

# Hedge Brasil Shopping FII

## HGBS11



SETEMBRO DE 2023

## Relatório Gerencial

**SUMÁRIO NAVEGÁVEL**

pág.

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS              | 3  |
| PALAVRA DA GESTORA                                  | 4  |
| MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING | 6  |
| ESG – HEDGE BRASIL SHOPPING                         | 7  |
| PRINCIPAIS DESTAQUES                                | 8  |
| DESEMPENHO DO FUNDO                                 | 14 |
| CARTEIRA DE INVESTIMENTOS                           | 18 |
| SHOPPING PENHA                                      | 21 |
| SHOPPING WEST PLAZA                                 | 23 |
| SHOPPING JARDIM SUL                                 | 25 |
| MOOCA PLAZA SHOPPING                                | 27 |
| TIVOLI SHOPPING CENTER                              | 29 |
| SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING                         | 31 |
| SHOPPING VILLALOBOS                                 | 33 |
| I FASHION OUTLET                                    | 35 |
| SHOPPING PRAÇA DA MOÇA                              | 37 |
| SANTANA PARQUE SHOPPING                             | 39 |
| SUZANO SHOPPING                                     | 41 |
| GOIABEIRAS SHOPPING CENTER                          | 43 |
| FRANCA SHOPPING                                     | 45 |
| SHOPPING PARQUE D. PEDRO                            | 47 |
| FLORIPA SHOPPING                                    | 48 |
| GRAND PLAZA SHOPPING                                | 49 |
| VIA PARQUE SHOPPING                                 | 50 |
| GLOSSÁRIO                                           | 51 |
| EVENTOS, COMUNICADOS E FATOS RELEVANTES             | 52 |
| DOCUMENTOS                                          | 53 |



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

## OBJETIVO DO FUNDO

O **Hedge Brasil Shopping FII** tem como objetivo auferir rendimentos pela aquisição e exploração comercial de participações em shopping centers construídos e em operação com pelo menos 15.000 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 <sup>1</sup></b><br><b>R\$ 224,65</b>         | <b>INÍCIO DAS ATIVIDADES</b><br>Novembro de 2006                                                |
| <b>COTA DE MERCADO</b><br><b>R\$ 231,98</b>                       | <b>ADMINISTRADORA</b><br>Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda. |
| <b>VALOR DE MERCADO</b><br><b>R\$ 2,3 bi</b>                      | <b>GESTORA</b><br>Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.                        |
| <b>QUANTIDADE DE COTAS <sup>1</sup></b><br><b>10.000.000</b>      | <b>TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão)</b><br>0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas |
| <b>QUANTIDADE DE COTISTAS <sup>1</sup></b><br><b>91.731</b>       | <b>TAXA DE PERFORMANCE</b><br>Não há                                                            |
| <b>ABL PRÓPRIA <sup>2</sup></b><br><b>189,1 mil m<sup>2</sup></b> | <b>OFERTAS CONCLUÍDAS</b><br>Oito emissões de cotas realizadas                                  |
|                                                                   | <b>CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO</b><br>HGBS11                                                           |
|                                                                   | <b>TIPO ANBIMA</b><br>FII Renda Gestão Ativa – Shoppings                                        |
|                                                                   | <b>PRAZO</b><br>Indeterminado                                                                   |
|                                                                   | <b>PÚBLICO ALVO</b><br>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).



<sup>1</sup> A quantidade de cotas não considera as 2.729.800 Novas Cotas distribuídas na 9ª Emissão de Cotas.

<sup>2</sup> Para efeitos deste relatório, os investimentos nos shoppings Parque D. Pedro, Via Parque, West Plaza, Floripa e Grand Plaza por meio dos fundos HPDP11, PQDP11, FVPQ11, WPLZ11, FLRP11 e ABCP11, respectivamente, são considerados ativos imobiliários.

Fonte: Hedge / Administradoras dos shoppings / Economática; Data base das informações: 29/09/2023.

## PALAVRA DA GESTORA

### CENÁRIO MACRO E POLÍTICO

Setembro foi um mês marcado pela mudança de percepção do mercado em relação à taxa de juros nos Estados Unidos e seus impactos nas principais economias. Caiu a ficha para os agentes do mercado que as taxas de juros definidas pelo banco central americano (FED) podem subir mais e permanecer altas por mais tempo. Isso ocorre, pois, a economia americana continua aquecida, conforme demonstram os principais indicadores de emprego, como abertura de novas vagas ainda em grande quantidade e baixo número de pedidos de seguro-desemprego. A inflação acumulada dos últimos doze meses está em torno dos 3,70%, portanto longe da meta de 2,00%, o objetivo a ser atingido pelo FED.

Com isso completamos um ciclo de expectativas de mercado, fomos do hard landing para o soft landing e daí para o no landing e, agora, estamos de volta a algo parecido com a expectativa inicial, com uma grande surpresa em relação ao fato da política econômica mais apertada não estar conseguindo reduzir o ritmo da aquecida economia americana. Assistimos aos juros dos Treasury Bonds do governo americano atingirem as máximas dos últimos dezesseis anos, ou seja, desde a eclosão da crise do subprime em 2007/2008, com o 10y batendo acima de 4,80% e o 30y rompendo a barreira dos 5,00% e derrubando a bolsa americana, tendo como referência o S&P 500, que finalizou o mês de setembro em 4288 pontos, representando uma baixa de -4,9% no mês. Essa alta de juros no mercado americano trouxe como consequência o fortalecimento do dólar em relação às principais moedas do mundo, o euro chegou a flertar com o patamar de 1,05 USD / EUR e o real que chegou a 5,22 BRL / USD. Outro fator de forte impacto no mês foi a sequência de alta do petróleo, o barril de Brent chegou a ser negociado acima de U\$95 na bolsa de Londres, o que representa uma alta de 9,7% em setembro.

O mercado brasileiro, como já foi dito, sofreu bastante com a alta dos juros futuros nos EUA. Tivemos uma alta expressiva nas taxas expressas no mercado futuro de DI. Se pegarmos o Jan/25, ele terminou o mês a 10,84%, representando uma alta de 31 pontos-base e o principal impacto se deu no câmbio, com o dólar futuro atingindo a cotação de 5,24 contra o real em 6 de outubro. Apesar desse cenário, o índice Bovespa, que chegou a bater 113.366 pontos, encerrou o mês a 116.565 pontos, com uma variação mensal positiva de 0,7%, e acumulando alta de 6,2% no ano. O IFIX, por sua vez, apresentou alta de 0,2% no mês e agora avança 12,3% no ano, sendo o sexto mês de alta consecutivo.

Cabe lembrar que por aqui tivemos nossa própria contribuição para o desânimo dos mercados, não se podendo jogar toda a culpa na política monetária do FED. As discussões sobre a reforma tributária têm tido dificuldades em avançar no Senado e já contam com mais de 300 emendas, assim como a questão fiscal vem ganhando projeção na medida em que esquentam os debates sobre o orçamento do governo federal em 2024. A peça orçamentária enviada pelo governo ao Congresso prevê déficit primário zero em 2024 e as projeções dos economistas dos principais agentes econômicos estão em um patamar de 0,80% de déficit. Dessa forma, surge pressão para que o governo mude a sua previsão. Nossa opinião é que o orçamento deve ter a previsão de déficit primário em zero para funcionar como meta desse Governo, passando essa sinalização para a sociedade e, caso haja um descumprimento dessa meta ao final do ano, deve entrar em vigor o regimento previsto no novo regime fiscal do Governo Federal, o chamado arcabouço fiscal que foi criado justamente para esse fim e deve funcionar como um freio para os gastos em 2025, evitando uma explosão da relação dívida/PIB nos anos seguintes.

A principal consequência desse debate foi a mudança da expectativa de mercado em relação ao fim do atual ciclo de afrouxamento monetário. Nas semanas que se seguiram ao primeiro corte de juros promovido pelo Banco Central do Brasil no ano, que surpreendeu o mercado com um corte de 0,50% em 02/agosto, o mercado futuro, expresso pelo contrato futuro de DI com vencimento em Jan/2025, chegou a indicar uma taxa de juros para o fim de 2024 ao redor de 8,75% e, na primeira semana de outubro, esse mesmo futuro indicava o patamar de 10,75%. Cabe lembrar que nas últimas nove semanas a Focus, pesquisa que o BACEN promove junto aos agentes financeiros, esteve constante em 9,00% para 2024. Esses números expressam bem a magnitude da mudança de expectativas no mercado e indicam uma diminuição do espaço que o BACEN vai ter para reduzir os juros.

Não podemos deixar de mencionar as medidas que impactam o mercado de fundos imobiliários previstas na MP 1184 e agora colocadas dentro do PL 4173, cujo relator, Deputado Pedro Paulo do União Brasil-RJ, já apresentou algumas mudanças, fixando em 300 investidores o número mínimo para que um FII tenha isenção na distribuição de rendimentos, além da manutenção da frase onde é mencionado que para se ter direito à isenção na



distribuição de dividendos, esses fundos devem apresentar “efetiva negociação”, sem a especificação do que isso significa, já que qualquer negociação é uma efetiva negociação.

Enfim, continuamos acreditando nos mercados de renda variável, em especial, os FII e as ações. Temos visto como positivo o comportamento da inflação, mesmo com a alta do petróleo. O crescimento do PIB tem indicado um potencial para maior aumento do consumo, o que também é positivo, mas temos que estar atentos ao comportamento do mercado de juros. O Banco Central deve promover mais dois cortes de 50 pontos-base ainda este ano como afirmou na ata de sua última reunião, mas o ritmo de cortes para o próximo ano e o patamar que será estabelecido para o juro terminal desse ciclo vão depender do ajuste fiscal que o governo promover.

Mais uma vez agradecemos a confiança em nós depositada.

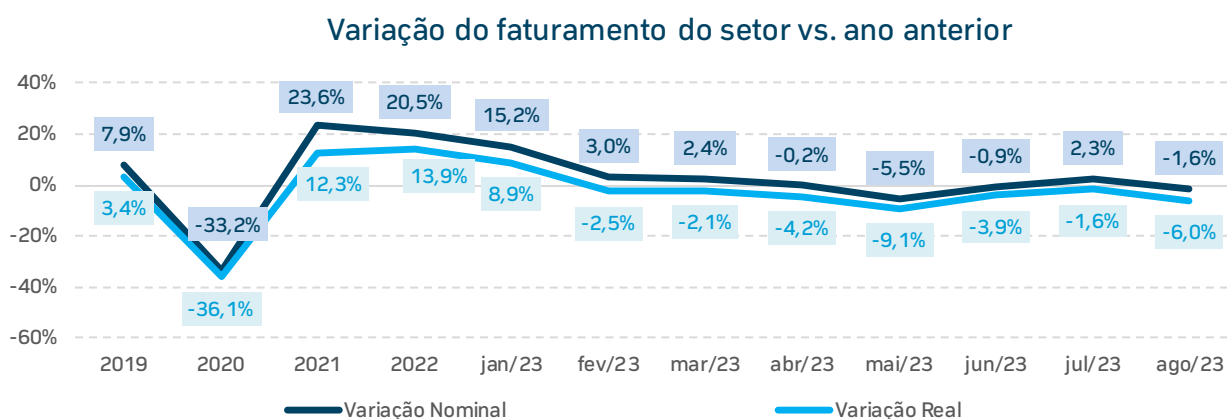
**Equipe de Gestão da Hedge Investments**

## MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING

### MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em agosto, o mercado de shoppings brasileiro apresentou retração de faturamento de 1,6% quando comparado ao mesmo mês de 2022, em termos nominais. Já em termos reais, ou seja, levando-se em consideração a inflação no período, houve uma retração de 6,0%.

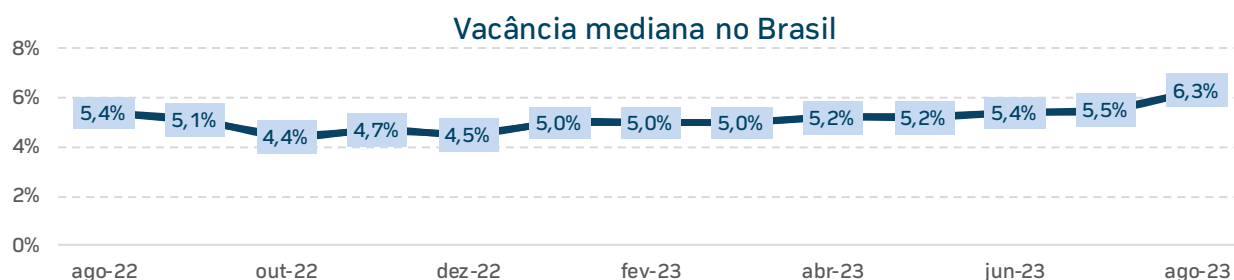
Abaixo, trazemos as variações do faturamento do setor comparado com os anos anteriores, em termos reais e nominais.



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

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

| Vacância (Mediana) | Brasil | Norte/Nordeste | Centro-Oeste | Sudeste | Sul  |
|--------------------|--------|----------------|--------------|---------|------|
| Ago/23             | 6,3%   | 7,0%           | 4,4%         | 5,8%    | 6,5% |
| Jul/23             | 5,5%   | 6,5%           | 3,8%         | 5,1%    | 9,5% |



Fonte: Abrasce.

## ESG NO HEDGE BRASIL SHOPPING

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



E

**Environmental** (Ambiental)



S

**Social** (Social)



G

**Governance** (Governança)

### Gestão Hídrica

O Projeto de Gestão Hídrica, implantado em parceria com a General Water, vem apresentando resultados muito positivos no viés ambiental, visto a economia e autonomia de água do São Bernardo Plaza. Apenas no 1º semestre de 2023 foram tratados pelo shopping 15,9MM de litros de água, sendo o consumo de água potável reduzido em 43%, além de terem sido recicladas 165 toneladas de resíduos.



### Reconhecimento de Ações Ambientais

As recentes ações voltadas a sustentabilidade do Parque Dom Pedro, como as citadas no relatório de [03/23](#) e [12/22](#), foram destaque no [Prêmio ABRASCE 2023](#), levando o troféu de Bronze na categoria Newton Rique de Sustentabilidade | ESG. Nos últimos meses foi constatada uma economia equivalente a 2.000.000 litros/ano de água destinada às torres de resfriamento do sistema de ar-condicionado do shopping.

### Dança em Cena

Na quinta edição do projeto [Dança em Cena](#), o Floripa Shopping foi palco de um dos maiores eventos de dança dentro de um shopping center. Nos 5 dias de evento com muita dança, música, cultura e diversão, foram recebidos mais de 2.500 bailarinos, executando 300 coreografias e atraindo um público adicional de 30.000 visitantes. O evento foi realizado a partir de uma lei de incentivo tributário, permitindo que o shopping apoiasse o evento sem nenhum desembolso adicional.

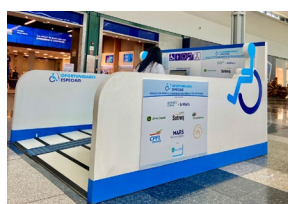


### Bazar Cabelegria

O [Cabelegria](#), projeto com foco em transformar a doação de cabelos em perucas e distribuí-las para pessoas submetidas a tratamentos de câncer e outras doenças que resultam em queda de cabelo, realizou em parceria com o Santana Parque Shopping um bazar de roupas e cosméticos para arrecadar fundos. Desde sua inauguração o bazar já arrecadou mais de R\$40.000 que serão destinados a custear a produção de suas perucas.

### Campanha do Agasalho

Durante o mês de julho, o Floripa Shopping participou ativamente da Campanha do Agasalho, disponibilizando um ponto de coleta e divulgando a campanha através de suas redes sociais. Foram arrecadadas mais de 300 peças entre roupas de inverno, cobertores e calçados que ajudarão os mais necessitados a se aquecerem durante a estação mais fria do ano.



### Projeto Oportunidades Especiais

Pelo 5º ano consecutivo o Parque Dom Pedro recebeu o Projeto Oportunidades Especiais. Foram divulgadas 300 vagas de emprego disponíveis em 7 empresas, incluindo a própria administradora do empreendimento, focadas na inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. O espaço montado na Entrada Águas foi [destaque na grande mídia](#) e contava com atendimento especializado, material em braille e intérprete de libras.

## PRINCIPAIS DESTAQUES

### INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de agosto.

**VENDAS:** O portfólio do Fundo apresentou vendas/m<sup>2</sup> de R\$ 1.097 em agosto, o que representa um crescimento de 6,8% considerando o portfólio atual vs. portfólio de agosto de 2022. No acumulado do ano, há crescimento de 10,1% vs. mesmo período de 2022. Vale mencionar que no período foram incluídos na base os shoppings Floripa e Jardim Sul e, se considerarmos o portfólio atual, observaríamos um crescimento de 2,9% em comparação ao mesmo mês de 2022 e, no acumulado do ano, um crescimento de 7,8% vs. mesmo período de 2022.

**VACÂNCIA:** O Fundo encerrou agosto com 8,2% da ABL vaga vs. 8,5% em julho.

**NOI/M<sup>2</sup>:** Em agosto, o NOI/m<sup>2</sup> do Fundo foi de R\$ 81,3 /m<sup>2</sup>, um crescimento de 12,5% considerando portfólio atual vs. o portfólio de agosto de 2022. No acumulado do ano, o crescimento é de 10,5% vs. mesmo período de 2022. Os destaques do mês foram: Parque Dom Pedro (+23,5%), Floripa (18,3%) e Jardim Sul (+15,5%).

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

| Agosto - 2023             |               |          |                |             | VENDAS (100%)      |                               |               | NOI (100%)         |                               |                    |
|---------------------------|---------------|----------|----------------|-------------|--------------------|-------------------------------|---------------|--------------------|-------------------------------|--------------------|
| Portfólio <sup>1</sup>    | % da Carteira | Part.    | ABL (100%)     | Vacância    | R\$/m <sup>2</sup> | R\$/m <sup>2</sup> vs. ago/22 | YTD vs. 2022. | R\$/m <sup>2</sup> | R\$/m <sup>2</sup> vs. ago/22 | YTD vs. 2022       |
| Penha                     | 14%           | 88%      | 29.769         | 6,7%        | 1.365              | 4,6%                          | 6,9%          | 82,1               | 1,9%                          | 8,8%               |
| West Plaza <sup>2</sup>   | 11%           | 89%      | 36.780         | 16,2%       | 610                | -10,6%                        | -1,0%         | 48,2               | 6,5%                          | -0,5%              |
| Pq D. Pedro <sup>2</sup>  | 11%           | 10%      | 126.518        | 2,0%        | 1.160              | 2,4%                          | 12,1%         | 137,0              | 23,5%                         | 12,3%              |
| Jardim Sul                | 10%           | 40%      | 28.747         | 3,9%        | 1.857              | 7,5%                          | 11,6%         | 131,4              | 15,5%                         | 16,5%              |
| Mooca                     | 8%            | 20%      | 42.036         | 0,9%        | 1.758              | 6,0%                          | 9,5%          | 152,1              | 14,9%                         | 13,9%              |
| Tivoli                    | 8%            | 59%      | 25.821         | 0,8%        | 1.104              | 0,4%                          | 7,9%          | 78,8               | 6,5% <sup>5</sup>             | 15,7% <sup>5</sup> |
| São Bernardo              | 8%            | 35%      | 42.897         | 5,0%        | 908                | -2,3%                         | 8,0%          | 84,0               | 10,8%                         | 9,5%               |
| Villa Lobos               | 6%            | 15%      | 28.203         | 2,1%        | 2.324              | 10,0%                         | 13,8%         | 227,7              | 12,7%                         | 14,3%              |
| IFONH                     | 5%            | 49%      | 20.048         | 1,0%        | 1.547              | 19,0%                         | 14,6%         | 79,1               | 11,4%                         | 11,5%              |
| Pr. da Moça               | 4%            | 23%      | 30.128         | 1,8%        | 1.096              | 2,5%                          | 6,2%          | 89,5               | 9,3%                          | 2,7% <sup>6</sup>  |
| Floripa <sup>2</sup>      | 4%            | 25%      | 47.968         | 2,6%        | 889 <sup>4</sup>   | 2,7%                          | 9,2%          | 59,9               | 18,3%                         | 21,3%              |
| Santana                   | 3%            | 15%      | 26.659         | 13,0%       | 984                | -1,9%                         | 2,0%          | 82,4               | 2,6%                          | -3,0%              |
| Suzano                    | 2%            | 15%      | 24.994         | 2,7%        | 1.025              | 0,8%                          | 7,4%          | 89,2               | -7,4%                         | -1,7%              |
| Goiabeiras                | 1%            | 54%      | 26.320         | 32,7%       | 354                | 4,2%                          | -0,9%         | -8,7               | na                            | na                 |
| Franca                    | 0,03%         | 0%       | 18.738         | 2,8%        | 1.249              | 4,4%                          | 9,2%          | 84,8               | -13,0%                        | 28,7%              |
| <b>HGBS<sup>1,3</sup></b> | <b>-</b>      | <b>-</b> | <b>176.839</b> | <b>8,2%</b> | <b>1.097</b>       | <b>6,8%</b>                   | <b>10,1%</b>  | <b>81,3</b>        | <b>12,5%</b>                  | <b>10,5%</b>       |

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

<sup>2</sup> Participação indireta via WPLZ11, HPDP11 e FLRP11.

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

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

<sup>5</sup> Tivoli: Excluindo recebimentos não recorrentes da base de 2023, o crescimento seria de 0,9% vs. ago-22 e 10,9% no acumulado do ano.

<sup>6</sup> Praça da Moça: Excluindo recebimentos não recorrentes da base de 2022, o crescimento seria de 10,1% no acumulado do ano.

Fonte: Hedge, Administradoras.



## 9ª EMISSÃO DE COTAS

Em 09 de outubro de 2023 foi divulgado o [Anúncio de Encerramento](#) da Oferta Pública de Distribuição da 9ª Emissão de Cotas do Hedge Brasil Shopping FII com 2.729.800 Novas Cotas distribuídas, o que representa um montante total captado de R\$ 619.691.898,00 considerando o preço de emissão com custos de R\$ 227,01 / cota.

Os investidores que entraram na Oferta receberam recibos de subscrição, que serão convertidos em cotas do HGBS11 em 06 de novembro de 2023.

Após a conversão, o patrimônio do Fundo passará a ser composto por 12.729.800 cotas que, considerando o valor patrimonial do encerramento de setembro, representariam um valor patrimonial de R\$ 2,9 bilhões.

## ALOCÇÃO DOS RECURSOS

Conforme divulgado nos últimos comunicados de Fato Relevante, o Fundo firmou instrumentos vinculantes para a aquisição de participações em 3 ativos: 60% do [Shopping Capim Dourado](#), até 60% do [Shopping Jardim Sul](#) e 43% do [Boulevard Shopping Bauru](#), que são mais bem detalhadas a frente.

As operações estão sujeitas à superação de condições precedentes usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização, em termos satisfatórios para todas as partes, dos documentos das transações e da obtenção de todas as aprovações necessárias de terceiros. Destacamos que em nenhuma destas transações há o risco de exercício de direito de preferência.

Todas as aquisições estão em linha com a estratégia e estudo de viabilidade da 9ª Emissão, além de atender à política de investimento do Fundo e aos critérios de enquadramento constantes no Regulamento do Fundo.

Nas páginas a seguir apresentamos os detalhes de cada uma das aquisições. Informações adicionais sobre as operações serão comunicadas ao mercado por meio de documentos adicionais, tais como Fatos Relevantes e relatórios gerenciais.

## PROPOSTA DE AQUISIÇÃO DA FRAÇÃO IDEAL DE 60% DO SHOPPING CAPIM DOURADO

No dia 31 de agosto de 2023 foi divulgado ao mercado por meio do [Fato Relevante](#) a proposta vinculante de aquisição da fração ideal de 60% do Shopping Capim Dourado, localizado em Palmas, Estado do Tocantins, tendo a referida proposta sido aceita pelo proprietário do Imóvel.

O valor de referência da transação é de R\$ 181.273.301,00, que representa um cap rate de 9,25%, considerando o NOI Caixa estimado para o ano de 2023. Ainda, o Preço poderá ser ajustado, baseado no NOI Caixa recorrente do Shopping dos doze meses posteriores ao fechamento da operação e um cap rate de 9,25%, pago em prazo a ser definido pelas partes.

O Shopping Capim Dourado é o maior centro de compras da cidade de Palmas<sup>1</sup>, a capital com o segundo maior crescimento populacional entre 2010 e 2022, conforme medido pelo IBGE<sup>2</sup>. Adicionalmente, o Estado do Tocantins vem se destacando nos últimos anos como uma nova fronteira agrícola do país<sup>3</sup>.

Superadas as condições resolutivas, usuais em transações desta natureza, será disponibilizado novo Fato Relevante ao mercado em geral com as devidas informações da transação e impactos previstos no resultado do Fundo. Toda e qualquer negociação para aquisição de ativos visa a não somente permitir o acesso a novos empreendimentos, mas, também, tem como premissa manter ou aumentar a distribuição de rendimentos recorrentes do Fundo.

Fonte: <sup>1</sup> Censo Abrasce 2022/2023; <sup>2</sup> Notícia veiculada na mídia ([link](#)), <sup>3</sup> Governo do Tocantins ([link](#)).

### FICHA TÉCNICA: SHOPPING CAPIM DOURADO

| VACÂNCIA        | ABL TOTAL               | INAUGURAÇÃO | OPERADOR   |
|-----------------|-------------------------|-------------|------------|
| 3,1% (julho-23) | 39,2 mil m <sup>2</sup> | 2010        | Soul Malls |

**Principais Operações:** Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, Madero

**Lazer:** Cinema Cinemark, Zig Zag Play

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

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



## PROPOSTA DE AQUISIÇÃO DA FRAÇÃO IDEAL DE 43% DO BOULEVARD SHOPPING BAURU

No dia 3 de outubro de 2023 foi divulgado ao mercado por meio do [Fato Relevante](#) que o Fundo firmou Compromisso de Venda e Compra para aquisição de participação equivalente a 43% do Boulevard Shopping Bauru, localizado na cidade de Bauru, interior do estado de São Paulo.

O valor de referência da transação é de R\$100.614.323,00, que representa um cap rate de 9,0%, considerando o NOI Caixa estimado para o ano de 2023. Ainda, o vendedor fará jus ao eventual recebimento de um *Earn-Out*, a ser pago até 28 de fevereiro de 2025, baseado no valor calculado considerando o NOI Caixa recorrente do Shopping para o ano de 2024 e um cap rate de 9,0%.

O Boulevard Shopping Bauru é o maior centro de compras de Bauru<sup>1</sup>, cidade que é sede da região administrativa que engloba 39 outros municípios vizinhos, abrangindo uma área de influência com população de aproximadamente 1,1 milhão de pessoas<sup>2</sup>.

A Operação está sujeita à superação de condições precedentes usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização, em termos satisfatórios para todas as partes, dos documentos da Transação e da obtenção de todas as aprovações necessárias de terceiros. Com a evolução da Transação, novas informações serão disponibilizadas ao mercado em geral.

Fonte: <sup>1</sup> Censo Abrasce 2022/2023; <sup>2</sup> Desenvolve SP – Governo de São Paulo ([link](#)).

### FICHA TÉCNICA: BOULEVARD SHOPPING BAURU

| VACÂNCIA        | ABL TOTAL               | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|-----------------|-------------------------|-------------|----------|
| 7,7% (junho-23) | 34,7 mil m <sup>2</sup> | 2012        | Allos    |

**Principais Operações:** Renner, Riachuelo, Centauro, Farm e Outback

**Lazer:** Cinépolis, Parkland e Hobby Boliche

**Endereço:** Rua Marcondes Salgado, Quadra 11 - Chácara das Flores, Bauru – SP

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



## PROPOSTA DE AQUISIÇÃO DA FRAÇÃO IDEAL DE 60% DO SHOPPING JARDIM SUL

No dia 3 de outubro de 2023 foi divulgado ao mercado por meio do [Fato Relevante](#) que o Fundo firmou Compromisso de Venda e Compra para aquisição de participação de até 60%, respeitando o mínimo de 50%, do Shopping Jardim Sul, localizado no bairro do Morumbi, na Zona Sul da cidade de São Paulo.

O valor de referência da transação é de R\$ 343.831.462,00, para 60% do imóvel, representando um cap rate de 8,25%, considerando o NOI Caixa estimado para o ano de 2023, o que representa um cap rate de 8,9%, considerando o NOI Caixa estimado para os 12 meses seguintes à conclusão da transação e é 4,0% inferior ao laudo de avaliação elaborado pela CBRE em julho de 2023<sup>1</sup>.

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.

A operação está sujeita à superação de condições precedentes usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização, em termos satisfatórios para todas as partes, dos documentos da transação e da obtenção de todas as aprovações necessárias de terceiros. Com a evolução da transação, novas informações serão disponibilizadas ao mercado em geral.

Considerando que o Fundo é atual proprietário de 40% do Imóvel, superadas as condições resolutivas, o Fundo passará a deter até 100%, observado o mínimo de 90% do Shopping Jardim Sul, e será disponibilizado Fato Relevante ao mercado em geral com as devidas informações da Transação e impactos previstos no resultado do Fundo.

Fonte: <sup>1</sup> Laudo de avaliação disponível publicamente ([link](#)).

## FICHA TÉCNICA: SHOPPING JARDIM SUL

| VACÂNCIA         | ABL TOTAL               | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|------------------|-------------------------|-------------|----------|
| 3,9% (agosto-23) | 28,7 mil m <sup>2</sup> | 1990        | Allos    |

**Principais Operações:** Renner, C&A, Centauro, Farm, Shoulder, Pão de Açúcar, Outback e Almanara.

**Lazer:** UCI Cinemas.

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

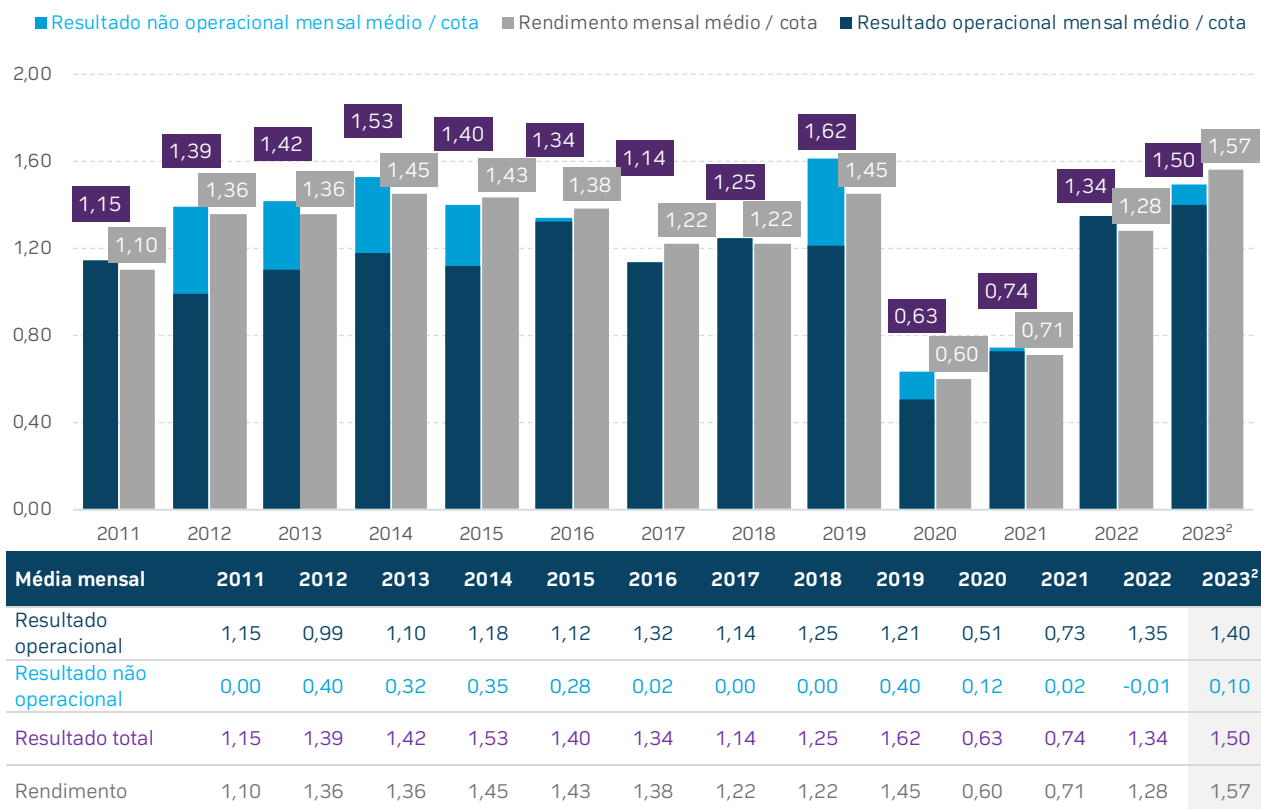
[www.shoppingjardimsul.com.br](http://www.shoppingjardimsul.com.br)



## RESULTADO OPERACIONAL, LUCRO DE OPERAÇÕES E RENDIMENTOS DISTRIBUÍDOS

O Hedge Brasil Shopping surgiu em novembro de 2006 como o primeiro fundo imobiliário de portfólio de gestão ativa do país, com a proposta de gerar aos cotistas rentabilidade superior ao que seria auferido a partir da exploração comercial dos imóveis.

Como é possível ver no gráfico abaixo, desde 2012, quando o Fundo fez a primeira venda de ativo<sup>1</sup>, foi possível gerar rendimento adicional ao cotista em praticamente todos os anos, com exceção dos anos de 2017 e 2018, impactados pela crise vivida no país na época e de 2022, ano em que os preços praticados pelo mercado foram pouco atrativos do ponto de vista vendedor.



Fonte: Hedge. <sup>1</sup>Venda do Plaza Sul em janeiro de 2012. <sup>2</sup> Dados até setembro/23

## GESTÃO ATIVA E GERAÇÃO DE RESULTADO NÃO RECORRENTE

No relatório de julho, mencionamos o otimismo com o ciclo de mercado que se iniciou com o primeiro corte de juros em mais de três anos e que buscaríamos aproveitar este cenário, realizando a reciclagem de ativos do portfólio e compra de novos ativos com maiores retornos prospectivos. Já havíamos anunciado a operação do JRDM11 que gerou ao Fundo um lucro de R\$ 1,00 / cota. Durante o mês de agosto, anunciamos a venda parcial de mais dois ativos, que deverá gerar ao Fundo R\$ 6,29 / cota, sem considerar ainda a correção das parcelas a prazo pelo IPCA, conforme detalhado anteriormente, para maiores informações, recomendamos a leitura do relatório gerencial de [agosto](#).

| Lucro não recorrente / cota <sup>1</sup> | JRDM11   | IFONH    | HPDP11   | Total    |
|------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| 2º semestre de 2023                      | R\$ 1,00 | R\$ 1,98 | R\$ 1,71 | R\$ 4,69 |
| 1º semestre de 2024                      | -        | R\$ 0,66 | R\$ 1,28 | R\$ 1,94 |
| 2º semestre de 2024                      | -        | R\$ 0,66 | R\$ 0,00 | R\$ 0,66 |
| Total até dez/24                         | R\$ 1,00 | R\$ 3,30 | R\$ 2,99 | R\$ 7,29 |

Fonte: Hedge. Valores não consideram a variação do IPCA a ser aplicada sobre as parcelas a prazo. <sup>1</sup> Considera a quantidade atual de cotas do Fundo.

Tais movimentos estão alinhados a estratégia do Fundo e, concretizando-se a operação, o Fundo irá distribuir o lucro destas vendas em complemento ao resultado gerado recorrentemente por seus ativos, conforme determina a regulamentação vigente.

## DESEMPENHO DO FUNDO

### RESULTADO

Em setembro, o resultado do Fundo foi de R\$ 1,29 / cota. O Fundo distribuirá R\$ 2,00 / cota como rendimento referente ao mês de setembro de 2023, considerando as 10.000.000 cotas no fechamento. O pagamento será realizado em 16 de outubro de 2023, aos detentores de cotas em 29 de setembro 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 maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na [página](#) do Fundo.

| HGBS 11                             | set-23             | R\$ / Cota    | 2023                | R\$ / Cota<br>Médio Mensal |
|-------------------------------------|--------------------|---------------|---------------------|----------------------------|
| <b>Receita Imobiliária</b>          | <b>13.716.970</b>  | <b>1,37</b>   | <b>126.512.534</b>  | <b>1,41</b>                |
| Imóveis                             | 10.418.974         | 1,04          | 92.418.182          | 1,03                       |
| FIs Estratégicos - Rendimento       | 3.297.995          | 0,33          | 34.094.352          | 0,38                       |
| <b>Outras Receitas</b>              | <b>2.564.333</b>   | <b>0,26</b>   | <b>18.765.307</b>   | <b>0,21</b>                |
| FIs Líquidos - Rendimento           | 1.122.534          | 0,11          | 11.217.684          | 0,12                       |
| CRI                                 | 593.084            | 0,06          | 5.481.131           | 0,06                       |
| LCI                                 | -                  | -             | -                   | -                          |
| Renda Fixa                          | 848.715            | 0,08          | 2.066.492           | 0,02                       |
| <b>Total de Despesas</b>            | <b>(3.365.246)</b> | <b>(0,34)</b> | <b>(19.585.158)</b> | <b>(0,22)</b>              |
| Despesas operacionais               | (1.349.252)        | (0,13)        | (13.655.041)        | (0,15)                     |
| Despesas financeiras                | (2.015.994)        | (0,20)        | (5.930.116)         | (0,07)                     |
| <b>Resultado Operacional</b>        | <b>12.916.056</b>  | <b>1,29</b>   | <b>125.692.683</b>  | <b>1,40</b>                |
| <b>Lucro Operações</b>              | <b>(37.146)</b>    | <b>(0,00)</b> | <b>8.978.636</b>    | <b>0,10</b>                |
| Imóveis                             | -                  | -             | -                   | -                          |
| FIs Estratégicos - Ganho de Capital | -                  | -             | 10.005.392          | 0,11                       |
| FIs Líquidos - Ganho de Capital     | (37.099)           | (0,00)        | (1.026.157)         | (0,01)                     |
| IR Ganho FIs                        | (47)               | (0,00)        | (598)               | (0,00)                     |
| <b>Resultado</b>                    | <b>12.878.910</b>  | <b>1,29</b>   | <b>134.671.320</b>  | <b>1,50</b>                |
| Rendimento Recibos*                 | 810.560            | -             | 810.560             | -                          |
| <b>Rendimento HGBS11</b>            | <b>20.000.000</b>  | <b>2,00</b>   | <b>141.000.000</b>  | <b>1,57</b>                |

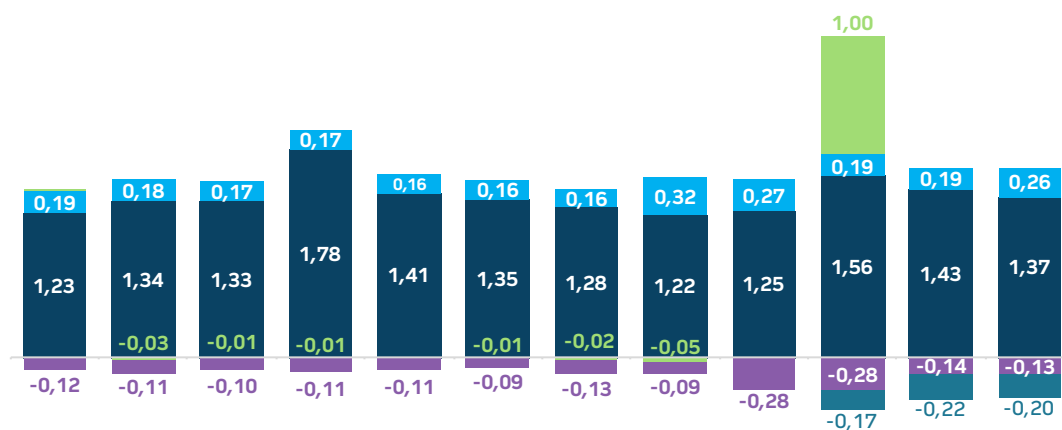
**Renda Imobiliária:** Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIs Estratégicos - Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIs Líquidos - Rendimento: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

Fonte: Hedge

\* Rendimento distribuído aos detentores de recibos da 9ª Emissão de cotas do Fundo, sendo R\$ 1,27 / cota para os 458.370 recibos do Direito de preferência (HGBS13) e R\$ 0,39 / cota para os 585.718 recibos das Sobras e Montante Adicional (HGBS14).

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

■ Renda Imobiliária ■ Resultado Financeiro ■ Resultado de Operações ■ Despesas Operacionais ■ Despesas Financeiras



|                     | out-22 | nov-22 | dez-22 | jan-23 | fev-23 | mar-23 | abr-23 | mai-23 | jun-23 | jul-23 | ago-23 | set-23 | Média 12m |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| Resultado Total     | 1,30   | 1,37   | 1,39   | 1,82   | 1,46   | 1,41   | 1,29   | 1,39   | 1,23   | 2,30   | 1,26   | 1,29   | 1,46      |
| Rendimento          | 1,35   | 1,40   | 1,40   | 1,40   | 1,40   | 1,40   | 1,45   | 1,45   | 1,45   | 1,55   | 2,00   | 2,00   | 1,52      |
| Resultado Acumulado | 1,57   | 1,54   | 1,54   | 1,96   | 2,02   | 2,03   | 1,88   | 1,82   | 1,60   | 2,35   | 1,61   | 0,82   | -         |

## PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Considerando as premissas de projeção de resultados para os ativos do Fundo e o resultado não recorrente projetado considerando as vendas de ativos já anunciadas, indicamos o patamar de rendimentos mensal médio para o restante de 2023 em R\$ 2,00 / cota.

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\$ 231,98**.

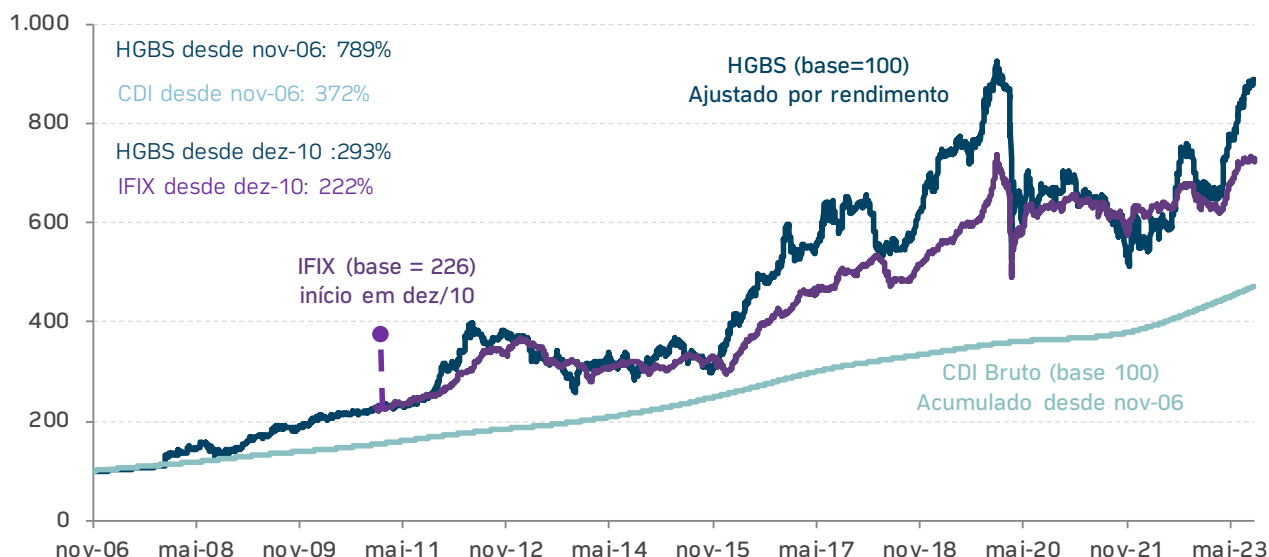
| Hedge Brasil Shopping FII     | set/23        | 2023          | 12 meses      | Início                    |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------|
| <b>Cota Aquisição (R\$)</b>   | <b>231,42</b> | <b>190,14</b> | <b>216,00</b> | <b>100,00</b>             |
| Renda Acumulada               | 0,9%          | 7,1%          | 8,1%          | 235,2%                    |
| Ganho de Capital Líquido      | 0,2%          | 17,6%         | 5,9%          | 105,6%                    |
| TIR LÍQ. (Renda + Venda)      | 1,1%          | 25,5%         | 14,6%         | 1078,9%                   |
| TIR LÍQ. (Renda + Venda) a.a. | 14,2%         | 35,7%         | 14,8%         | 15,8%                     |
| <b>% CDI Líquido</b>          | <b>128,3%</b> | <b>304,9%</b> | <b>129,3%</b> | <b>393,9%</b>             |
| <b>Retorno Total Bruto</b>    | <b>1,1%</b>   | <b>29,1%</b>  | <b>15,5%</b>  | <b>367,1%</b>             |
| <b>IFIX</b>                   | <b>0,2%</b>   | <b>12,3%</b>  | <b>7,6%</b>   | <b>221,9%<sup>1</sup></b> |
| <b>% IFIX</b>                 | <b>549,3%</b> | <b>247,0%</b> | <b>203,5%</b> | <b>132,2%<sup>2</sup></b> |

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

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

## RENTABILIDADE ACUMULADA

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

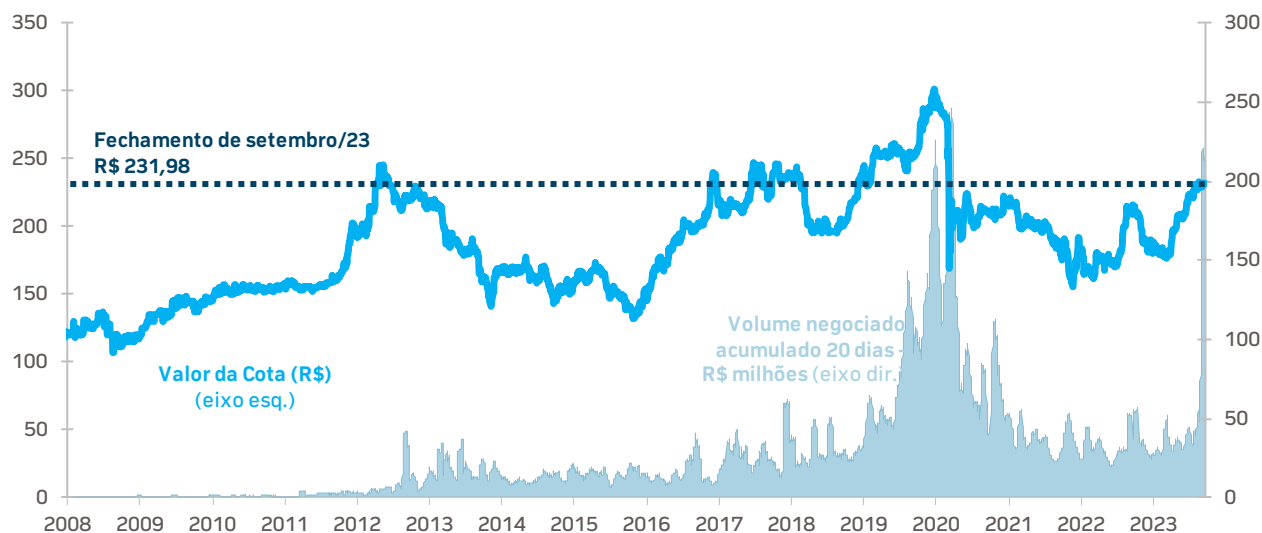


Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Economática

## LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Conforme destacado em [Fato Relevante](#), durante o mês de setembro o Fundo passou a integrar a carteira do índice internacional FTSE Global All-Cap. Este movimento colaborou para o aumento do volume de cotas negociadas no mês.

| Negociação B3                  | set/23 | 2023  | 12 meses |
|--------------------------------|--------|-------|----------|
| Presença em pregões            | 100%   | 100%  | 100%     |
| Volume negociado (R\$ milhões) | 211,4  | 544,5 | 642,7    |
| Giro (em % do total de cotas)  | 9,2%   | 25,7% | 30,7%    |



Fonte: Hedge / B3 / Economática

## CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

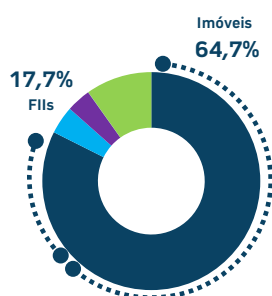
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 17 shopping centers, distribuídos em doze cidades e cinco estados, sendo 12 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11.

Destacamos que a carteira já reflete a subscrição de cotas da 9ª Emissão. Todo o montante captado está alocado em renda fixa, até que sejam concluídas as compras de ativos, o que gera o aumento do percentual de investimentos em ativos de renda fixa, conforme demonstrado abaixo.

### DIVERSIFICAÇÃO (% DA CARTEIRA)

82,4% da carteira de ativos do Fundo está alocada em Ativos Imobiliários e 17,6% em Fundos de Investimento Imobiliário Líquidos (FII), Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI) e outros ativos de renda fixa (RF).

#### DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA

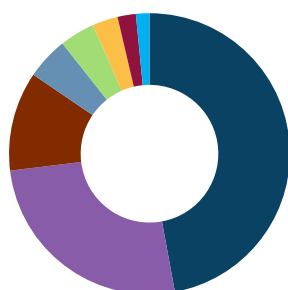


|              |       |
|--------------|-------|
| Estratégicos | 82,4% |
| FIs Líquidos | 4,2%  |
| CRIs         | 3,6%  |
| Fundos RF    | 9,8%  |

#### DIVERSIFICAÇÃO POR ATIVOS



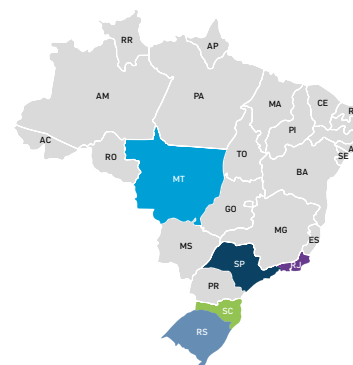
#### DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES



|             |     |
|-------------|-----|
| Allos       | 47% |
| AD Shopping | 26% |
| Lumine      | 11% |
| Iguatemi    | 5%  |
| Plena Malls | 4%  |
| SYN         | 3%  |
| HBR         | 2%  |
| Soul Malls  | 1%  |

A seguir, observa-se a diversificação dos ativos no Brasil, 88% 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.

|                   |     |
|-------------------|-----|
| São Paulo         | 88% |
| Rio Grande do Sul | 5%  |
| Santa Catarina    | 4%  |
| Rio de Janeiro    | 2%  |
| Mato Grosso       | 1%  |



Fonte: Hedge

## ALAVANCAGEM DO FUNDO

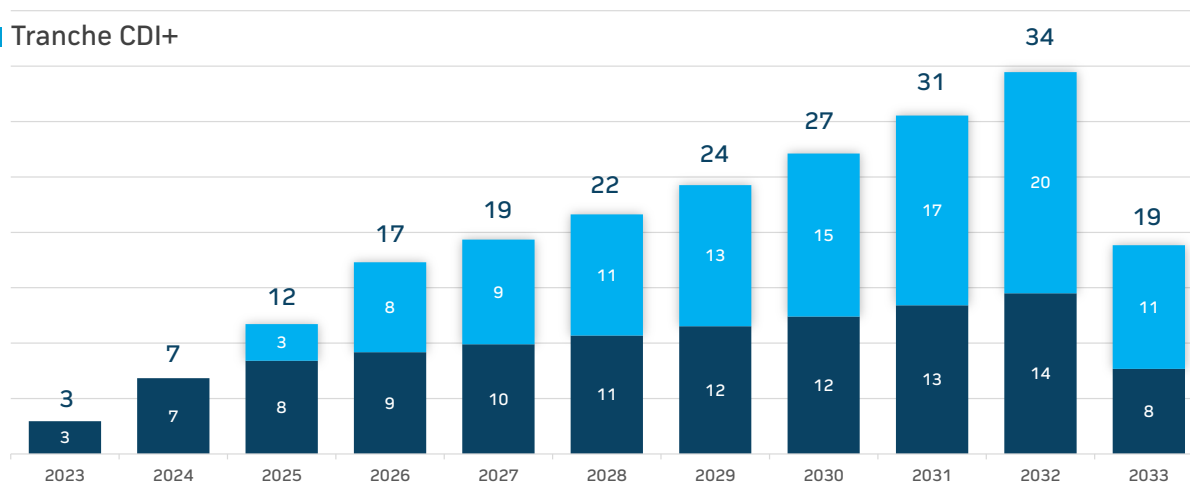
Em junho de 2023 foi emitido um Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI) para a aquisição do Shopping Jardim Sul, conforme características e fluxo de pagamentos apresentados abaixo.

|                            |                                                         |                                                         |
|----------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <b>Relação Dívida / PL</b> | 9,5%                                                    |                                                         |
| <b>Tipo de alavancagem</b> | CRI                                                     | CRI                                                     |
| <b>Séries</b>              | 174ª e 196ª da TrueSec                                  | 197ª e 198ª da TrueSec                                  |
| <b>Código IF</b>           | <a href="#">23F2356215</a> / <a href="#">23F2354249</a> | <a href="#">23F2356518</a> / <a href="#">23F2356527</a> |
| <b>Saldo devedor</b>       | R\$ 106.383.574,68                                      | R\$ 107.682.946,91                                      |
| <b>Garantia</b>            | Cotas de FII's detidas pelo HGBS                        | Cotas de FII's detidas pelo HGBS                        |
| <b>Taxa de emissão</b>     | IPCA + 8,0% a.a.                                        | CDI + 2,4% a.a.                                         |
| <b>Data de emissão</b>     | 23/06/2023                                              | 23/06/2023                                              |
| <b>Vencimento</b>          | 27/06/2033                                              | 27/06/2033                                              |

## Fluxo de pagamento do principal

■ Tranche IPCA+

■ Tranche CDI+



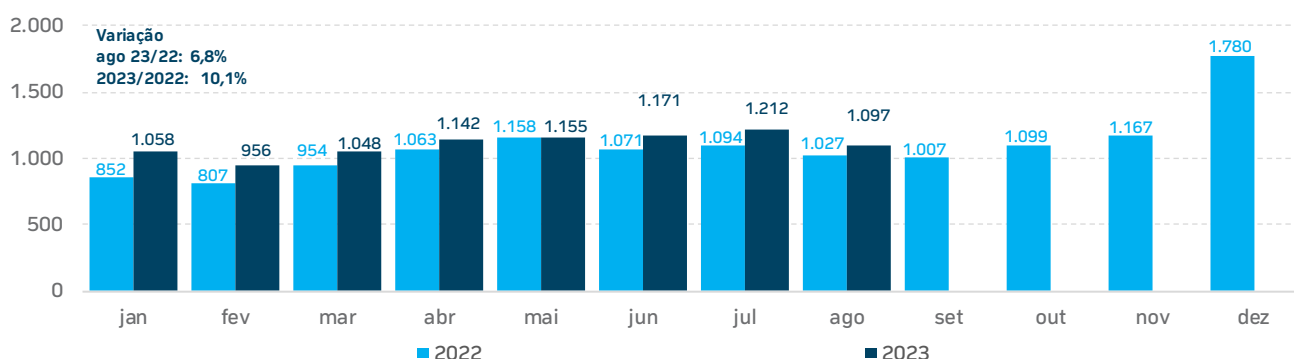
Fonte: Hedge, True Securitizadora

## INDICADORES OPERACIONAIS – CONSOLIDADO

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

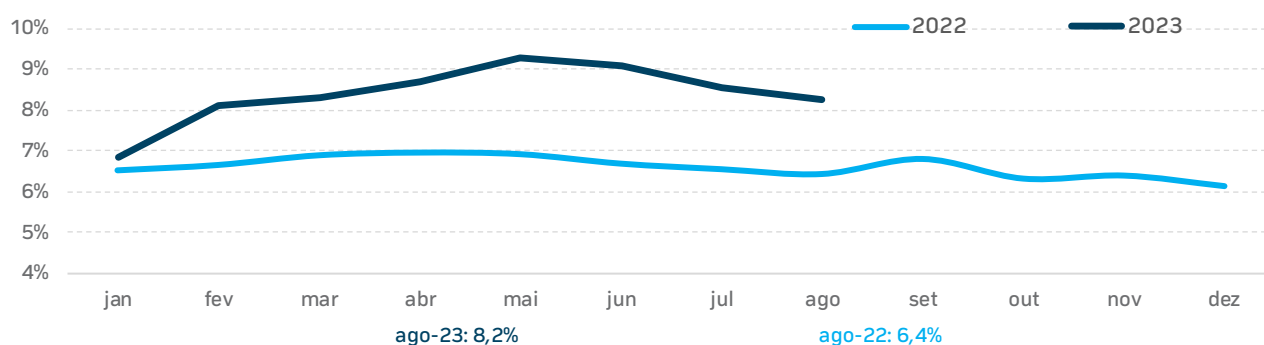
### VENDAS TOTAIS / M<sup>2</sup> (R\$)

Destacamos que no período foram incluídos na base os shoppings Floripa e Jardim Sul e, se considerarmos o portfólio atual, observaríamos um crescimento de 2,9% em comparação ao mesmo mês de 2022 e, no acumulado do ano, um crescimento de 7,8% vs. mesmo período de 2022.



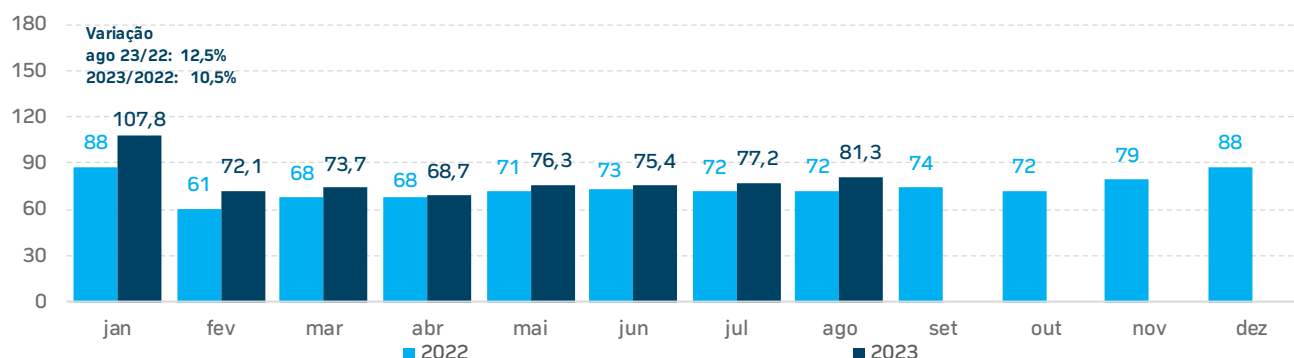
### VACÂNCIA (% ABL)

A vacância do Fundo encerrou o mês em 8,2% vs. 8,5% no mês anterior.



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

Os destaques do mês foram: Parque Dom Pedro (+23,5%), Floripa (+18,3%) e Jardim Sul (+15,5%).



Fonte: Hedge, Administradores

## SHOPPING PENHA (14% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** entrada das operações Festival de Decoração (53 m<sup>2</sup>) e B'Mikaylla (23 m<sup>2</sup>), saída da Furlan Imports (41 m<sup>2</sup>) e Boutique La Victorya (36 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR    |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|-------------|
| 87%          | 29,8 mil m <sup>2</sup> | 167       | 1992        | AD Shopping |

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

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

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

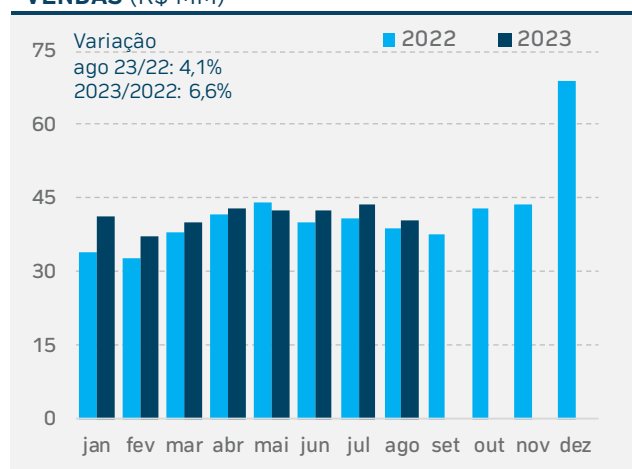


Fotos: Maurício Moreno

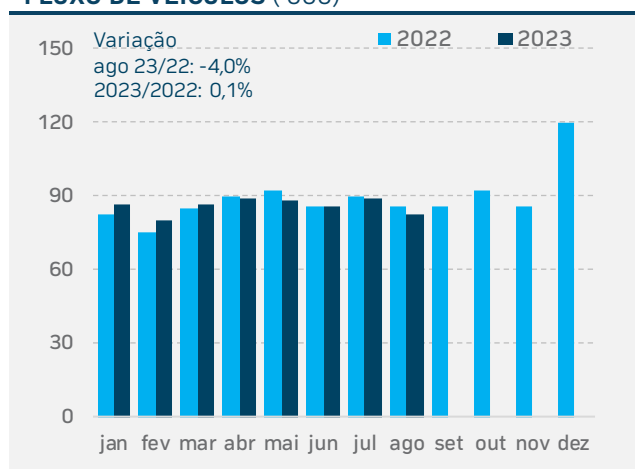
## SHOPPING PENHA (14% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.817.910           | 1.944.025           | -6%                    | 15.917.608         | 15.254.951         | 4%                    |
| Aluguel complementar                  | 214.599             | 151.227             | 42%                    | 1.426.947          | 1.370.017          | 4%                    |
| Aluguel quiosques/stands              | 465.727             | 362.352             | 29%                    | 3.296.321          | 2.934.816          | 12%                   |
| Outras receitas                       | 24.982              | 26.771              | -7%                    | 307.277            | 319.946            | -4%                   |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>2.523.218</b>    | <b>2.484.375</b>    | <b>2%</b>              | <b>20.948.153</b>  | <b>19.879.730</b>  | <b>5%</b>             |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (266.390)           | (146.613)           | 82%                    | (1.744.360)        | (1.282.566)        | 36%                   |
| Outras despesas                       | (217.148)           | (204.460)           | 6%                     | (1.614.101)        | (1.798.385)        | -10%                  |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(483.538)</b>    | <b>(351.073)</b>    | <b>38%</b>             | <b>(3.358.460)</b> | <b>(3.080.951)</b> | <b>9%</b>             |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>2.039.680</b>    | <b>2.133.302</b>    | <b>-4%</b>             | <b>17.589.693</b>  | <b>16.798.779</b>  | <b>5%</b>             |
| Resultado estacionamento              | 403.489             | 275.814             | 46%                    | 3.041.545          | 2.218.045          | 37%                   |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.443.168</b>    | <b>2.409.116</b>    | <b>1%</b>              | <b>20.631.238</b>  | <b>19.016.825</b>  | <b>8,5%</b>           |
| Benfeitorias                          | (237.548)           | (636.132)           | -63%                   | (1.596.863)        | (1.627.648)        | -2%                   |
| Resultado não operacional             | -                   | -                   | -                      | (436.431)          | -                  | -                     |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>2.205.621</b>    | <b>1.772.984</b>    | <b>24%</b>             | <b>18.597.944</b>  | <b>17.389.176</b>  | <b>7%</b>             |

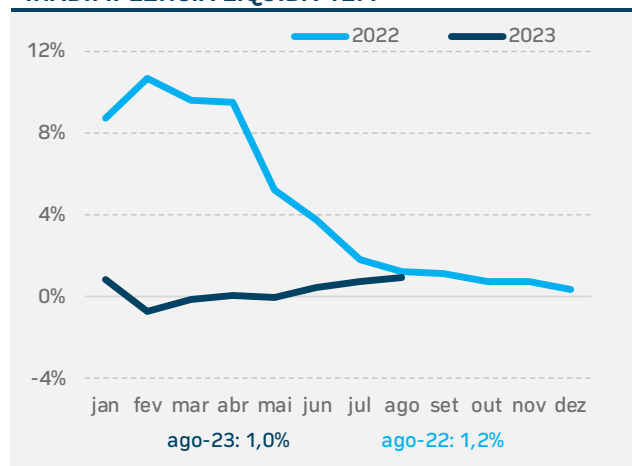
### VENDAS (R\$ MM)



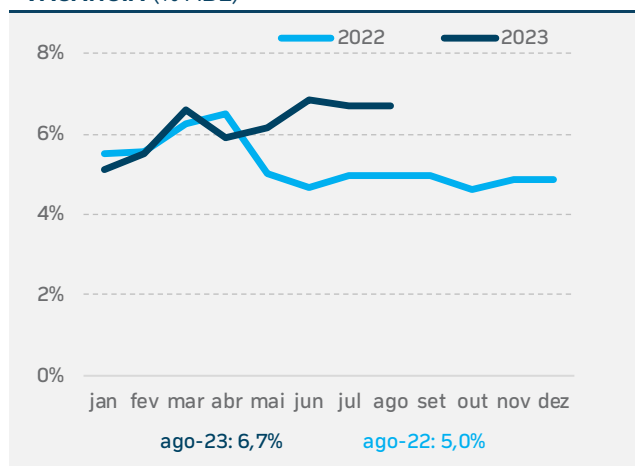
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING WEST PLAZA (11% da carteira – 9% 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.

Conforme detalhado em relatórios anteriores, o Shopping West Plaza está passando por uma revitalização que visa aumentar a penetração do empreendimento no seu entorno e, consequentemente, a rentabilidade. O projeto deverá trazer uma rentabilidade real de 16,1% ao ano sobre o capital investido, após sua maturação, no 3º ano.

**Movimentações comerciais:** entradas da Decor Social (73 m²), Rokuzen (63 m²), Menu Poke (30 m²) e ampliação de 36 m² na Mahogany. Tivemos as saídas da base de contratos das operações antigas da Inovathi (61 m²), New Era (46 m²) e Mahogany (36 m²), que foram remanejadas para outras áreas do shopping.

|                                     |                                        |                                |                                   |                                  |
|-------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| <b>PARTICIPAÇÃO</b><br><b>88,8%</b> | <b>ABL TOTAL</b><br><b>36,8 mil m²</b> | <b>OPERAÇÕES</b><br><b>173</b> | <b>INAUGURAÇÃO</b><br><b>1991</b> | <b>OPERADOR</b><br><b>Lumine</b> |
|-------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|

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

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

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

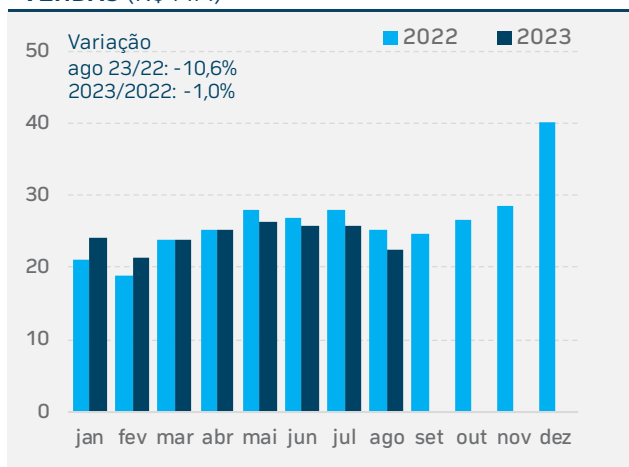


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.

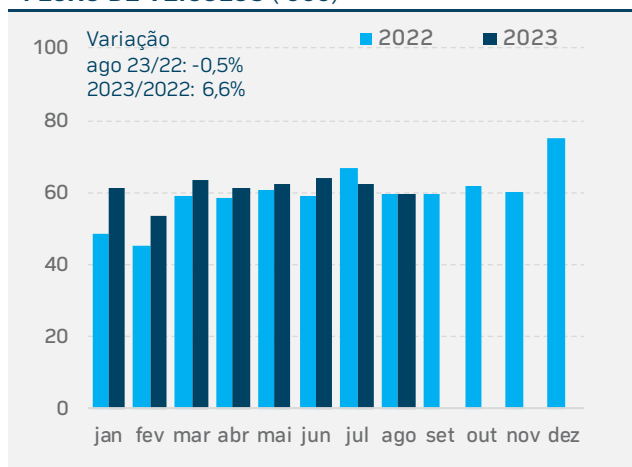
## SHOPPING WEST PLAZA (11% da carteira – 9% via imóvel e 2% via cotas do FII WPLZ11)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Varição<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Varição<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.364.944           | 1.255.478           | 9%                    | 11.760.394         | 10.122.943         | 16%                  |
| Aluguel complementar                  | 317.664             | 266.887             | 19%                   | 1.692.952          | 1.868.018          | -9%                  |
| Aluguel quiosques/stands              | 247.675             | 350.114             | -29%                  | 1.967.840          | 2.864.573          | -31%                 |
| Outras receitas                       | 7.292               | 15.334              | -                     | 170.762            | 122.471            | 39%                  |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.937.574</b>    | <b>1.887.813</b>    | <b>3%</b>             | <b>15.591.948</b>  | <b>14.978.005</b>  | <b>4%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (420.861)           | (490.373)           | -14%                  | (3.906.976)        | (3.028.475)        | 29%                  |
| Outras despesas                       | (268.913)           | (238.095)           | 13%                   | (2.075.261)        | (1.695.401)        | 22%                  |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(689.773)</b>    | <b>(728.468)</b>    | <b>-5%</b>            | <b>(5.982.236)</b> | <b>(4.723.877)</b> | <b>27%</b>           |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.247.801</b>    | <b>1.159.345</b>    | <b>8%</b>             | <b>9.609.711</b>   | <b>10.254.129</b>  | <b>-6%</b>           |
| Resultado estacionamento              | 525.440             | 505.651             | 4%                    | 4.404.227          | 3.825.580          | 15%                  |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>1.773.241</b>    | <b>1.664.996</b>    | <b>7%</b>             | <b>14.013.938</b>  | <b>14.079.709</b>  | <b>0%</b>            |
| Benfeitorias                          | (665.383)           | (10.433)            | 6278%                 | (4.853.136)        | (111.965)          | 4235%                |
| Resultado não operacional             | (383.753)           | -                   | -                     | (1.461.621)        | -                  | -                    |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>724.105</b>      | <b>1.654.563</b>    | <b>-56%</b>           | <b>7.699.181</b>   | <b>13.967.744</b>  | <b>-45%</b>          |

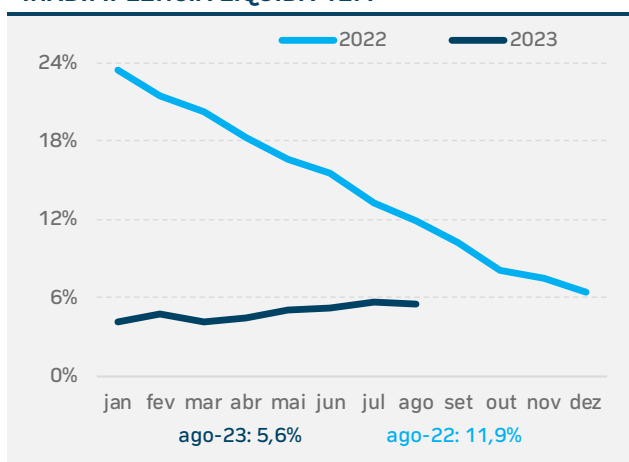
### VENDAS (R\$ MM)



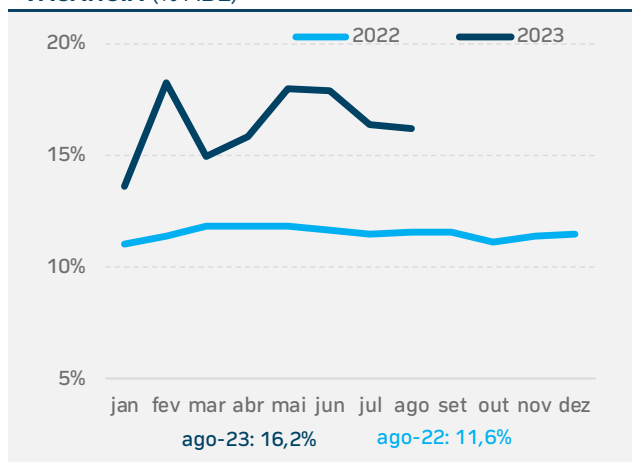
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING JARDIM SUL (10% 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.

Conforme [Fato Relevante](#), divulgado ao mercado em 3 de julho, foi concluída a aquisição da fração de 40% do Shopping Jardim Sul ao Hedge Brasil Shopping pelo valor de R\$ 217.763.000,00 e a consequente liquidação do Fundo JRDM11.

**Movimentações comerciais:** entrada da Sucos S/A (31 m<sup>2</sup>), saídas da Bayard (183 m<sup>2</sup>), Estetic 360 (66 m<sup>2</sup>), Intimitat (64 m<sup>2</sup>) e Mundo Verde (42 m<sup>2</sup>), e troca da operação Petit Nini por Milky Moo em mesma área, sem afetar vacância.

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|----------|
| 17,7%        | 28,7 mil m <sup>2</sup> | 171       | 1990        | Allos    |

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

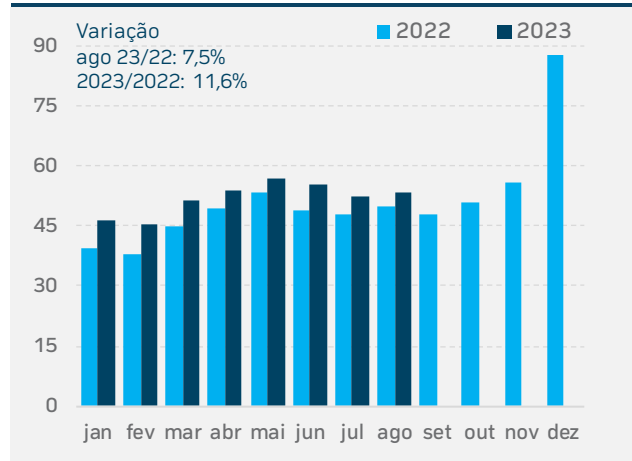


Fotos: Maurício Moreno

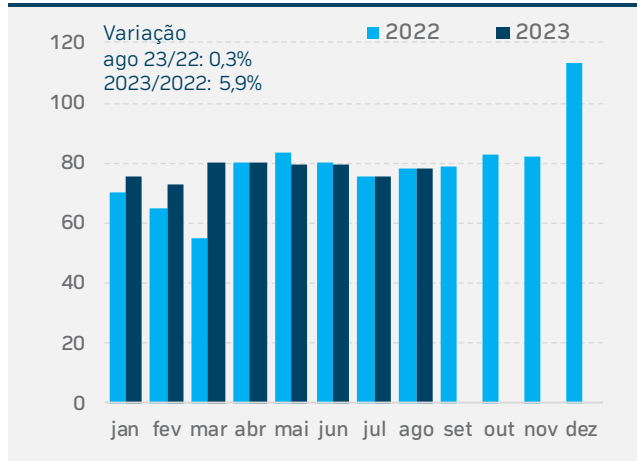
## SHOPPING JARDIM SUL (10% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 2.667.196           | 2.435.388           | 10%                    | 23.003.895         | 21.220.947         | 8%                    |
| Aluguel complementar                  | 105.851             | 87.760              | 21%                    | 1.383.336          | 1.394.481          | -1%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 408.837             | 374.367             | 9%                     | 4.401.470          | 3.291.750          | 34%                   |
| Outras receitas                       | 105.270             | 66.136              | 59%                    | 687.982            | 220.620            | 212%                  |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>3.287.154</b>    | <b>2.963.651</b>    | <b>11%</b>             | <b>29.476.683</b>  | <b>26.127.798</b>  | <b>13%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (79.113)            | (119.878)           | -34%                   | (809.106)          | (870.477)          | -7%                   |
| Outras despesas                       | (332.484)           | (302.601)           | 10%                    | (4.048.459)        | (4.207.631)        | -4%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(411.597)</b>    | <b>(422.479)</b>    | <b>-3%</b>             | <b>(4.857.564)</b> | <b>(5.078.108)</b> | <b>-4%</b>            |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>2.875.557</b>    | <b>2.541.172</b>    | <b>13%</b>             | <b>24.619.118</b>  | <b>21.049.690</b>  | <b>17%</b>            |
| Resultado estacionamento              | 901.868             | 731.307             | 23%                    | 6.887.498          | 5.998.417          | 15%                   |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>3.777.425</b>    | <b>3.272.478</b>    | <b>15%</b>             | <b>31.506.616</b>  | <b>27.048.108</b>  | <b>16%</b>            |
| Benfeitorias                          | (478.978)           | (1.387.471)         | -65%                   | (3.490.269)        | (3.116.822)        | 12%                   |
| Resultado não operacional             | 3.110               | (24.019)            | -                      | (229.599)          | (195.633)          | 17%                   |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>3.301.557</b>    | <b>1.860.988</b>    | <b>77%</b>             | <b>27.786.748</b>  | <b>23.735.653</b>  | <b>17%</b>            |

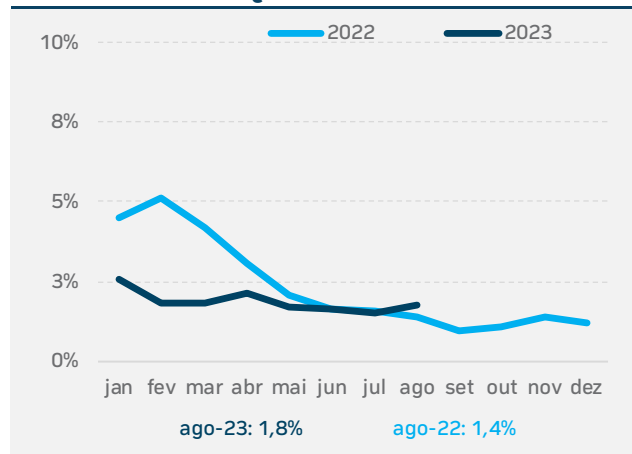
### VENDAS (R\$ MM)



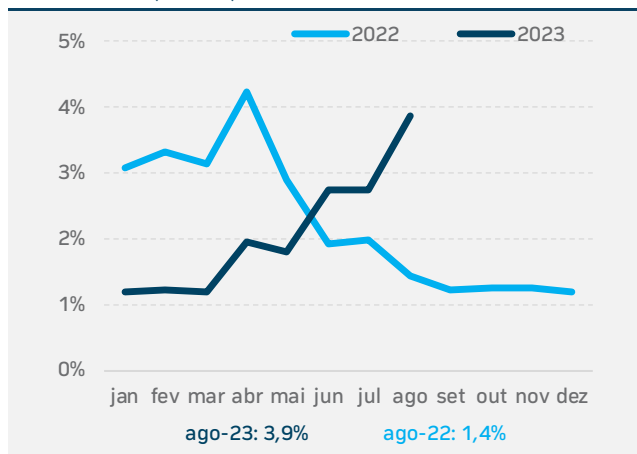
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## MOOCA PLAZA SHOPPING (8% 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:** entrada da Farm (146 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO<br>20% | ABL TOTAL<br>42,0 mil m <sup>2</sup> | OPERAÇÕES<br>217 | INAUGURAÇÃO<br>2011 | OPERADOR<br>Allos |
|---------------------|--------------------------------------|------------------|---------------------|-------------------|
|---------------------|--------------------------------------|------------------|---------------------|-------------------|

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

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

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

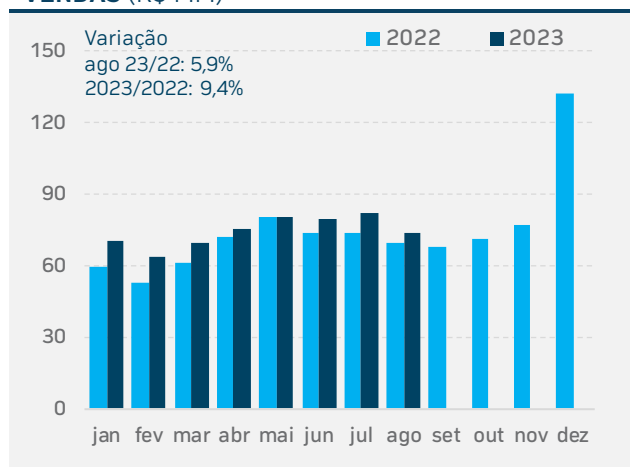


Fotos: Maurício Moreno.

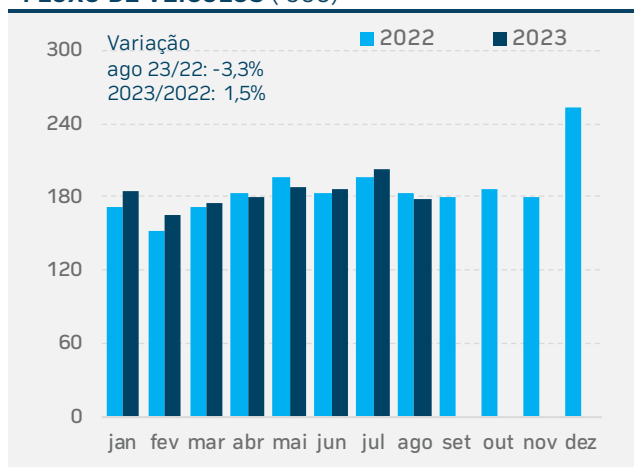
## MOOCA PLAZA SHOPPING (8% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23     | Acum.<br>ago-22     | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 4.726.072           | 4.657.914           | 1%                     | 38.795.477          | 36.745.139          | 6%                    |
| Aluguel complementar                  | 516.606             | 350.772             | 47%                    | 3.702.126           | 2.437.567           | 52%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 601.670             | 655.924             | -8%                    | 5.114.752           | 5.256.276           | -3%                   |
| Outras receitas                       | 167.428             | 89.584              | 87%                    | 1.566.733           | 994.364             | 58%                   |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>6.011.775</b>    | <b>5.754.194</b>    | <b>4%</b>              | <b>49.179.088</b>   | <b>45.433.346</b>   | <b>8%</b>             |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (166.272)           | (138.768)           | 20%                    | (194.064)           | (848.912)           | -77%                  |
| Outras despesas                       | (1.401.945)         | (1.364.964)         | 3%                     | (11.220.834)        | (10.642.522)        | 5%                    |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(1.568.217)</b>  | <b>(1.503.732)</b>  | <b>4%</b>              | <b>(11.414.898)</b> | <b>(11.491.434)</b> | <b>-1%</b>            |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>4.443.557</b>    | <b>4.250.462</b>    | <b>5%</b>              | <b>37.764.189</b>   | <b>33.941.912</b>   | <b>11%</b>            |
| Resultado estacionamento              | 1.951.214           | 1.318.561           | 48%                    | 12.206.339          | 9.968.019           | 22%                   |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>6.394.771</b>    | <b>5.569.023</b>    | <b>15%</b>             | <b>49.970.528</b>   | <b>43.909.931</b>   | <b>14%</b>            |
| Benfeitorias                          | (441.406)           | (266.974)           | 65%                    | (957.164)           | (1.197.690)         | -20%                  |
| Resultado não operacional             | 4.820               | (139.336)           | -                      | (183.369)           | 167.735             | -                     |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>5.958.184</b>    | <b>5.162.713</b>    | <b>15%</b>             | <b>48.829.996</b>   | <b>42.879.976</b>   | <b>14%</b>            |

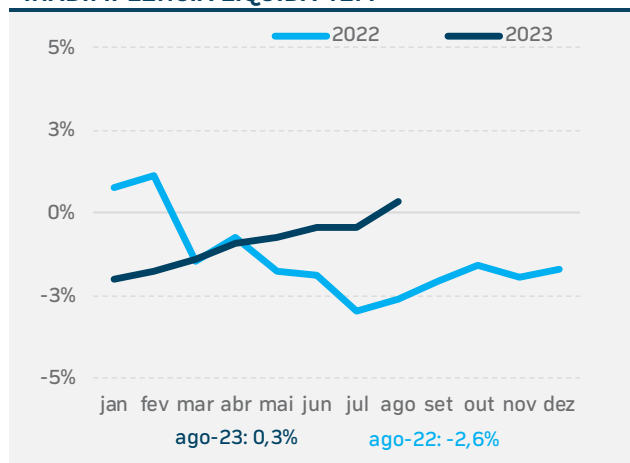
### VENDAS (R\$ MM)



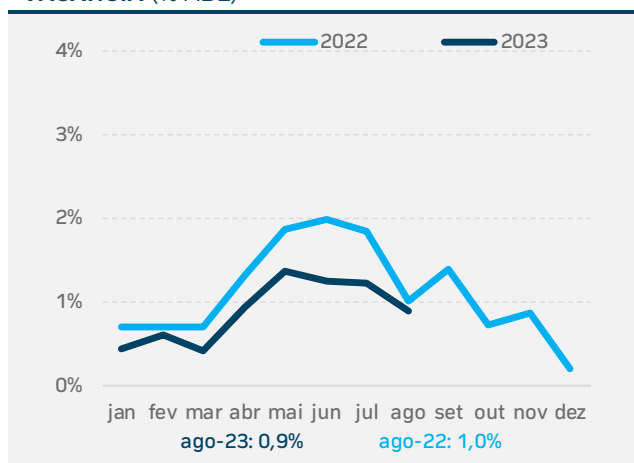
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## TIVOLI SHOPPING CENTER (8% DA CARTEIRA)

O Tivoli Shopping é um dos principais destaques do portfólio, apresentando ótimos resultados pós pandemia 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.

No mês de setembro foi assinado o contrato do Outback, reforçando o posicionamento do Tivoli como referência de gastronomia para as cidades de Santa Bárbara d'Oeste e Americana. A negociação para a entrada da marca envolveu a redução de uma âncora e o remanejamento de uma semi-âncora no shopping. A expectativa é que a inauguração da operação ocorra no primeiro semestre de 2023.

**Movimentações comerciais:** entrada da Ice Cream Roll (25 m<sup>2</sup>) e saída da Santo Antonio Arte Sacra (24 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR    |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|-------------|
| 59%          | 25,8 mil m <sup>2</sup> | 142       | 1998        | AD Shopping |

**Principais Operações:** Renner, C&A, Vivara, Magazine Luiza, Centauro, Riachuelo, Moviecom, Pernambucanas, Cobasi, Coco Bambu.

**Endereço:** Av. Santa Bárbara, 777 – Santa Bárbara d'Oeste, SP [www.tivolishopping.com.br](http://www.tivolishopping.com.br)

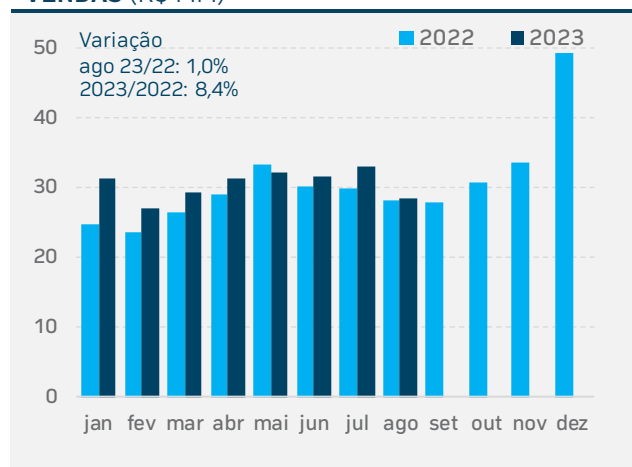


Fotos: Maurício Moreno

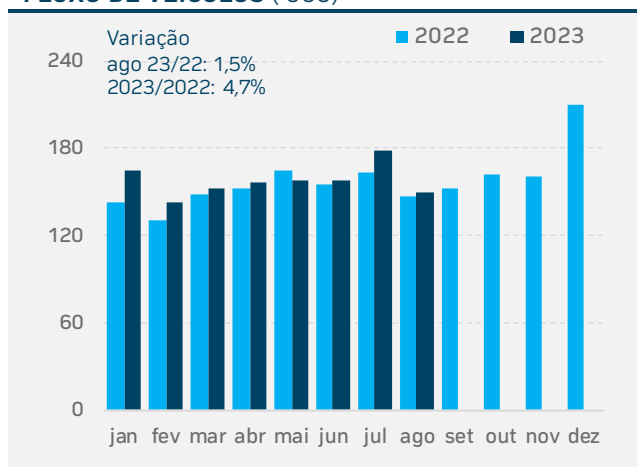
## TIVOLI SHOPPING CENTER (8% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Varição<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Varição<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.447.794           | 1.383.729           | 5%                    | 11.125.513         | 10.038.517         | 11%                  |
| Aluguel complementar                  | 140.263             | 91.565              | 53%                   | 1.318.566          | 1.217.925          | 8%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 245.891             | 216.980             | 13%                   | 1.818.339          | 1.701.945          | 7%                   |
| Outras receitas                       | 143.490             | 16.473              | 771%                  | 1.127.919          | 286.789            | 293%                 |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.977.439</b>    | <b>1.708.746</b>    | <b>16%</b>            | <b>15.390.337</b>  | <b>13.245.176</b>  | <b>16%</b>           |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (35.347)            | (52.101)            | -32%                  | (328.811)          | (418.519)          | -21%                 |
| Outras despesas                       | (403.169)           | (148.251)           | 172%                  | (1.755.846)        | (1.467.019)        | 20%                  |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(438.516)</b>    | <b>(200.353)</b>    | <b>119%</b>           | <b>(2.084.657)</b> | <b>(1.885.538)</b> | <b>11%</b>           |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.538.923</b>    | <b>1.508.394</b>    | <b>2%</b>             | <b>13.305.680</b>  | <b>11.359.637</b>  | <b>17%</b>           |
| Resultado estacionamento              | 495.907             | 389.956             | 27%                   | 3.594.064          | 3.178.041          | 13%                  |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.034.830</b>    | <b>1.898.350</b>    | <b>7%</b>             | <b>16.899.744</b>  | <b>14.537.679</b>  | <b>16%</b>           |
| Benfeitorias                          | (18.250)            | (111.360)           | -84%                  | (543.233)          | (1.818.746)        | -70%                 |
| Resultado não operacional             | -                   | -                   | -                     | -                  | -                  | -                    |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>2.016.580</b>    | <b>1.786.989</b>    | <b>13%</b>            | <b>16.356.511</b>  | <b>12.718.932</b>  | <b>29%</b>           |

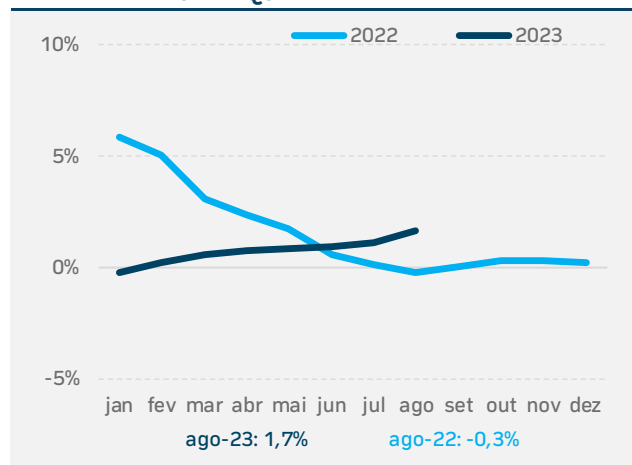
### VENDAS (R\$ MM)



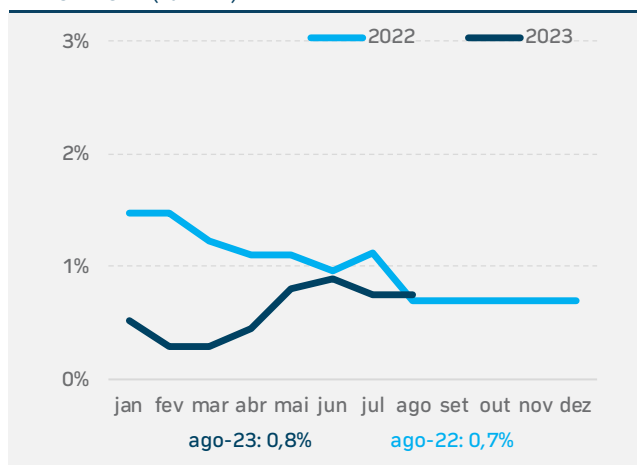
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

**Movimentações comerciais:** entrada da Azul Viagens (42 m<sup>2</sup>) e saída da Dream Store (47 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|----------|
| 35%          | 42,9 mil m <sup>2</sup> | 187       | 2012        | Allos    |

**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)

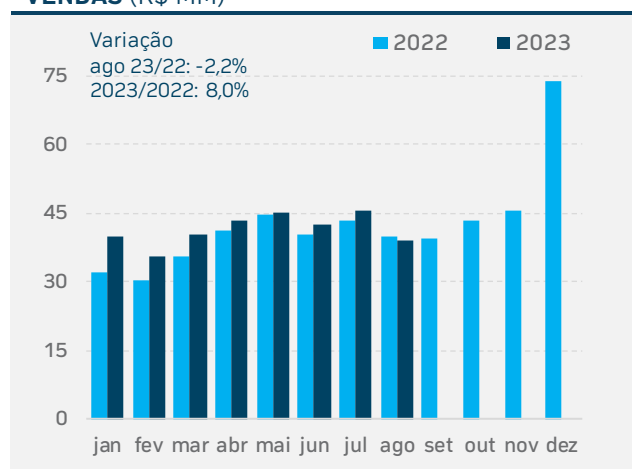


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.

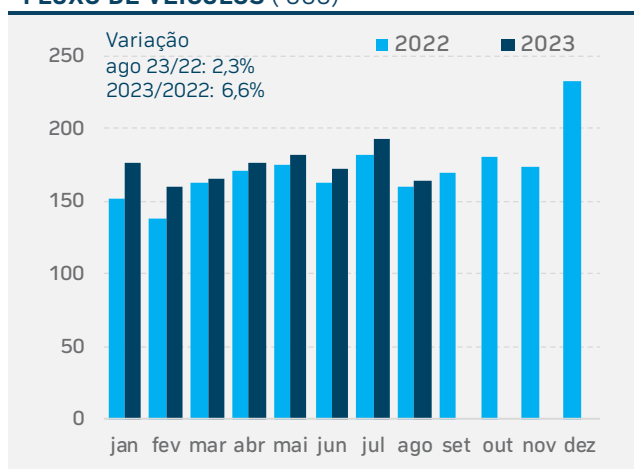
## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (8% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado ago-23 | Realizado ago-22 | Variação vs. ago-22 | Acum. ago-23       | Acum. ago-22       | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 2.360.237        | 2.291.564        | 3%                  | 19.090.918         | 17.873.052         | 7%                 |
| Aluguel complementar                  | 253.126          | 182.474          | 39%                 | 1.580.584          | 1.568.506          | 1%                 |
| Aluguel quiosques/stands              | 388.233          | 353.907          | 10%                 | 2.935.222          | 2.566.132          | 14%                |
| Outras receitas                       | 65.626           | 17.457           | 276%                | 414.505            | 380.778            | 9%                 |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>3.067.221</b> | <b>2.845.401</b> | <b>8%</b>           | <b>24.021.229</b>  | <b>22.388.467</b>  | <b>7%</b>          |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (177.084)        | (172.057)        | 3%                  | (1.211.611)        | (1.104.126)        | 10%                |
| Outras despesas                       | (411.950)        | (343.051)        | 20%                 | (3.179.923)        | (2.653.142)        | 20%                |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(589.034)</b> | <b>(515.108)</b> | <b>14%</b>          | <b>(4.391.534)</b> | <b>(3.757.268)</b> | <b>17%</b>         |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>2.478.187</b> | <b>2.330.293</b> | <b>6%</b>           | <b>19.629.695</b>  | <b>18.631.200</b>  | <b>5%</b>          |
| Resultado estacionamento              | 1.125.454        | 918.914          | 22%                 | 7.792.283          | 6.413.396          | 22%                |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>3.603.641</b> | <b>3.249.208</b> | <b>11%</b>          | <b>27.421.978</b>  | <b>25.044.596</b>  | <b>9%</b>          |
| Benfeitorias                          | (3.506)          | (2.349)          | 49%                 | (40.283)           | (176.142)          | -77%               |
| Resultado não operacional             | 29.825           | 3.513            | 749%                | 153.670            | 16.502             | 831%               |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>3.629.960</b> | <b>3.250.371</b> | <b>12%</b>          | <b>27.535.366</b>  | <b>24.884.956</b>  | <b>11%</b>         |

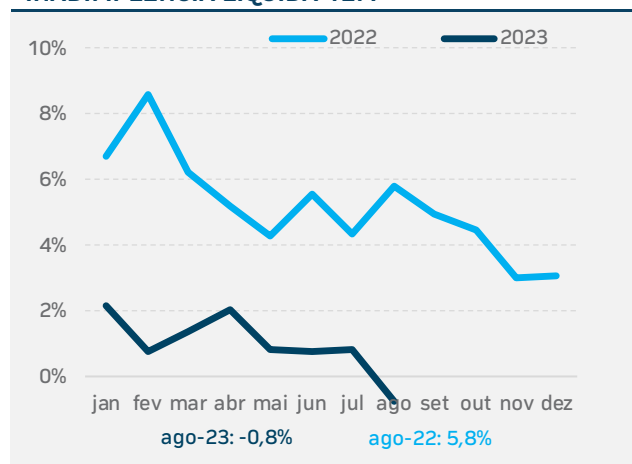
### VENDAS (R\$ MM)



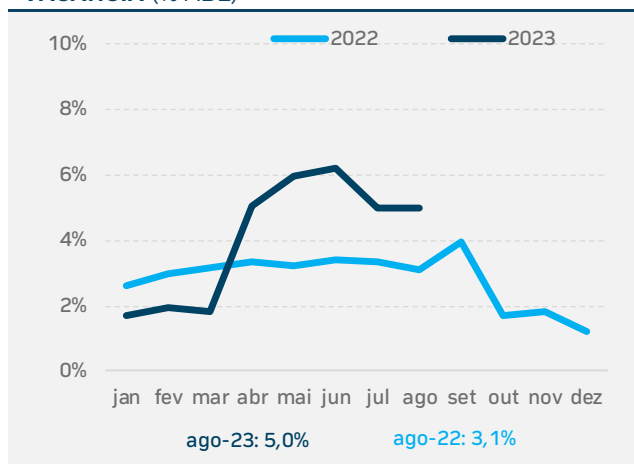
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING VILLALOBOS (6% 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 deverá passar em breve por uma revitalização da fachada.

**Movimentações comerciais:** entrada da operação Les Nereides (46 m<sup>2</sup>) e Corte do Chef (6 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|----------|
| 15%          | 28,2 mil m <sup>2</sup> | 217       | 2000        | Allos    |

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

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

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

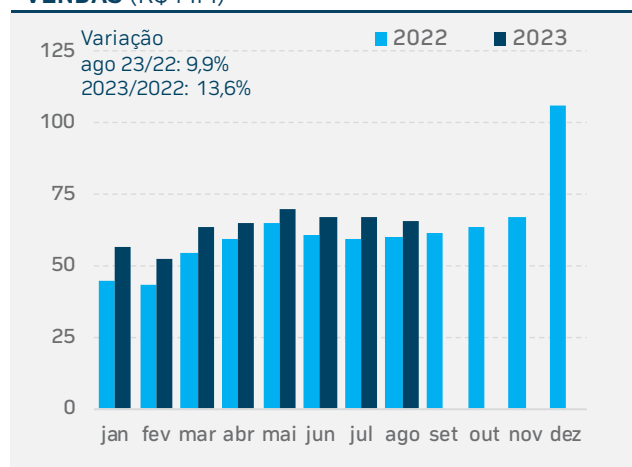


Fotos: Maurício Moreno.

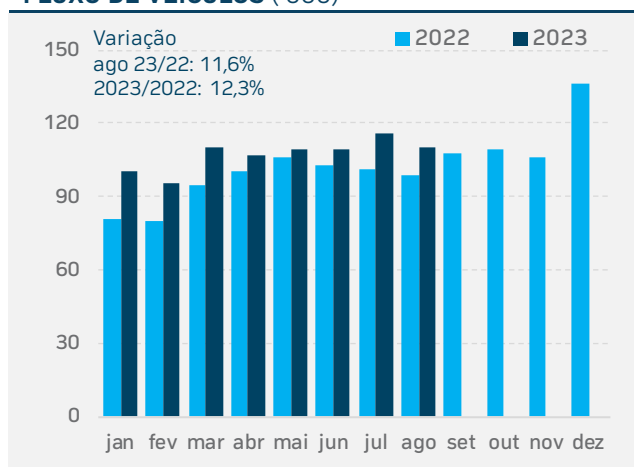
## SHOPPING VILLALOBOS (7% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 4.042.447           | 4.092.861           | -1%                    | 35.221.593         | 31.965.850         | 10%                   |
| Aluguel complementar                  | 361.969             | 443.452             | -18%                   | 3.544.567          | 3.526.574          | 1%                    |
| Aluguel quiosques/stands              | 1.099.793           | 507.390             | 117%                   | 6.445.110          | 4.532.282          | 42%                   |
| Outras receitas                       | 447.441             | 75.478              | 493%                   | 1.120.792          | 556.962            | 101%                  |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>5.951.651</b>    | <b>5.119.181</b>    | <b>16%</b>             | <b>46.332.062</b>  | <b>40.581.669</b>  | <b>14%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (168.070)           | (82.187)            | 104%                   | (1.192.713)        | (3.123.383)        | -62%                  |
| Outras despesas                       | (736.658)           | (509.660)           | 45%                    | (5.717.864)        | (3.391.587)        | 69%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(904.728)</b>    | <b>(591.846)</b>    | <b>53%</b>             | <b>(6.910.577)</b> | <b>(6.514.970)</b> | <b>6%</b>             |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>5.046.924</b>    | <b>4.527.335</b>    | <b>11%</b>             | <b>39.421.485</b>  | <b>34.066.699</b>  | <b>16%</b>            |
| Resultado estacionamento              | 1.373.535           | 1.176.595           | 17%                    | 10.024.808         | 9.278.880          | 8%                    |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>6.420.458</b>    | <b>5.703.930</b>    | <b>13%</b>             | <b>49.446.293</b>  | <b>43.345.578</b>  | <b>14%</b>            |
| Benfeitorias                          | (1.593.988)         | (1.568.578)         | 2%                     | (11.797.591)       | (8.586.269)        | 37%                   |
| Resultado não operacional             | 72.688              | 135.686             | -46%                   | 120.824            | 653.332            | -82%                  |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>4.899.158</b>    | <b>4.271.039</b>    | <b>15%</b>             | <b>37.769.525</b>  | <b>35.412.641</b>  | <b>7%</b>             |

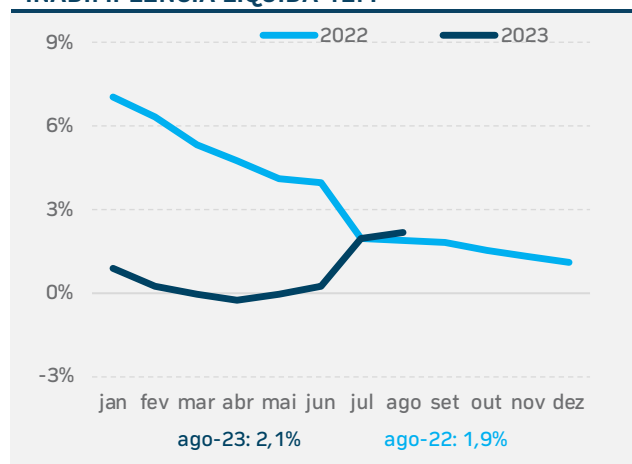
### VENDAS (R\$ MM)



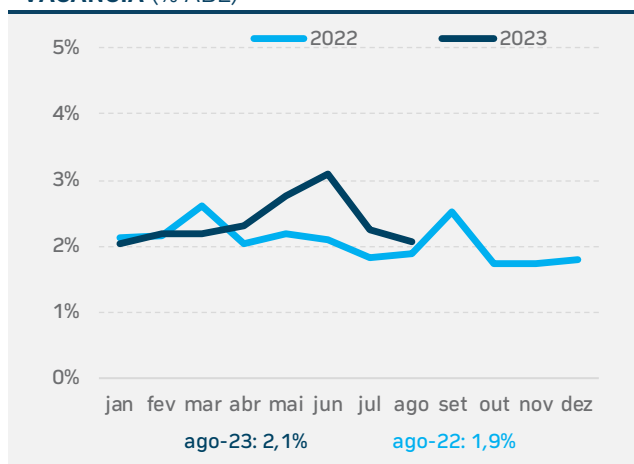
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

**Movimentações comerciais:** entradas da Magic Toy (224 m<sup>2</sup>) e New Balance (202 m<sup>2</sup>), aumento de 102 m<sup>2</sup> na Reebok.

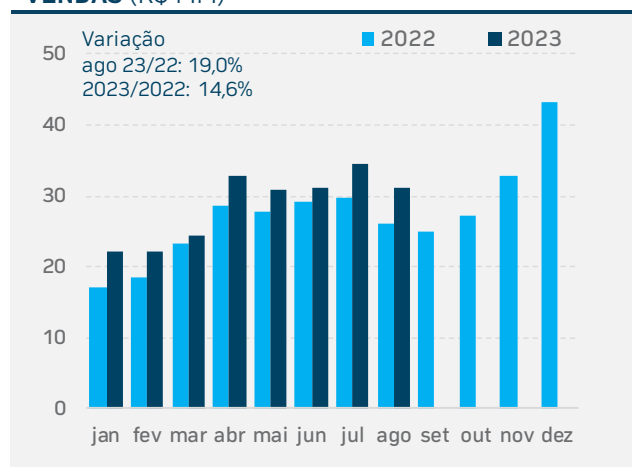
| PARTICIPAÇÃO<br>49%                                                                                                  | ABL TOTAL<br>20,1 mil m <sup>2</sup> | OPERAÇÕES<br>92 | INAUGURAÇÃO<br>2013                                                                    | OPERADOR<br>Iguatemi |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Principais Operações:</b> Nike Outlet, Adidas, Puma, Hugo Boss, Calvin Klein, Diesel, La Martina e Tommy Hilfiger |                                      |                 |                                                                                        |                      |
| <b>Endereço:</b> Rodovia BR 116 Km 239 – Novo Hamburgo, RS                                                           |                                      |                 | <a href="http://iguatemi.com.br/ifashionoutletnh">iguatemi.com.br/ifashionoutletnh</a> |                      |



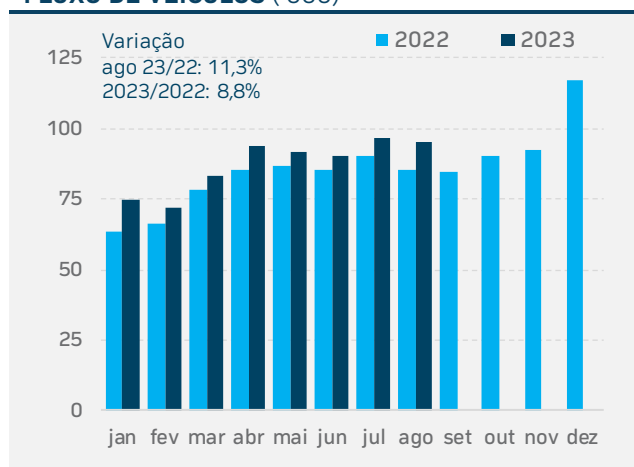
## I FASHION OUTLET (5% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.107.911           | 1.024.383           | 8%                     | 9.270.381          | 7.921.080          | 17%                   |
| Aluguel complementar                  | 582.286             | 465.722             | 25%                    | 3.628.550          | 3.291.080          | 10%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 116.902             | 61.028              | 92%                    | 931.260            | 578.719            | 61%                   |
| Outras receitas                       | 20.913              | 3.460               | 504%                   | 94.950             | 64.466             | 47%                   |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.828.012</b>    | <b>1.554.594</b>    | <b>18%</b>             | <b>13.925.141</b>  | <b>11.855.345</b>  | <b>17%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (89.627)            | (12.994)            | 590%                   | (864.918)          | (293.529)          | 195%                  |
| Outras despesas                       | (152.179)           | (117.241)           | 30%                    | (1.147.282)        | (877.932)          | 31%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(241.806)</b>    | <b>(130.235)</b>    | <b>86%</b>             | <b>(2.012.200)</b> | <b>(1.171.461)</b> | <b>72%</b>            |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.586.207</b>    | <b>1.424.359</b>    | <b>11%</b>             | <b>11.912.941</b>  | <b>10.683.884</b>  | <b>12%</b>            |
| Resultado estacionamento              | -                   | -                   | -                      | -                  | -                  | -                     |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>1.586.207</b>    | <b>1.424.359</b>    | <b>11%</b>             | <b>11.912.941</b>  | <b>10.683.884</b>  | <b>12%</b>            |
| Benfeitorias                          | (293.432)           | (2.600)             | 11187%                 | (1.289.937)        | (100.992)          | 1177%                 |
| Resultado não operacional             | 4.428               | 3.370               | 31%                    | 30.572             | 23.345             | 31%                   |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>1.297.203</b>    | <b>1.425.129</b>    | <b>-9%</b>             | <b>10.653.576</b>  | <b>10.606.237</b>  | <b>0%</b>             |

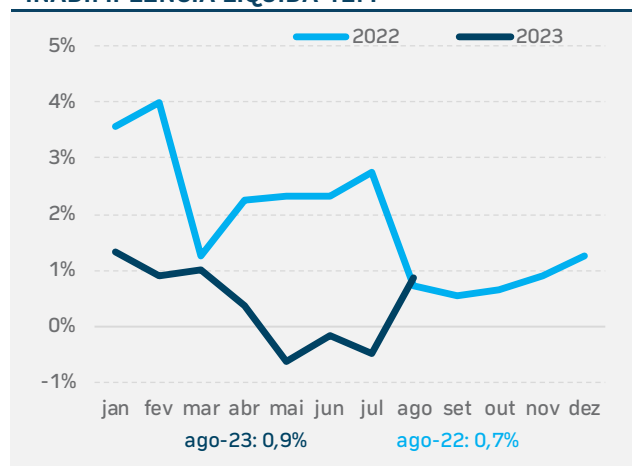
### VENDAS (R\$ MM)



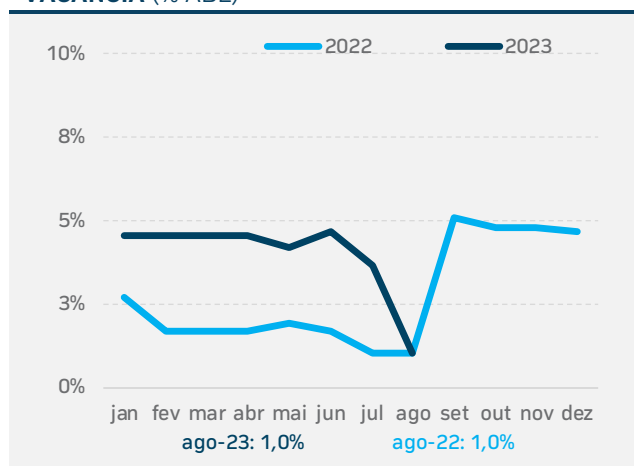
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (4% DA CARTEIRA)

O Shopping Praça da Moça é o primeiro shopping center de Diadema, região metropolitana de São Paulo e tornou-se referência como um polo de compras, lazer e serviços que visam facilitar o dia a dia dos clientes. O shopping vem se destacando no portfólio nos últimos anos, com indicadores operacionais superando números do período pré pandemia.

Destacamos que no primeiro quadrimestre de 2022 foi recebido parcelas do CDU referente à comercialização do estacionamento. Excluindo este efeito, o crescimento do resultado operacional no acumulado do ano seria de 10,9%.

**Movimentações comerciais:** entrada da Super Tubes (101 m<sup>2</sup>) e saída da Piticas XP + Arena 4UP (227 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO<br>23,1%                                                                                                        | ABL TOTAL<br>30,1 mil m <sup>2</sup> | OPERAÇÕES<br>137 | INAUGURAÇÃO<br>2009                                                                | OPERADOR<br>AD Shopping |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>Principais Operações:</b> Riachuelo, C&A, Renner, Besni, Centauro, Magazine Luiza, Kalunga, Mania de Churrasco e Outback. |                                      |                  |                                                                                    |                         |
| <b>Endereço:</b> R. Graciosa - Diadema, SP                                                                                   |                                      |                  | <a href="http://www.shoppingpracadamoca.com.br">www.shoppingpracadamoca.com.br</a> |                         |

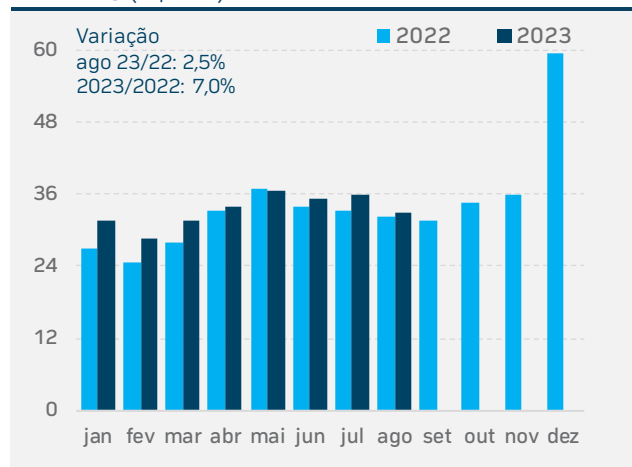


Fotos: Maurício Moreno.

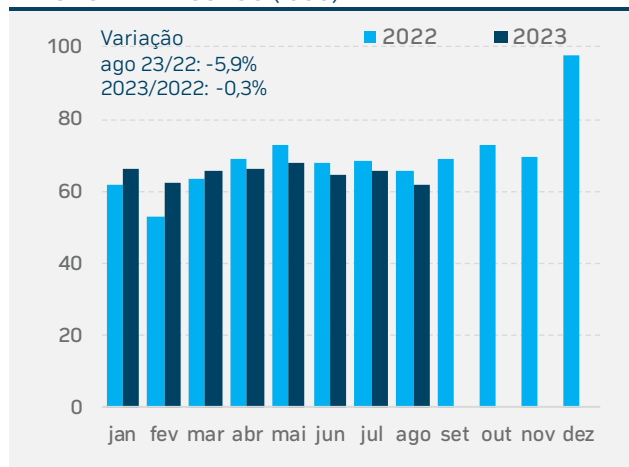
## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (4% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 2.073.280           | 2.009.257           | 3%                     | 17.862.337         | 16.701.903         | 7%                    |
| Aluguel complementar                  | 98.612              | 77.199              | 28%                    | 772.089            | 783.032            | -1%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 300.926             | 307.651             | -2%                    | 2.825.739          | 2.981.498          | -5%                   |
| Outras receitas                       | 43.601              | 43.603              | 0%                     | 445.068            | 2.000.927          | -78%                  |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>2.516.419</b>    | <b>2.437.709</b>    | <b>3%</b>              | <b>21.905.234</b>  | <b>22.467.361</b>  | <b>-3%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (49.840)            | (39.695)            | 26%                    | (433.621)          | (569.939)          | -24%                  |
| Outras despesas                       | (171.176)           | (248.032)           | -31%                   | (1.545.607)        | (2.009.962)        | -23%                  |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(221.016)</b>    | <b>(287.727)</b>    | <b>-23%</b>            | <b>(1.979.228)</b> | <b>(2.579.901)</b> | <b>-23%</b>           |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>2.295.402</b>    | <b>2.149.982</b>    | <b>7%</b>              | <b>19.926.006</b>  | <b>19.887.459</b>  | <b>0%</b>             |
| Resultado estacionamento              | 399.530             | 316.176             | 26%                    | 3.135.778          | 2.405.865          | 30%                   |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.694.932</b>    | <b>2.466.158</b>    | <b>9%</b>              | <b>23.061.784</b>  | <b>22.293.324</b>  | <b>3%</b>             |
| Benfeitorias                          | -                   | (469.802)           | -100%                  | -                  | (3.674.386)        | -                     |
| Resultado não operacional             | -                   | -                   | -                      | -                  | -                  | -                     |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>2.694.932</b>    | <b>1.996.356</b>    | <b>35%</b>             | <b>23.061.784</b>  | <b>18.618.938</b>  | <b>24%</b>            |

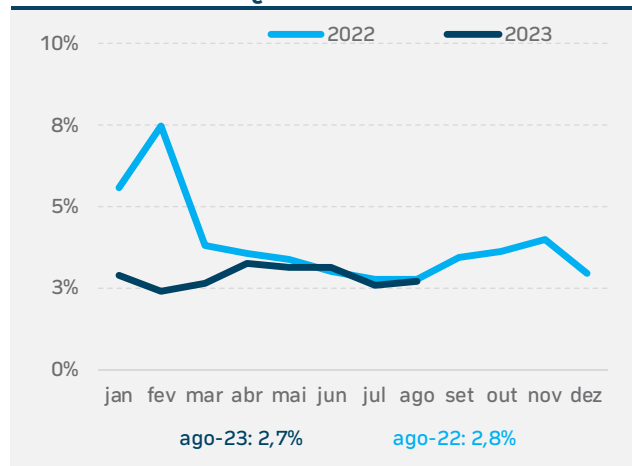
### VENDAS (R\$ MM)



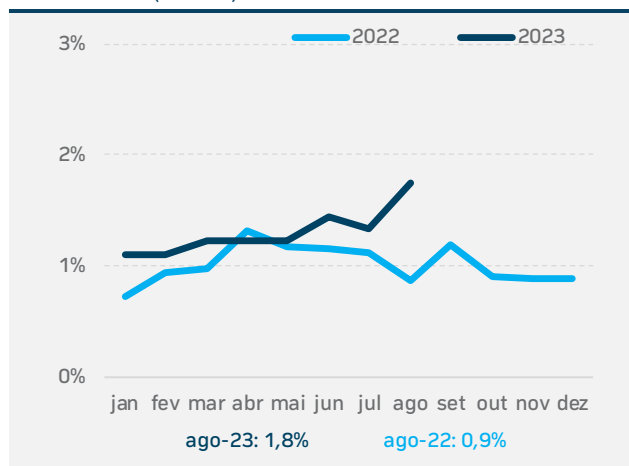
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

**Movimentações comerciais:** entrada da Kidstock (44 m<sup>2</sup>) e saídas da Overcome (68 m<sup>2</sup>) e Essenciaria Perfumes e Cosméticos (34 m<sup>2</sup>).

|                                   |                                                   |                                |                                   |                                 |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| <b>PARTICIPAÇÃO</b><br><b>15%</b> | <b>ABL TOTAL</b><br><b>26,7 mil m<sup>2</sup></b> | <b>OPERAÇÕES</b><br><b>165</b> | <b>INAUGURAÇÃO</b><br><b>2007</b> | <b>OPERADOR</b><br><b>Allos</b> |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|

**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)

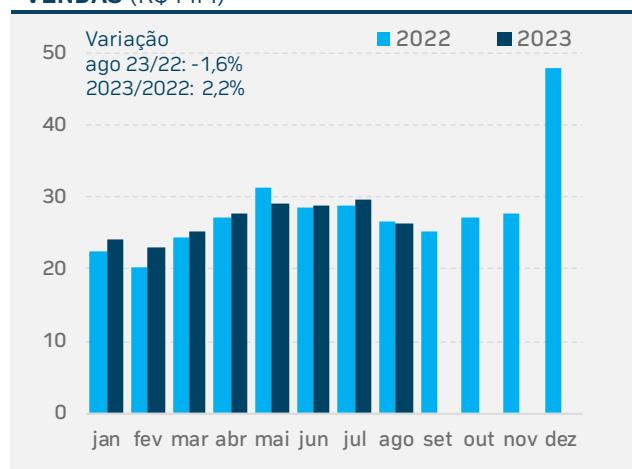


Fotos: Maurício Moreno.

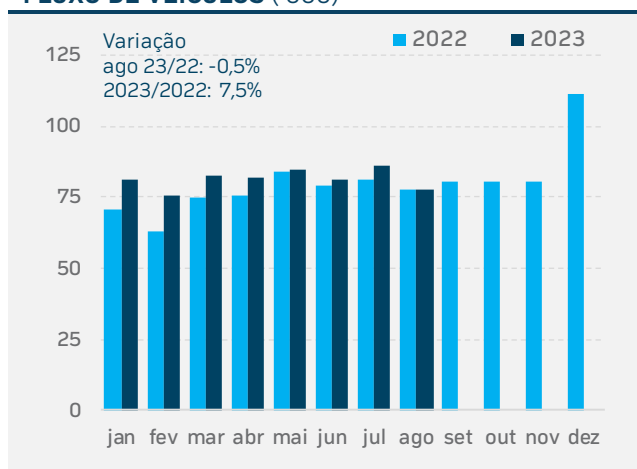
## SANTANA PARQUE SHOPPING (3% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Varição<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Varição<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.609.999           | 1.505.081           | 7%                    | 13.303.490         | 11.858.251         | 12%                  |
| Aluguel complementar                  | 181.516             | 158.252             | 15%                   | 1.479.720          | 1.625.733          | -9%                  |
| Aluguel quiosques/stands              | 346.953             | 620.745             | -44%                  | 2.732.738          | 3.643.519          | -25%                 |
| Outras receitas                       | 3.492               | 31.235              | -89%                  | 26.928             | 1.047.655          | -97%                 |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>2.141.960</b>    | <b>2.315.313</b>    | <b>-7%</b>            | <b>17.542.877</b>  | <b>18.175.158</b>  | <b>-3%</b>           |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (429.989)           | (474.379)           | -9%                   | (2.878.624)        | (2.786.921)        | 3%                   |
| Outras despesas                       | (258.024)           | (269.219)           | -4%                   | (2.614.099)        | (2.037.276)        | 28%                  |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(688.013)</b>    | <b>(743.598)</b>    | <b>-7%</b>            | <b>(5.492.723)</b> | <b>(4.824.196)</b> | <b>14%</b>           |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.453.947</b>    | <b>1.571.714</b>    | <b>-7%</b>            | <b>12.050.154</b>  | <b>13.350.962</b>  | <b>-10%</b>          |
| Resultado estacionamento              | 742.057             | 561.058             | 32%                   | 5.337.970          | 4.554.869          | 17%                  |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.196.004</b>    | <b>2.132.773</b>    | <b>3%</b>             | <b>17.388.124</b>  | <b>17.905.830</b>  | <b>-3%</b>           |
| Benfeitorias                          | (357.071)           | (470.334)           | -24%                  | (1.102.843)        | (1.259.307)        | -12%                 |
| Resultado não operacional             | 22.716              | 31.821              | -29%                  | (354.748)          | (447.438)          | -21%                 |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>1.861.649</b>    | <b>1.694.259</b>    | <b>10%</b>            | <b>15.930.533</b>  | <b>16.199.085</b>  | <b>-2%</b>           |

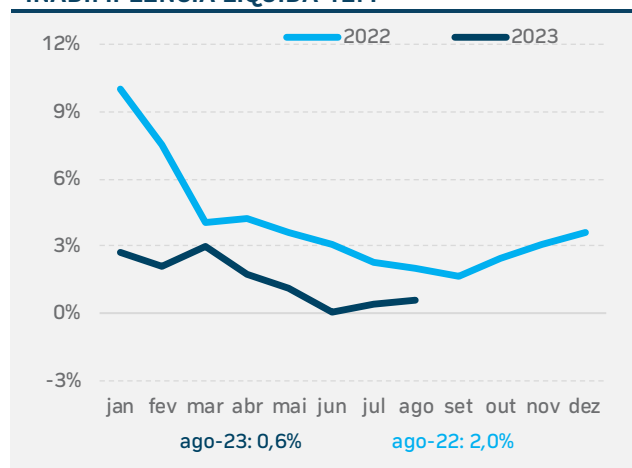
### VENDAS (R\$ MM)



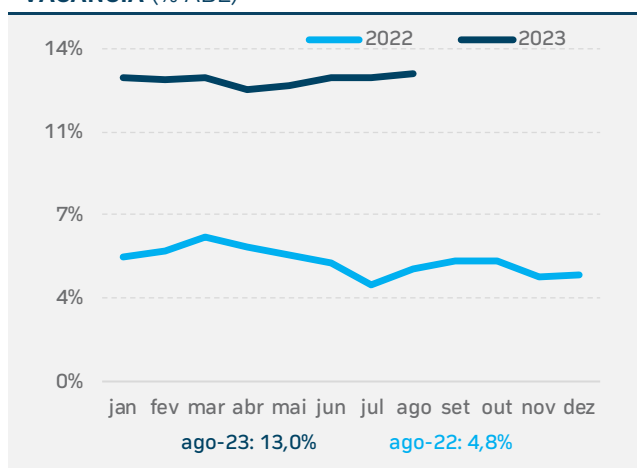
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

Em setembro, no aniversário de 23 anos do Suzano Shopping, ocorreu a inauguração do Outback. O restaurante com capacidade para 200 lugares, adiciona cerca de 500 m<sup>2</sup> na ABL do shopping, a ser refletida nos próximos relatórios gerenciais.

**Movimentações comerciais:** entradas da Nautra (56 m<sup>2</sup>), Copenhagen (37 m<sup>2</sup>) e Studio 011 Tattoo (31 m<sup>2</sup>), saída da Trançação Modas By Tranz Up (137 m<sup>2</sup>), Carmesim (33 m<sup>2</sup>) e Ice Creamy (32 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR   |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|------------|
| 15%          | 24,5 mil m <sup>2</sup> | 134       | 2000        | HBR Realty |

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

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

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

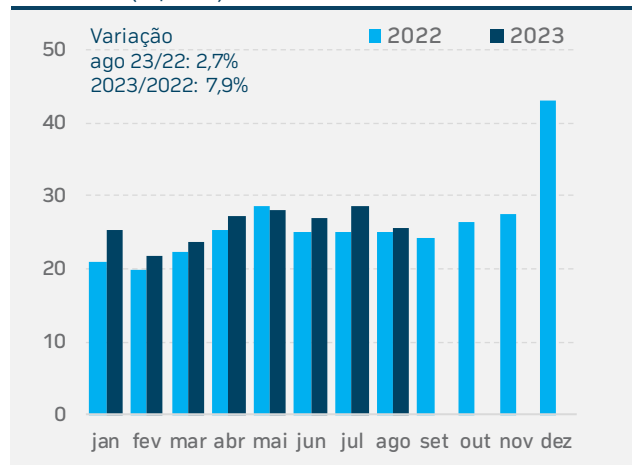


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno

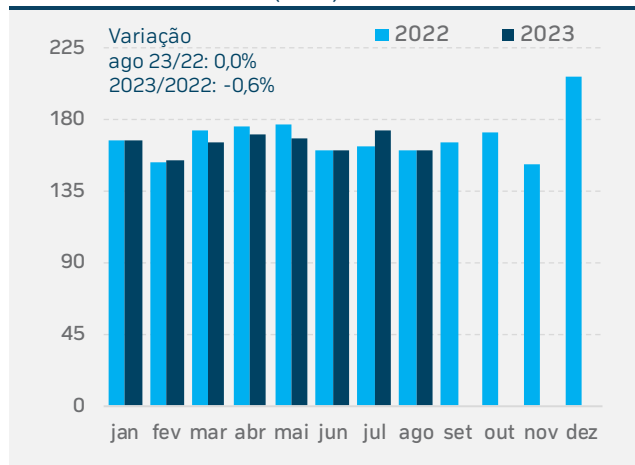
## SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.408.144           | 1.490.211           | -6%                    | 12.333.348         | 11.852.584         | 4%                    |
| Aluguel complementar                  | 207.536             | 139.319             | 49%                    | 1.301.084          | 920.166            | 41%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 310.847             | 343.850             | -10%                   | 2.369.546          | 2.602.668          | -9%                   |
| Outras receitas                       | 36.431              | 127.787             | -71%                   | 744.262            | 1.191.297          | -38%                  |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.962.959</b>    | <b>2.101.166</b>    | <b>-7%</b>             | <b>16.748.239</b>  | <b>16.566.716</b>  | <b>1%</b>             |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (2.827)             | 97.905              | -                      | 63.184             | 362.429            | -83%                  |
| Outras despesas                       | (142.237)           | (193.509)           | -26%                   | (1.676.752)        | (1.461.492)        | 15%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(145.064)</b>    | <b>(95.604)</b>     | <b>52%</b>             | <b>(1.613.568)</b> | <b>(1.099.063)</b> | <b>47%</b>            |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.817.895</b>    | <b>2.005.563</b>    | <b>-9%</b>             | <b>15.134.671</b>  | <b>15.467.653</b>  | <b>-2%</b>            |
| Resultado estacionamento              | 411.821             | 358.215             | 15%                    | 3.331.301          | 3.223.435          | 3%                    |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.229.716</b>    | <b>2.363.778</b>    | <b>-6%</b>             | <b>18.465.972</b>  | <b>18.691.088</b>  | <b>-1%</b>            |
| Benfeitorias                          | (1.379.862)         | (63.736)            | 2065%                  | (8.783.879)        | (1.804.161)        | 387%                  |
| Resultado não operacional             | -                   | -                   | -                      | -                  | -                  | -                     |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>849.854</b>      | <b>2.300.041</b>    | <b>-63%</b>            | <b>9.682.093</b>   | <b>16.886.927</b>  | <b>-43%</b>           |

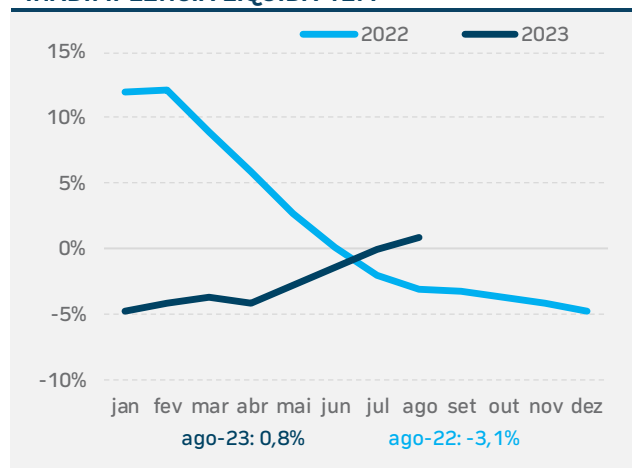
### VENDAS (R\$ MM)



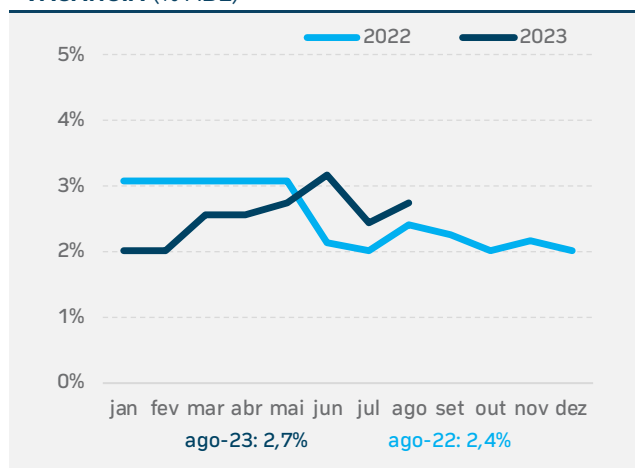
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** troca de área da Tutêe (17 m<sup>2</sup> para 36 m<sup>2</sup>) e saída da Band TV (102 m<sup>2</sup>). Destacamos que a área anteriormente ocupada pela Band TV já está comercializada, e, deverá sair da vacância nos próximos relatórios gerenciais.

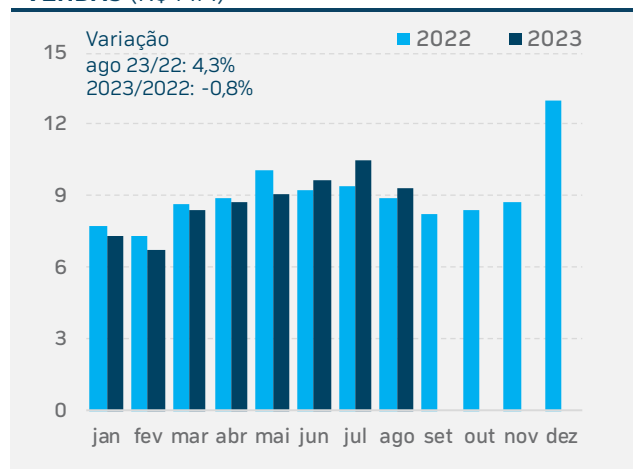
| PARTICIPAÇÃO<br>54%                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ABL TOTAL<br>26,3 mil m <sup>2</sup> | OPERAÇÕES<br>166 | INAUGURAÇÃO<br>1989 | OPERADOR<br>Soul Malls |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------|---------------------|------------------------|
| <b>Principais Operações:</b> Body Tech, Cinemark, Vivara, Track & field, Le Lis Blanc, John John, Dudalina, Brookfield, Avenida, Animale, Osklen, Paris 6.<br><b>Endereço:</b> Av. José Monteiro de Figueiredo, 500 – Cuiabá, MT <a href="http://www.goiabeirasshopping.com.br">www.goiabeirasshopping.com.br</a> |                                      |                  |                     |                        |



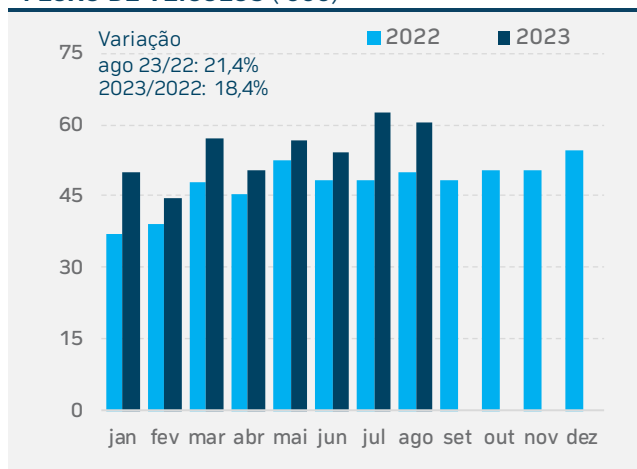
## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 228.194             | 248.234             | -8%                    | 2.125.166          | 2.287.054          | -7%                   |
| Aluguel complementar                  | 174.446             | 103.847             | 68%                    | 850.179            | 715.335            | 19%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 86.339              | 47.935              | 80%                    | 618.327            | 329.835            | 87%                   |
| Outras receitas                       | 1.304               | 9                   | 14199%                 | 9.964              | 4.114              | 142%                  |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>490.283</b>      | <b>400.025</b>      | <b>23%</b>             | <b>3.603.636</b>   | <b>3.336.339</b>   | <b>8%</b>             |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (666.718)           | (606.104)           | 10%                    | (5.912.877)        | (5.514.976)        | 7%                    |
| Outras despesas                       | (55.753)            | (29.113)            | 92%                    | (354.536)          | (253.909)          | 40%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(722.470)</b>    | <b>(635.217)</b>    | <b>14%</b>             | <b>(6.267.413)</b> | <b>(5.768.885)</b> | <b>9%</b>             |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>(232.187)</b>    | <b>(235.192)</b>    | <b>-1%</b>             | <b>(2.663.777)</b> | <b>(2.432.547)</b> | <b>10%</b>            |
| Resultado estacionamento              | 3.469               | 548                 | 533%                   | 17.598             | 12.017             | 46%                   |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>(228.719)</b>    | <b>(234.644)</b>    | <b>-3%</b>             | <b>(2.646.179)</b> | <b>(2.420.530)</b> | <b>9%</b>             |
| Benfeitorias                          | -                   | -                   | -                      | (663.648)          | -                  | -                     |
| Resultado não operacional             | (329.956)           | -                   | -                      | (905.631)          | (12.867)           | 6939%                 |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>(558.674)</b>    | <b>(234.644)</b>    | <b>138%</b>            | <b>(4.215.458)</b> | <b>(2.433.397)</b> | <b>73%</b>            |

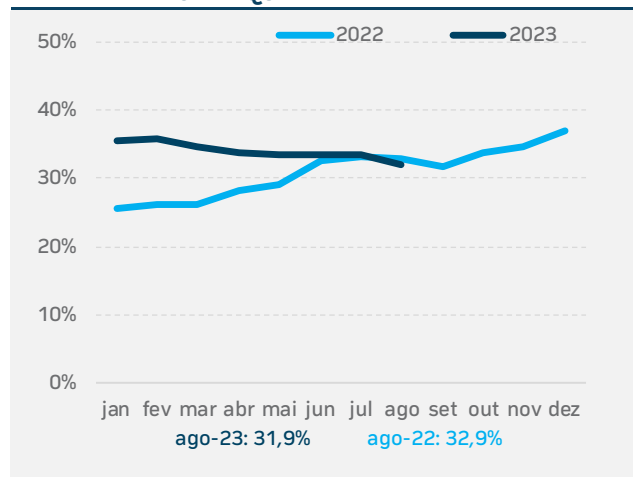
### VENDAS (R\$ MM)



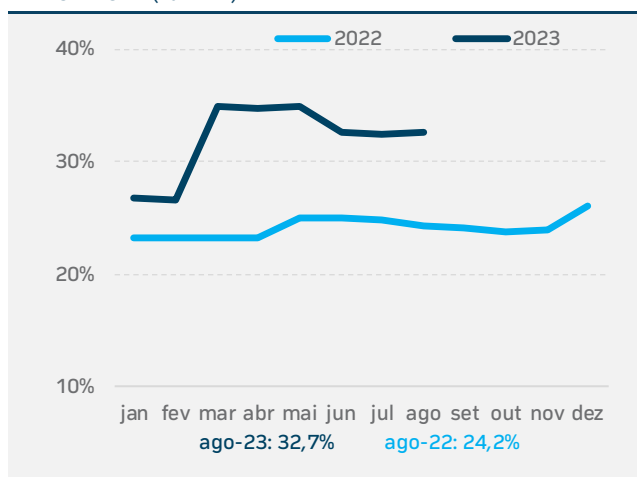
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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 MG Sports (132 m<sup>2</sup>), CS Young (50 m<sup>2</sup>), Avatim (38 m<sup>2</sup>), Gelato Borelli (34 m<sup>2</sup>) e Milky Moo (28 m<sup>2</sup>), saídas da Livraria Saraiva (209 m<sup>2</sup>) e Hering Kids (67 m<sup>2</sup>), troca de área da HS Telecom (de 63 m<sup>2</sup> para 34 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|----------|
| 0,4%         | 18,7 mil m <sup>2</sup> | 102       | 1993        | Allos    |

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

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

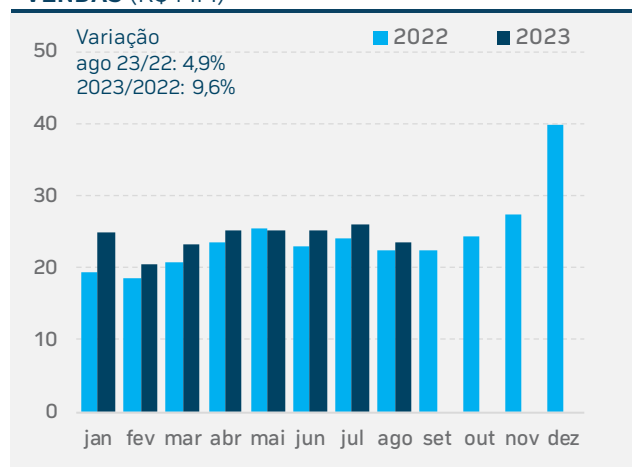
[www.francashopping.com.br](http://www.francashopping.com.br)



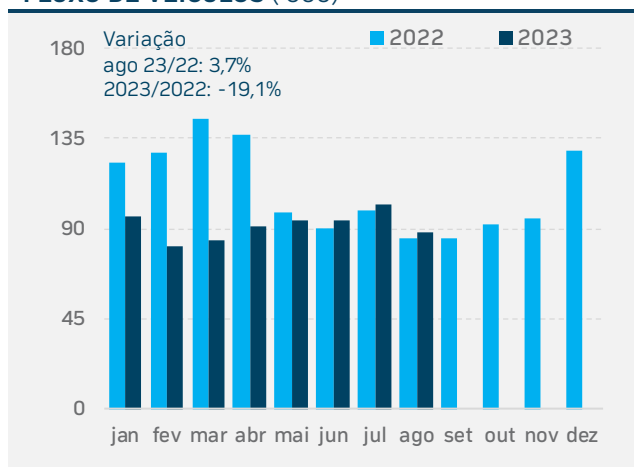
## FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>ago-23 | Realizado<br>ago-22 | Variação<br>vs. ago-22 | Acum.<br>ago-23    | Acum.<br>ago-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.092.853           | 1.254.194           | -13%                   | 9.287.880          | 8.881.243          | 5%                    |
| Aluguel complementar                  | 179.925             | 160.818             | 12%                    | 1.595.149          | 1.090.298          | 46%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 262.682             | 169.027             | 55%                    | 2.020.036          | 834.140            | 142%                  |
| Outras receitas                       | 6.599               | 10.445              | -                      | 149.889            | 335.313            | -                     |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.542.057</b>    | <b>1.594.484</b>    | <b>-3%</b>             | <b>13.052.954</b>  | <b>11.140.994</b>  | <b>17%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (57.635)            | (764)               | 7445%                  | (110.713)          | (13.669)           | 710%                  |
| Outras despesas                       | (415.839)           | (113.462)           | 267%                   | (2.020.024)        | (1.599.703)        | 26%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(473.475)</b>    | <b>(114.226)</b>    | <b>315%</b>            | <b>(2.130.737)</b> | <b>(1.613.372)</b> | <b>32%</b>            |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.068.583</b>    | <b>1.480.258</b>    | <b>-28%</b>            | <b>10.922.217</b>  | <b>9.527.622</b>   | <b>15%</b>            |
| Resultado estacionamento              | 520.636             | 337.141             | 54%                    | 2.923.102          | 1.199.057          | 144%                  |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>1.589.218</b>    | <b>1.817.398</b>    | <b>-13%</b>            | <b>13.845.319</b>  | <b>10.726.679</b>  | <b>29%</b>            |
| Benfeitorias                          | (136.735)           | (1.296.884)         | -89%                   | (3.439.550)        | (16.302.793)       | -79%                  |
| Resultado não operacional             | (38.849)            | 101.898             | -                      | (298.710)          | 101.898            | -                     |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>1.413.634</b>    | <b>622.412</b>      | <b>127%</b>            | <b>10.107.059</b>  | <b>(5.474.215)</b> | <b>-</b>              |

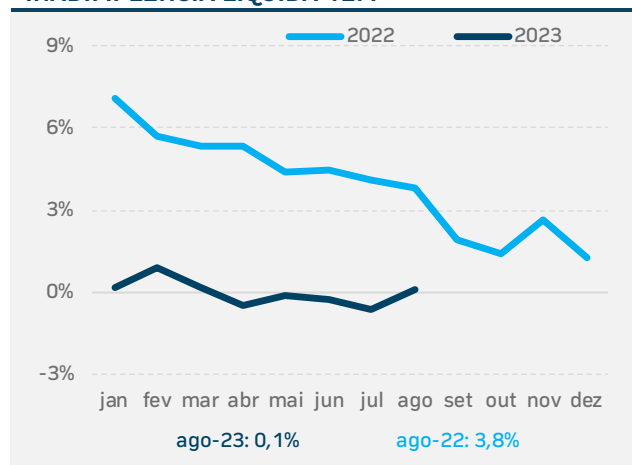
### VENDAS (R\$ MM)



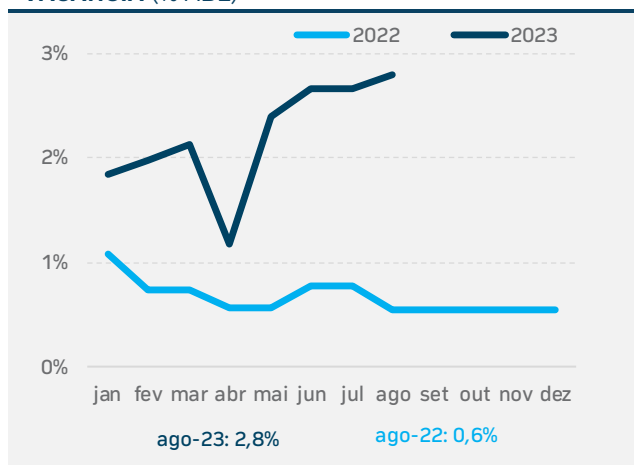
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PARQUE D. PEDRO (11% 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.

Em 17 de julho de 2023 a Hedge DTVM, administradora do HPDP11, anunciou o encerramento da 3ª emissão de cotas, com montante total captado de R\$ 28,1 milhões. Deste montante, o HGBS subscreveu o valor de R\$ 28 milhões, o equivalente a 377.851 novas cotas.

Os recursos serão destinados aos investimentos esperados para os anos de 2023 a 2025, necessários para o projeto de revitalização completa do shopping, atualmente em curso, além de uma expansão de cerca de 4,9 mil m<sup>2</sup> da ABL. O projeto deverá trazer uma rentabilidade real de 11,4% ao ano sobre o capital investido após sua maturação, esperada para o 3º ano.

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

| PARTICIPAÇÃO<br>10,3%                                                                                                                                                                                                                          | ABL TOTAL<br>126,5 mil m <sup>2</sup> | OPERAÇÕES<br>387 | INAUGURAÇÃO<br>2002 | OPERADOR<br>Allos |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| <b>Principais Operações:</b> Renner, Decathlon, Magazine Luiza, Riachuelo, Telhanorte, Kinoplex e Outback.<br><b>Endereço:</b> Av. Guilherme Campos 500 – Campinas, SP <a href="https://parquedpedro.com.br/">https://parquedpedro.com.br/</a> |                                       |                  |                     |                   |



Fotos 1, 2 e 3: Maurício Moreno.

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

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

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

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR    |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|-------------|
| 24,6%        | 48,0 mil m <sup>2</sup> | 151       | 2006        | Plena Malls |

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

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

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



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

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

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|----------|
| 7,4%         | 69,5 mil m <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        | Allos    |

**Principais Operações:** Renner, C&C, Qualistage, 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.



## EVENTOS, COMUNICADOS E FATOS RELEVANTES

### FTSE GLOBAL ALL-CAP

Em 18 de setembro de 2023 a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Hedge Brasil Shopping FII, [comunicou](#) aos cotistas e ao mercado em geral que, em 15 de setembro de 2023, o Fundo passou a integrar a carteira do índice internacional FTSE Global All-Cap.

## DOCUMENTOS

[Regulamento vigente](#)[Demonstrações  
financeiras 2022](#)[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.



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

**[hedgeinvest.com.br](http://hedgeinvest.com.br)**