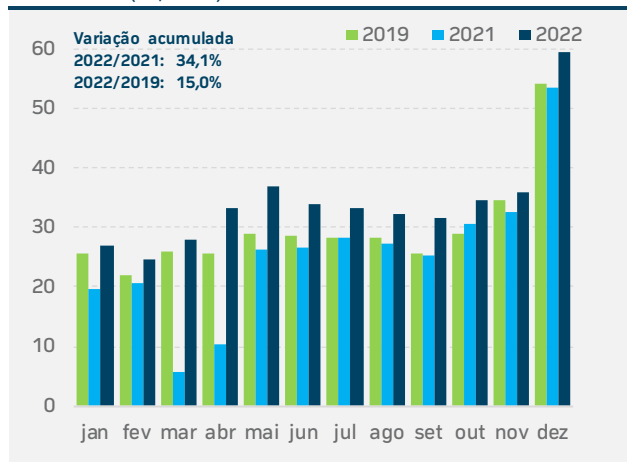


Fotos: Maurício Moreno.

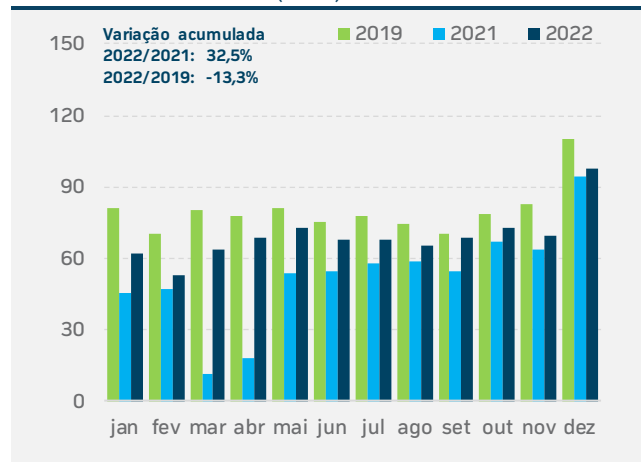
## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.361.222	1.869.694	26%	25.021.066	18.609.710	34%
Aluguel complementar	110.077	89.092	24%	1.185.219	808.463	47%
Aluguel quiosques/stands	541.883	539.213	0%	4.682.674	3.904.704	20%
Outras receitas	53.466	24.881	115%	2.178.395	537.309	305%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.066.648</b>	<b>2.522.880</b>	<b>22%</b>	<b>33.067.354</b>	<b>23.860.186</b>	<b>39%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(41.216)	(50.231)	-18%	(779.401)	(860.603)	-9%
Outras despesas	(168.124)	(168.036)	0%	(2.860.916)	(2.200.806)	30%
<b>Despesas totais</b>	<b>(209.339)</b>	<b>(218.267)</b>	<b>-4%</b>	<b>(3.640.317)</b>	<b>(3.061.409)</b>	<b>19%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.857.309</b>	<b>2.304.614</b>	<b>24%</b>	<b>29.427.037</b>	<b>20.798.778</b>	<b>41%</b>
Resultado estacionamento	532.666	455.510	17%	4.003.741	2.446.740	64%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>3.389.975</b>	<b>2.760.124</b>	<b>23%</b>	<b>33.430.777</b>	<b>23.245.517</b>	<b>44%</b>
Benfeitorias	(155.071)	-	-	(5.237.364)	-	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.234.903</b>	<b>2.760.124</b>	<b>17%</b>	<b>28.193.413</b>	<b>23.245.517</b>	<b>21%</b>

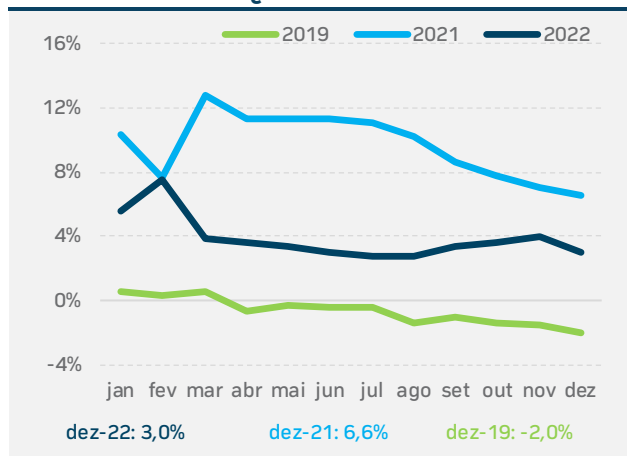
### VENDAS (R\$ MM)



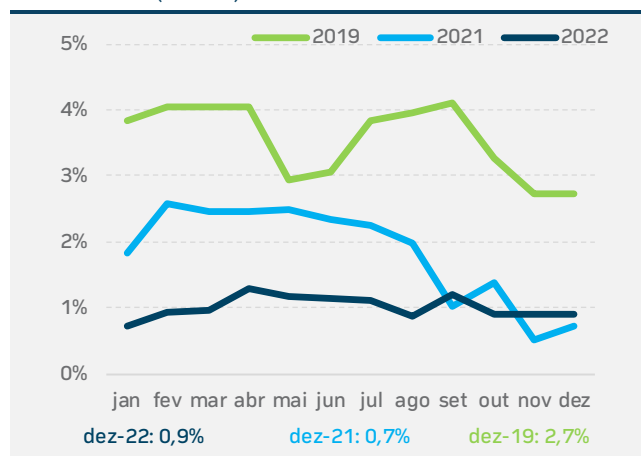
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SANTANA PARQUE SHOPPING (3% DA CARTEIRA)

Localizado no coração da Zona Norte, com grande influência econômica e cultural o Santana Parque Shopping reúne comodidade, conforto e um mix variado de produtos e serviços. Em dezembro, o shopping apresentou resultado 11,0% superior ao realizado em dez-19. No acumulado do ano, o shopping apresentou resultado operacional 0,5% inferior ao realizado em 2019.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15%	26,6 mil m <sup>2</sup>	165	2007	Aliansce Sonae + brMalls

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

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

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



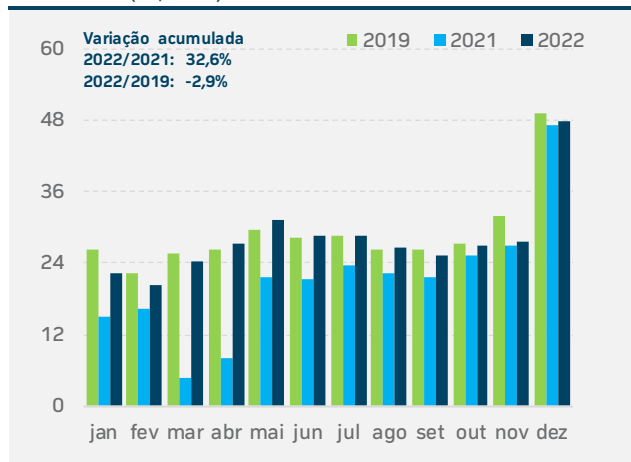
Fotos: Maurício Moreno.



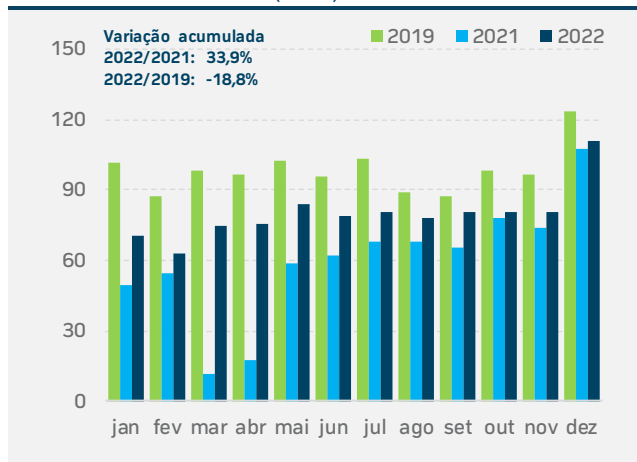
## SANTANA PARQUE SHOPPING (3% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.472.164	1.460.069	1%	17.433.849	12.135.998	44%
Aluguel complementar	154.710	214.612	-28%	2.251.294	1.870.569	20%
Aluguel quiosques/stands	550.627	760.130	-28%	5.821.815	3.588.970	62%
Outras receitas	174.713	17.519	897%	1.250.137	215.310	481%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.352.214</b>	<b>2.452.330</b>	<b>-4%</b>	<b>26.757.095</b>	<b>17.810.847</b>	<b>50%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(181.061)	(40.445)	348%	(2.722.897)	(4.327.250)	-37%
Outras despesas	(161.422)	(312.146)	-48%	(3.638.322)	(2.058.907)	77%
<b>Despesas totais</b>	<b>(342.483)</b>	<b>(352.591)</b>	<b>-3%</b>	<b>(6.361.219)</b>	<b>(6.386.158)</b>	<b>0%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.009.731</b>	<b>2.099.739</b>	<b>-4%</b>	<b>20.395.876</b>	<b>11.424.690</b>	<b>79%</b>
Resultado estacionamento	689.061	396.611	74%	7.207.955	3.881.280	86%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>2.698.792</b>	<b>2.496.350</b>	<b>8%</b>	<b>27.603.831</b>	<b>15.305.969</b>	<b>80%</b>
Benfeitorias	(394.277)	(665.503)	-41%	(2.177.563)	(1.911.358)	14%
Resultado não operacional	(20.917)	5.971	-	(58.382)	(581.688)	-90%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.283.598</b>	<b>1.836.818</b>	<b>24%</b>	<b>25.367.886</b>	<b>12.812.923</b>	<b>98%</b>

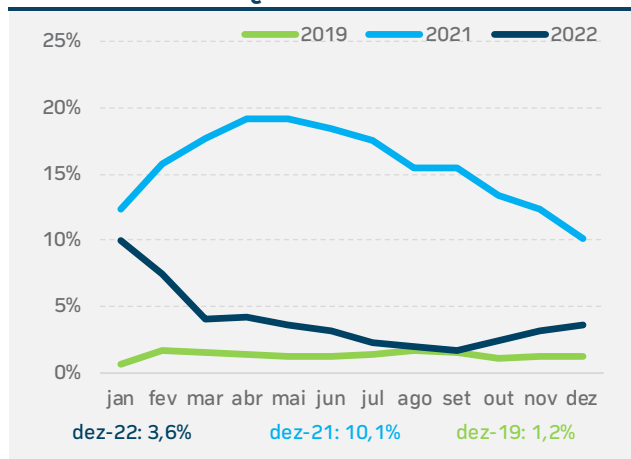
### VENDAS (R\$ MM)



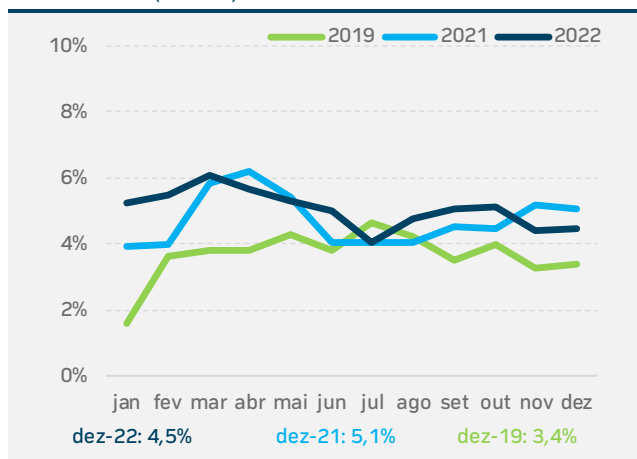
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Localizado a apenas 40 km da cidade de São Paulo, o Suzano Shopping atende toda a região do Alto Tietê, o que significa uma população de mais de um milhão de habitantes. O acesso fácil pelas principais rodovias da região é um dos atrativos do shopping. Possui uma unidade de atendimento do Poupatempo, facilitando a solicitação de diversos serviços pelos cidadãos da cidade. Em dezembro, o resultado do Suzano Shopping apresentou crescimento de 30,7% vs. dez-19, sendo este um dos principais destaques do portfólio. No ano, o shopping apresentou crescimento de 40,8% no resultado operacional vs. realizado em 2019.

<b>PARTICIPAÇÃO</b> 15%	<b>ABL TOTAL</b> 24,5 mil m <sup>2</sup>	<b>OPERAÇÕES</b> 130	<b>INAUGURAÇÃO</b> 2000	<b>OPERADOR</b> HBR Realty
----------------------------	---	-------------------------	----------------------------	-------------------------------

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

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

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



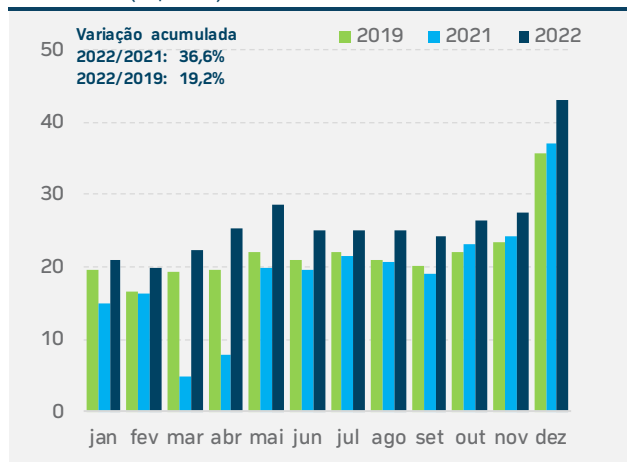
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno



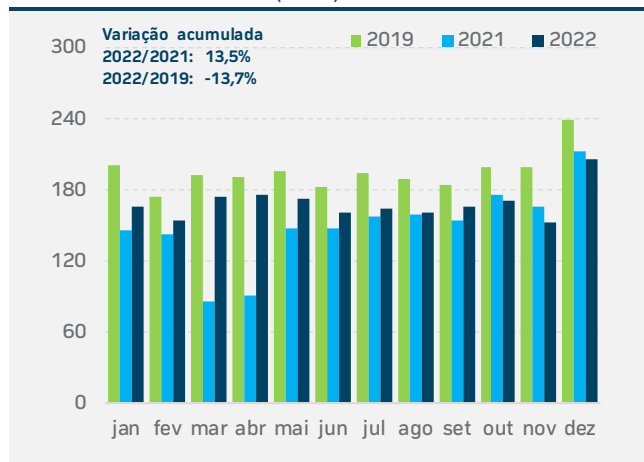
## SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.434.816	1.307.400	10%	17.598.792	11.967.432	47%
Aluguel complementar	158.934	91.344	74%	1.374.439	638.331	115%
Aluguel quiosques/stands	414.922	464.574	-11%	3.970.636	3.214.615	24%
Outras receitas	152.964	117.668	30%	1.824.402	1.813.363	1%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.161.636</b>	<b>1.980.985</b>	<b>9%</b>	<b>24.768.269</b>	<b>17.633.741</b>	<b>40%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	36.638	8.676	322%	410.001	(359.963)	-
Outras despesas	(214.266)	(162.716)	32%	(2.221.258)	(1.417.255)	57%
<b>Despesas totais</b>	<b>(177.628)</b>	<b>(154.040)</b>	<b>15%</b>	<b>(1.811.258)</b>	<b>(1.777.218)</b>	<b>2%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.984.008</b>	<b>1.826.945</b>	<b>9%</b>	<b>22.957.011</b>	<b>15.856.522</b>	<b>45%</b>
Resultado estacionamento	673.499	679.899	-1%	5.156.752	3.525.986	46%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>2.657.507</b>	<b>2.506.844</b>	<b>6%</b>	<b>28.113.764</b>	<b>19.382.508</b>	<b>45%</b>
Benefitorias	(1.129.317)	(1.051.901)	7%	(5.277.901)	(4.118.606)	28%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.528.190</b>	<b>1.454.944</b>	<b>5%</b>	<b>22.835.863</b>	<b>15.263.902</b>	<b>50%</b>

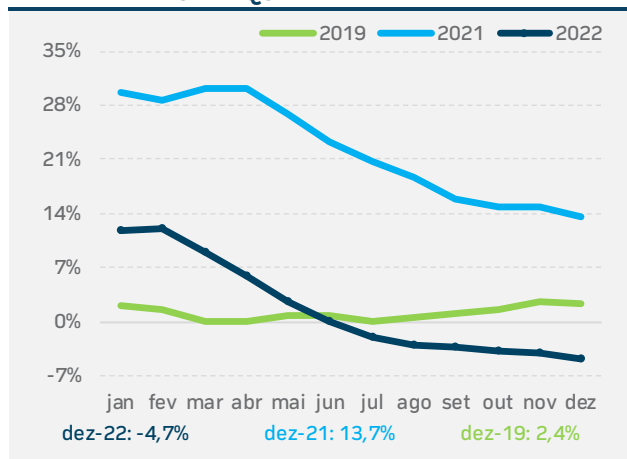
### VENDAS (R\$ MM)



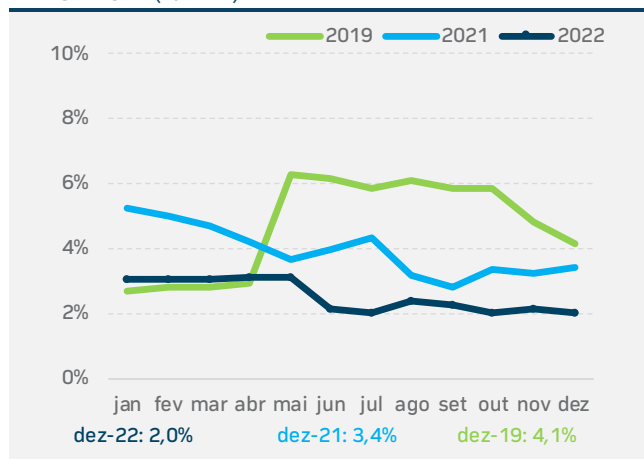
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (2% 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. Em novembro, o shopping apresentou resultado operacional negativo de R\$ 476 mil.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
54%	26,3 mil m <sup>2</sup>	193	1989	Soul Malls

**Principais Operações:** Body Tech, Cinemark, Vivara, Track and field, Le Los Blanc, John John, Dudalina, Brookfield, Avenida, Animale, Osklen, Calvin Klein, Aramis, Paris 6.

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

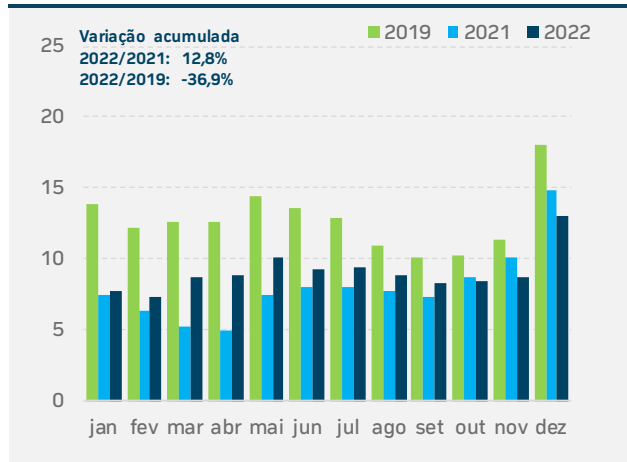
[www.goiabeirasshopping.com.br](http://www.goiabeirasshopping.com.br)



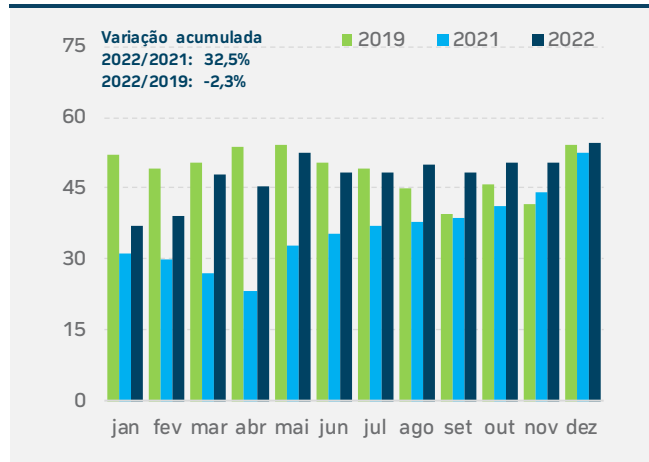
## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	344.866	241.633	43%	3.383.774	1.544.390	119%
Aluguel complementar	53.548	125.471	-57%	1.087.489	889.239	22%
Aluguel quiosques/stands	51.523	197.928	-74%	754.838	1.113.506	-32%
Outras receitas	1.282	108	1092%	9.107	32.299	-72%
<b>Receitas totais</b>	<b>451.219</b>	<b>565.140</b>	<b>-20%</b>	<b>5.235.208</b>	<b>3.579.435</b>	<b>46%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(767.038)	(755.760)	1%	(7.750.687)	(5.936.996)	31%
Outras despesas	(162.119)	(49.820)	225%	(591.526)	(746.085)	-21%
<b>Despesas totais</b>	<b>(929.157)</b>	<b>(805.580)</b>	<b>15%</b>	<b>(8.342.212)</b>	<b>(6.683.080)</b>	<b>25%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>(477.938)</b>	<b>(240.440)</b>	<b>99%</b>	<b>(3.107.004)</b>	<b>(3.103.646)</b>	<b>0%</b>
Resultado estacionamento	2.295	1.553	48%	20.013	12.870	56%
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>(475.643)</b>	<b>(238.887)</b>	<b>99%</b>	<b>(3.086.991)</b>	<b>(3.090.776)</b>	<b>0%</b>
Benefitorias	(1.792.027)	(57.492)	3017%	(4.214.433)	(647.365)	551%
Resultado não operacional	(142.217)	-	-	(561.427)	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>(2.409.887)</b>	<b>(296.379)</b>	<b>713%</b>	<b>(7.862.851)</b>	<b>(3.738.141)</b>	<b>110%</b>

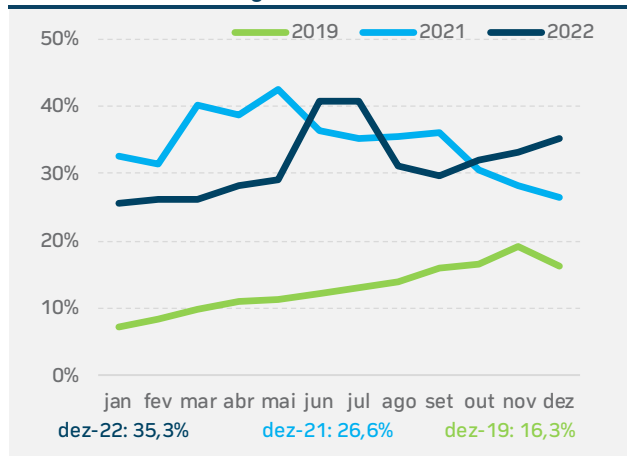
### VENDAS (R\$ MM)



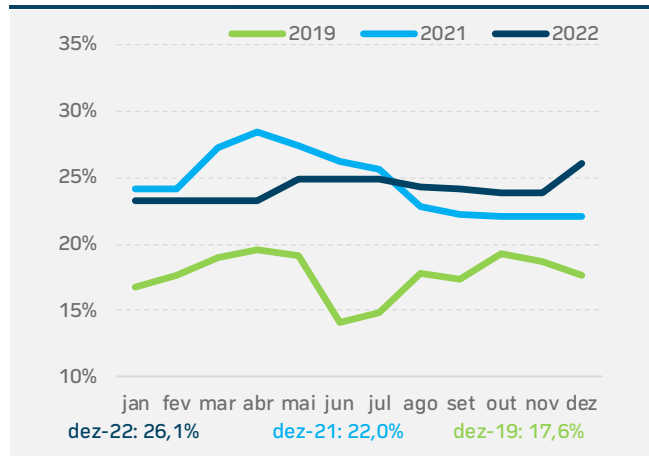
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## FRANCA SHOPPING (0,04% DA CARTEIRA)

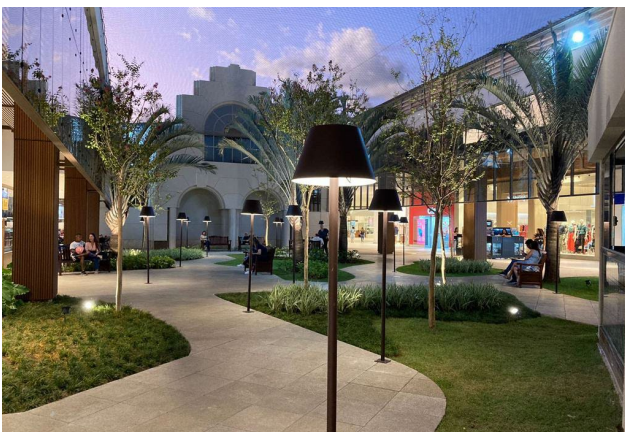
Inaugurado em outubro de 1993, o Franca Shopping é um centro de compras e entretenimento pioneiro no interior de São Paulo. Foi concebido como open mall e com um icônico lago interno. Recentemente o shopping passou por uma revitalização da área interna e no estacionamento, a primeira grande revitalização nos quase 30 anos do shopping. Apesar de ser uma participação pouco representativa no portfólio do Fundo, é esperado que contribua estrategicamente para oportunidades futuras. Em dezembro, o resultado do shopping apresentou crescimento de 49,4% vs. dez-19, principalmente em função das receitas de estacionamento que passaram a ser cobradas em maio deste ano. No acumulado do ano, o shopping apresentou resultado operacional 17,6% superior ao realizado em 2019.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
0,4%	18,7 mil m <sup>2</sup>	98	1993	Aliance Sonae + brMalls

**Principais Operações:** Lojas Renner, Casas Bahia, C&A, Riachuelo, Magazine Luiza e Centauro.

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

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

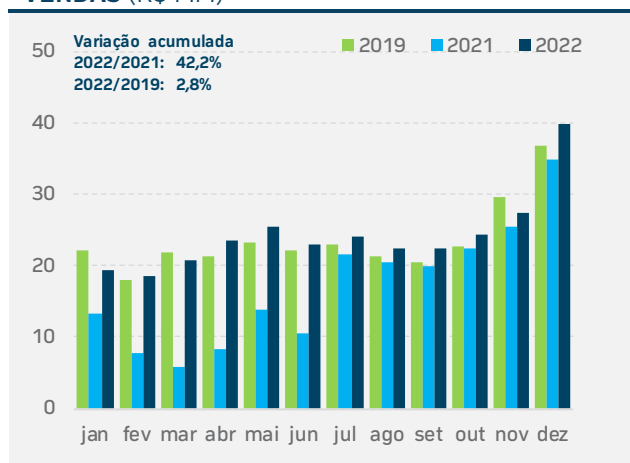




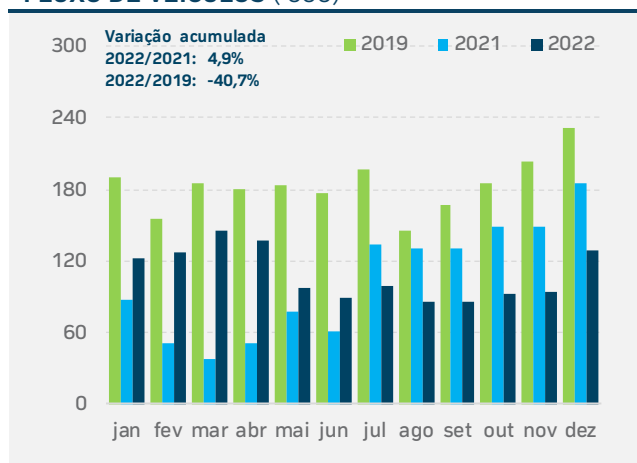
## FRANCA SHOPPING (0,04% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-22	Realizado dez-21	Varição vs. dez-21	Acum. dez-22	Acum. dez-21	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.729.069	1.261.718	37%	14.066.751	10.060.765	40%
Aluguel complementar	178.813	128.980	39%	1.462.560	964.353	52%
Aluguel quiosques/stands	532.161	-	-	2.024.892	22.094	9065%
Outras receitas	93.558	34.127	-	469.970	258.342	-
<b>Receitas totais</b>	<b>2.533.601</b>	<b>1.424.824</b>	<b>78%</b>	<b>18.024.173</b>	<b>11.305.554</b>	<b>59%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	-	(6.782)	-100%	(43.219)	(138.878)	-69%
Outras despesas	(250.779)	(142.150)	76%	(2.201.039)	(2.086.963)	5%
<b>Despesas totais</b>	<b>(250.779)</b>	<b>(148.932)</b>	<b>68%</b>	<b>(2.244.258)</b>	<b>(2.225.841)</b>	<b>1%</b>
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.282.822</b>	<b>1.275.892</b>	<b>79%</b>	<b>15.779.915</b>	<b>9.079.713</b>	<b>74%</b>
Resultado estacionamento	-	-	-	1.833.203	-	-
<b>NOI + estacionamento</b>	<b>2.282.822</b>	<b>1.275.892</b>	<b>79%</b>	<b>17.613.117</b>	<b>9.079.713</b>	<b>94%</b>
Benefitorias	(9.538.039)	(140.362)	6695%	(30.651.164)	(539.942)	5577%
Resultado não operacional	2.022.594	-	-	2.347.897	300.000	683%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>(5.232.623)</b>	<b>1.135.530</b>	<b>-</b>	<b>(10.690.149)</b>	<b>8.839.772</b>	<b>-</b>

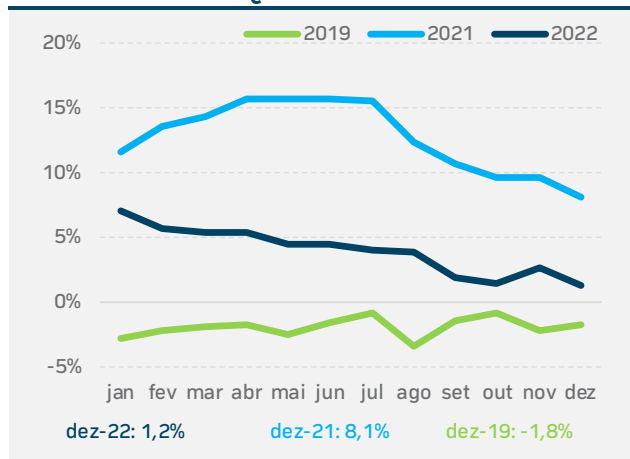
### VENDAS (R\$ MM)



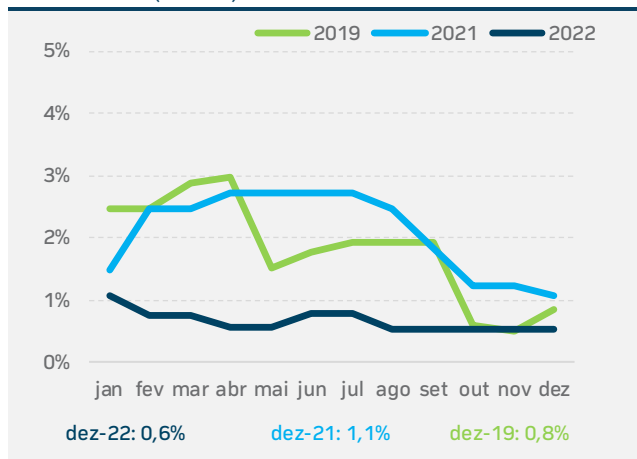
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PARQUE D. PEDRO (10% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII HPDP11)

O Parque D. Pedro Shopping é o mais completo centro de compras, lazer, entretenimento e serviços da região de Campinas. No encerramento de mês, o Fundo detinha uma participação de 10,3% do Shopping, por meio do Fundo HPDP11. Para maiores informações, sugerimos a leitura do relatório gerencial do Fundo ([link](#)).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
10,3%	126,5 mil m <sup>2</sup>	389	2002	Aliansce Sonae + brMalls

**Principais Operações:** Renner, Decathlon, Magazine Luiza, Riachuelo, Telhanorte, Kinoplex e Outback.

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

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



Foto 1: perspectiva do projeto de revitalização, Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.

## SHOPPING JARDIM SUL (4% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII JRDM11)

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.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
17,7%	28,6 mil m <sup>2</sup>	187	1990	Aliansce Sonae + brMalls

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

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

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



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

Aberto ao público em novembro de 2006, o Floripa Shopping possui localização privilegiada, arquitetura moderna, com iluminação natural, e o melhor mix de lojas da região. O empreendimento é um dos maiores e mais completos shoppings de Florianópolis e está localizado às margens da SC-401, uma das rodovias mais movimentadas da capital, que liga o Centro ao Norte da Ilha. Em 2019, foi realizada uma emissão para realizar um retrofit completo da fachada, a criação de uma passarela Gourmet e expansão do L3. Em 2020, foi feita uma nova expansão, construindo 3 lajes corporativas de 2,1 mil m<sup>2</sup> cada.

<b>PARTICIPAÇÃO</b> 24,6%	<b>ABL TOTAL</b> 47,9 mil m <sup>2</sup>	<b>OPERAÇÕES</b> 147	<b>INAUGURAÇÃO</b> 2006	<b>OPERADOR</b> Plena Malls
------------------------------	---	-------------------------	----------------------------	--------------------------------

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

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

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



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

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

Para compreensão dos eventos relativos ao Auto de Infração recebido pelo FII Grand Plaza Shopping, recomendamos a leitura dos relatórios de [dezembro](#) de 2020, de [fevereiro](#) de 2021, de [junho](#), [novembro](#) e de [dezembro](#) de 2022

A Hedge continuará acompanhando ativamente os acontecimentos em defesa dos interesses do HGBS e seus cotistas.

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

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

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

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



## VIA PARQUE SHOPPING (2% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII FVPQ11)

Ao longo dos anos, o Via Parque se transformou em um shopping voltado para as famílias com crianças e, por isso, busca valorizar essa relação levando para o mall eventos infantis e atrações exclusivas. Em parceria com a Qualicorp, operadora de planos de saúde, foi inaugurada no shopping a Qualistage, um hub de entretenimento, conectando o mundo do show business ao turismo, e-sports e a todos os movimentos culturais. A casa conta com capacidade para 9 mil pessoas em pé ou 3.500 sentadas, com diversas configurações possíveis, que incluem, também, palestras e eventos corporativos.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
12,4%	57,2 mil m <sup>2</sup>	238	1993	Aliansce Sonae + brMalls

**Principais Operações:** Renner, C&C, Leader, Marisa, Kinoplex e Rio Decor

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

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





## GLOSSÁRIO

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

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

**ABRASCE:** Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**IFIX:** índice de Fundos Imobiliários da B3.

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

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

**Megalojas:** lojas especializadas com área entre 500 a 999m<sup>2</sup> de ABL.

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

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

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

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

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

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

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

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

**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 2021](#)[Informe Mensal](#)

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



# hedge.

INVESTMENTS

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

[hedgeinvest.com.br](https://hedgeinvest.com.br)