

# Hedge Brasil Shopping FII

## HGBS11



Foto: Shopping VillaLobos

JUNHO DE 2025

# Relatório Gerencial



<b>SUMÁRIO NAVEGÁVEL</b>	<b>pág.</b>
OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS	<b>3</b>
PALAVRA DA GESTORA	<b>4</b>
MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING	<b>6</b>
PRINCIPAIS DESTAQUES	<b>7</b>
DESEMPENHO DO FUNDO	<b>10</b>
CARTEIRA DE INVESTIMENTOS	<b>14</b>
SHOPPING JARDIM SUL	<b>16</b>
SHOPPING PENHA	<b>18</b>
SHOPPING WEST PLAZA	<b>20</b>
MOOCA PLAZA SHOPPING	<b>22</b>
CAPIM DOURADO SHOPPING	<b>24</b>
TIVOLI SHOPPING CENTER	<b>26</b>
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING	<b>28</b>
BOULEVARD SHOPPING BAURU	<b>30</b>
SHOPPING VILLALOBOS	<b>32</b>
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA	<b>34</b>
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA	<b>36</b>
I FASHION OUTLET	<b>38</b>
SUZANO SHOPPING	<b>40</b>
PARTAGE SANTANA SHOPPING	<b>42</b>
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER	<b>44</b>
FRANCA SHOPPING	<b>46</b>
SHOPPING PARQUE D. PEDRO	<b>48</b>
FLORIPA SHOPPING	<b>49</b>
GRAND PLAZA SHOPPING	<b>50</b>
VIA PARQUE SHOPPING	<b>51</b>
GLOSSÁRIO	<b>52</b>
DOCUMENTOS	<b>53</b>



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



## OBJETIVO DO FUNDO

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

## INFORMAÇÕES GERAIS

<b>COTA PATRIMONIAL</b> <b>R\$ 21,61</b>	<b>INÍCIO DAS ATIVIDADES</b> Novembro de 2006
<b>COTA DE MERCADO</b> <b>R\$ 19,90</b>	<b>ADMINISTRADORA</b> Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.
<b>VALOR DE MERCADO</b> <b>R\$ 2,6 bi</b>	<b>GESTORA</b> Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.
<b>QUANTIDADE DE COTAS</b> <b>129.133.010</b>	<b>TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão)</b> 0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas
<b>QUANTIDADE DE COTISTAS</b> <b>131.726</b>	<b>TAXA DE PERFORMANCE</b> Não há
<b>ABL PRÓPRIA <sup>1</sup></b> <b>245,1 mil m<sup>2</sup></b>	<b>OFERTAS CONCLUÍDAS</b> Dez emissões de cotas realizadas
	<b>CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO</b> HGBS11
	<b>TIPO ANBIMA</b> FII Renda Gestão Ativa – Shoppings
	<b>PRAZO</b> Indeterminado
	<b>PÚBLICO-ALVO</b> Investidores em geral
	<b>RATING</b> brAA+ atribuído pela S&P Global Ratings Brasil ( <a href="#">link</a> )

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

Fonte: Hedge / Administradoras dos shoppings / Econômica; Data base das informações: 30/06/2025.



## PALAVRA DA GESTORA

### CENÁRIO MACRO E POLÍTICO

Foram quase dois meses sem escrever para os nossos clientes, gostaríamos de nos desculpar pela ausência, mas o fato é que esses sessenta dias foram muito intensos. O nosso desafio é estabelecer uma data de corte para que façamos a abordagem. Inicialmente essa data era o quinto dia útil do mês, depois passou a ser o décimo e dessa vez extrapolamos qualquer métrica anterior. Isso nos leva, sem dúvida, a uma reflexão sobre a razão de adiarmos a data para análise da carta até passar quase dois meses sem escrever. O fato é que ultimamente estamos assistindo a uma escalada da intensidade das discussões políticas e econômicas no Brasil e no mundo. Temos novidades diárias e isso vai fazendo que esperemos mais um dia para estabelecer a tal data de corte. Eventos como a entrada do Irã abertamente no conflito no Oriente Médio são um exemplo dessa dificuldade de estabelecer um prazo para encerrar a análise do grave quadro que se iniciou com o ataque do Hamas a Israel e deu início à guerra na região, envolvendo a Palestina, depois o Líbano e agora o Irã, passando sempre por ataques dos Houthis do Iêmen, ceifando a vida de milhares de pessoas e deixando a comunidade internacional muito preocupada e os analistas geopolíticos com muita dificuldade de afirmar de forma assertiva qual será o desfecho desse conflito. Mais ao norte o conflito entre a Rússia e a Ucrânia também permanece um enorme desafio para os especialistas que fazem as previsões. Inicialmente parecia que o presidente Trump iria fazer a balança pender para o lado da Rússia, mas passados quase cinco meses da posse e muitas reuniões bilaterais, a única certeza que temos é que essa guerra está longe de terminar.

Enfim vamos seguir os acontecimentos e deixar de estabelecer um prazo para encerrarmos a análise de cada mês, seremos mais flexíveis com o calendário, portanto teremos meses em que os relatórios mensais de cada um dos nossos fundos serão divulgados sem a carta mensal que sairá mais tarde para completar uma análise, porque hoje, de um dia para o outro, a situação muda e a análise torna-se obsoleta.

A questão das tarifas esteve sempre presente nos últimos meses, desde o chamado "Liberation Day". Já fomos para vários lados dependendo do parceiro, desde o acordo anunciado com o Reino Unido, que foi anunciado mas ainda não está gravado em pedra, até um acordo com a China que parece estar a caminho, bem como vários acordos bilaterais com países do sudeste asiático. A última novidade foi a ameaça feita pelo presidente Trump de taxar os países membros dos BRICS de forma diferenciada, aumentando a alíquota em mais 10% para essas nações. Depois de vários adiamentos parece que o desenho final das tarifas ficará para agosto.

Com isso tivemos muita volatilidade, com o VIX chegando a 22,75 em 19 de junho e depois voltando a 16,11 em 26 de junho, e os índices das bolsas de valores renovando as máximas históricas, sessão após sessão. O dólar caiu em relação à nossa moeda, chegando a \$5,42/real, nível que não víamos desde setembro de 2024. E o IFIX também estabeleceu uma nova marca histórica, alcançando 3.495,42 em 04 de julho - abaixo temos as tabelas com as variações das diversas classes de ativos.

O Banco Central do Brasil aumentou os juros em mais 0,25% em 18 de junho, fazendo com que a SELIC alcançasse os 15% ao ano, nível mais alto desde julho de 2007. Nossa opinião aqui é que o BACEN mais uma vez errou. As projeções para a inflação dos próximos doze meses estão em 4,69% segundo a pesquisa Focus do BACEN. Com isso teremos juros reais superiores a 10%, um total absurdo que vai levar várias empresas a enfrentar problemas com relação às suas dívidas e aumentar muito a inadimplência de diversos setores da economia. O único ponto positivo é que o comunicado do Bacen passa a impressão de que o ciclo de aperto monetário se encerrou e devemos ter algumas reuniões em que teremos a manutenção da SELIC até uma eventual queda no final do ano. Acreditamos que ainda veremos dois cortes de 0,25% nas duas últimas reuniões desse ano, que nos levarão a encerrar 2025 com a SELIC a 14,50%.

Mas os temas mais quentes desse período foram as questões políticas. No plano interno houve um aumento muito grande na tensão entre o Executivo e o Congresso. Desde o final do ano passado o ministro Haddad tem tentado arrumar espaço no Orçamento para acomodar a meta de déficit fiscal zero em 2025 e um eventual superávit de 0,25% para 2026. A proposta do governo de aumento de IOF, entre outras medidas, foi rechaçada pelo Congresso e levou a uma intervenção do STF, que suspendeu o aumento que o governo havia feito e, também, a derrubada dessa medida feita pelo Câmara dos Deputados, além de chamar para si um papel de mediador entre os dois poderes em conflito. Além desse fato, o governo propôs entre outras medidas a taxação de diversas classes de ativos que hoje contam com isenção de imposto de renda e passariam a ser taxados com uma alíquota de 5%, a saber, LCI, LCA, CRI, CRA, FII, Fiagro, debêntures incentivadas e por aí vai, como mais uma forma de respeitar a meta fiscal e aumentar a arrecadação. Esta MP deve ser, corretamente, vetada pelo



Congresso. Aqui não existe renúncia fiscal, como afirma o Ministro Haddad. Esses produtos financeiros foram criados com isenção justamente para dirigir o investimento para os pilares principais da economia brasileira, qual seja o mercado agropecuário e a construção civil, ambos grandes geradores de emprego e renda. Se o Brasil hoje se tornou uma potência exportadora de diversos produtos como café, algodão, grãos e carnes, entre outros produtos, deve muito ao aumento de produtividade obtido através da pesquisa. Aliás, podemos afirmar que o Brasil é referência mundial em tecnologia aplicada ao campo. Esse sucesso que ajuda a trazer divisas para o país, contribuindo para o superávit de nossa balança comercial deve-se em grande parte ao crescimento do investimento em títulos e produtos financeiros com lastro agropecuário que carrega recursos para o financiamento do setor. Cabe lembrar que hoje o Plano Safra do Governo Federal representa apenas 30% da necessidade anual de financiamento do segmento agropecuário. Com relação à construção civil, que sempre contou com financiamento originário dos recursos da poupança ou do FGTS, é notória hoje a importância dos FII e dos CRI/LCI para substituir recursos que vão minguando na medida que estamos no terceiro ano de perda relevante dos recursos da poupança, em virtude de saques de aproximadamente R\$50 bilhões no 1º semestre em um cenário de SELIC em alta e em patamar de 15% ao ano e de novas destinações para os recursos do FGTS que antes eram dedicados ao financiamento imobiliário. Não há transação de grande monta no mercado imobiliário hoje que não envolva um FII como parte compradora e hoje, com mais de 2,8 milhões de investidores, essa classe de ativos permitiu ao pequeno e médio investidor participar de investimentos em shopping centers, condomínios logísticos e prédios corporativos, com muita segurança e baixo risco.

A verdade é que estamos assistindo a uma antecipação da disputa eleitoral do ano que vem, que normalmente deveria acontecer a partir do começo de 2026, mas que em função da disputa por recursos do orçamento federal entre o Congresso e o Executivo, já está em pleno andamento.

Além disso vemos a quase exaustão da capacidade do estado em investir em função do aumento constante e crescente das ditas despesas obrigatórias. A reação do Congresso, como representante da sociedade, significa uma tentativa de dar um basta no sistema dos últimos anos em que todo espaço fiscal é destinado para aumento de gastos e principalmente políticas sociais que são muitas vezes inchadas por fraudes e descaminhos.

Chegou a hora de o Executivo anunciar cortes de gastos e fazer uma grande concertação política, que seja seguido por eventual aumento da carga tributária em menor magnitude, até para demonstrar que tem de fato compromisso com a viabilidade fiscal do país. Em vez da política da polarização entre direita e esquerda e da volta da chamada política do nós contra eles, o ideal seria termos todos o compromisso de achar uma equação fiscal que tenha corte de gastos em maior grau e eventual aumento marginal de tributação na medida em que os cortes de gasto fossem acontecendo. Se arrumarmos algo como 3% do PIB ao longo dos próximos dois a quatro anos, teríamos de volta a credibilidade da nossa política fiscal, permitindo uma redução expressiva da SELIC e uma entrada de recursos via investimentos estrangeiros muito significativa, que derrubaria as cotações do dólar frente ao real e, como consequência, uma queda grande na inflação. Ou seja, criaríamos um círculo virtuoso que permitiria uma nova onda de crescimento no Brasil, onde todos ganhariam.

Enfim, no encerramento do semestre vemos que a renda variável se destacou, especialmente o IFIX e o IBOVESPA, conforme demonstram as tabelas abaixo. Acreditamos que o segundo semestre será bastante positivo, principalmente pelos sinais que as taxas de juro trarão, ao se iniciar um novo ciclo de baixa na SELIC que deve começar no final do ano, mas entrará em discussão já em agosto na nossa opinião, em virtude, principalmente, do início dos cortes de juros pelo FED.

Variação dos Indicadores	mai/25	jun/25	2025
Ibovespa	1,45%	1,33%	15,44%
IFIX	1,44%	0,63%	11,79%
DI Fut - Jan/26	+13 bps	+12 bps	- 44 bps

Mais uma vez agradecemos a confiança em nós depositada.

### Equipe de Gestão Hedge Investments



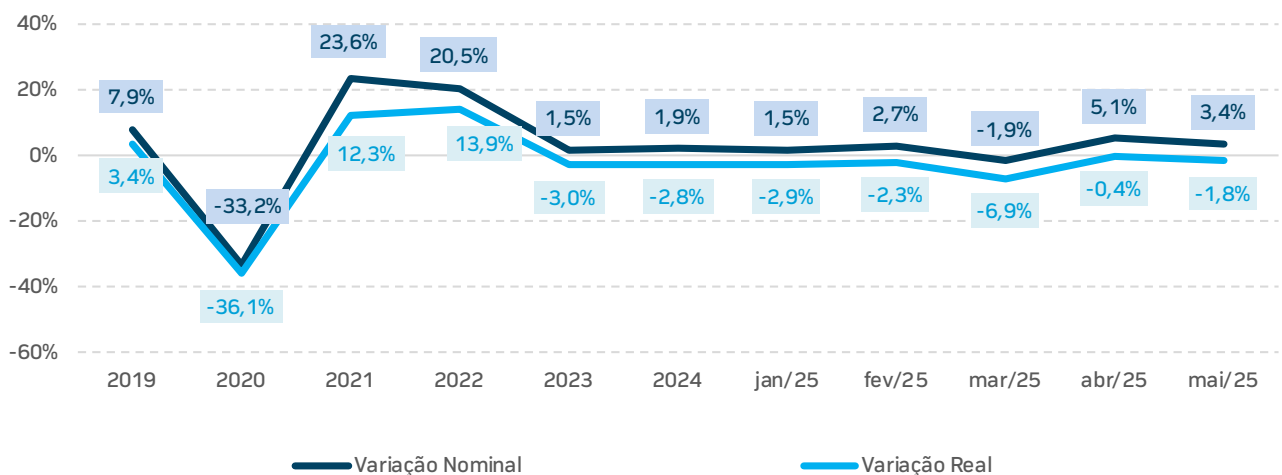
## MERCADO DE SHOPPING CENTERS

### MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em maio, o mercado de shoppings brasileiro apresentou crescimento de 3,4% nas vendas quando comparado ao mesmo mês de 2024, em termos nominais. Já em termos reais, ou seja, levando-se em consideração a inflação no período, houve uma retração de 1,8%. Considerando o acumulado de 2025, temos um crescimento nominal de vendas de 2,2% vs. o mesmo período de 2024.

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

Variação das vendas do setor vs. ano anterior

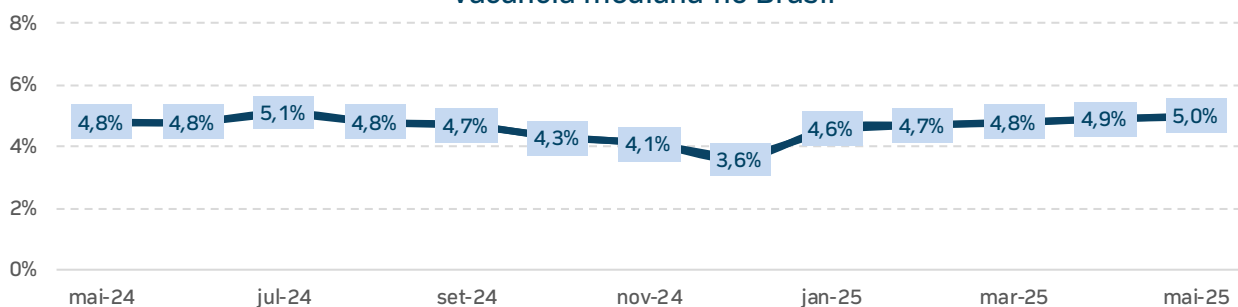


Fonte: Índice Cielo de Varejo em Shopping Centers (ICVS-Abrasce).

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

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
mai/25	5,0%	5,6%	5,0%	4,1%	4,3%
abr/25	4,9%	5,4%	3,6%	4,0%	5,4%

Vacância mediana no Brasil



Fonte: Abrasce, Hedge

## PRINCIPAIS DESTAQUES

### INDICADORES OPERACIONAIS

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

**VENDAS/M<sup>2</sup>:** O portfólio do Fundo apresentou vendas/m<sup>2</sup> de R\$ 1.414 em maio, o que representa um crescimento de 12,9% vs. maio de 2024. Levando em conta o acumulado de 2025, as vendas apresentam crescimento de 11,5% em comparação ao mesmo período de 2024.

**VACÂNCIA:** O Fundo encerrou maio com 4,8% da ABL vaga vs. 4,7% em abril e 6,3% em maio de 2024.

**NOI/M<sup>2</sup>:** Em maio, o NOI/m<sup>2</sup> do Fundo foi de R\$ 84,6/m<sup>2</sup>, um crescimento de 13,9% vs. maio de 2024. No acumulado do ano de 2025, o indicador apresenta crescimento de 5,2% em comparação ao mesmo período de 2024. Destacamos que o resultado de maio de alguns ativos do Fundo foi impactado positivamente em decorrência da migração de sistemas realizada pela Allos, ocasionando o atraso no reconhecimento de receitas originalmente previstas para abril, as quais foram efetivamente recebidas somente em maio.

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

Maio - 2025					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. maio/24	YTD vs. 2024	R\$/m <sup>2</sup>	R\$/m <sup>2</sup> vs. maio/24	YTD vs. 2024
Jardim Sul	19%	90,0%	28.721	2,5%	2.248	9,0%	8,4%	138,5	12,1%	-1,7%
Penha	12%	87,6%	29.779	4,4%	1.773	10,8%	5,4%	94,3	14,8%	5,9%
West Plaza <sup>2</sup>	7%	89,6%	35.804	8,4%	777	15,6%	13,1%	44,5	-9,6%	-5,7%
Pq D. Pedro <sup>2</sup>	7%	7,7%	126.323	2,9%	1.548	10,9%	6,9%	130,6	9,6%	9,7%
Mooca	7%	20,0%	42.067	1,2%	2.347	12,7%	10,3%	161,6	16,4%	3,5%
Capim Dourado	7%	60,0%	38.731	3,2%	1.231	8,6%	6,1%	74,1	25,3%	18,4%
Tivoli	6%	59,0%	25.779	1,0%	1.525	7,2%	6,9%	94,9	2,6%	2,2%
São Bernardo	6%	35,0%	42.943	4,1%	1.213	10,2%	6,1%	91,3	21,3%	2,1%
Bauru	6%	65,0%	34.550	4,0%	1.141	22,5%	15,2%	55,1	19,8%	9,8%
Villa Lobos	5%	15,0%	28.394	2,2%	2.835	11,9%	6,9%	221,5	11,0%	-0,6%
Pr. da Moça	4%	23,1%	30.383	5,9%	1.396	7,1%	5,0%	101,4	3,3%	2,4%
Floripa <sup>2</sup>	3%	25,6%	50.469	1,2%	1.144	6,1%	58,9%	59,1	10,5%	22,1%
Jaraguá Araraquara	2%	25,0%	21.099	5,7%	1.461	27,4%	18,7%	91,4	37,1%	23,5%
IFONH	2%	18,4%	20.048	1,7%	1.822	135,9%	23,6%	103,7	39,2%	19,3%
Suzano	2%	15,0%	25.032	2,5%	1.462	12,0%	9,6%	96,2	7,9%	-1,9%
Santana	2%	15,0%	25.884	5,0%	1.337	10,1%	6,8%	95,2	39,6%	28,0%
Goiabeiras	1%	54,0%	25.831	18,0%	476	14,7%	5,9%	-14,1	na	na
Franca	0,03%	0,4%	18.789	1,0%	1.738	24,0%	14,3%	120,2	37,4%	18,5%
<b>HGBS<sup>1 3</sup></b>	-	-	<b>232.827</b>	<b>4,8%</b>	<b>1.414</b>	<b>12,9%</b>	<b>11,5%</b>	<b>84,6</b>	<b>13,9%</b>	<b>5,2%</b>

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

<sup>2</sup> Participação no West Plaza via imóvel e WPLZ11, no Parque D. Pedro via HPDP11 e no Floripa via FLRP11.

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

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

<sup>5</sup> Ressaltamos que, desconsiderando o recebimento em jan/24 de garantia anual de aluguel mínimo de âncoras do Jardim Sul, temos uma retração de 0,3% do NOI acumulado de 2025 vs. o mesmo período de 2024. Em 2025, estes recebimentos ocorrerão apenas entre julho e agosto.

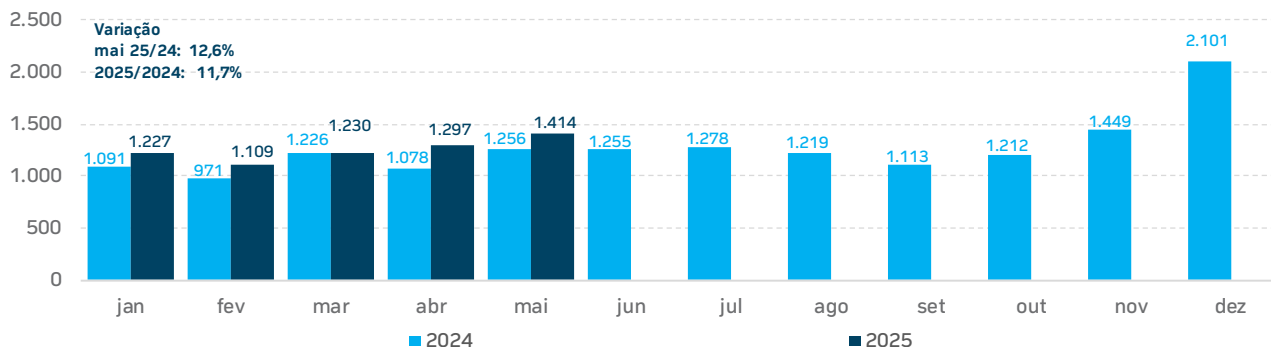
Fonte: Hedge, Administradoras.



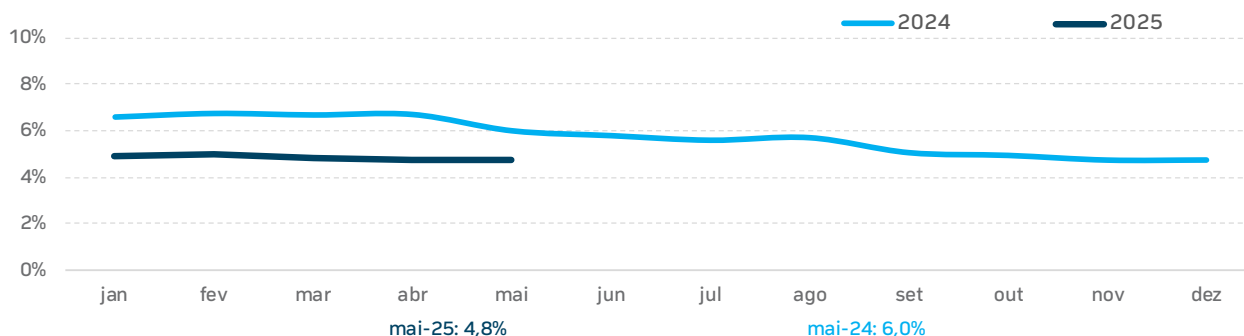
## INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na [página](#) do Fundo. Destacamos que os indicadores desta seção podem diferir do apresentado acima uma vez que na página anterior é apresentado uma comparação teórica que considera a atual carteira do Fundo no ano anterior ao passo que abaixo é demonstrado o histórico realizado do Fundo.

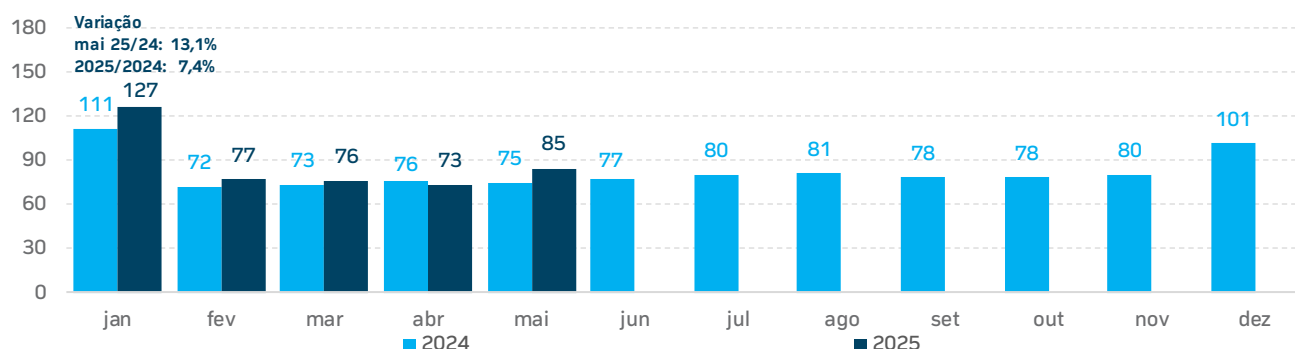
### VENDAS TOTAIS / M<sup>2</sup> (R\$)



### VACÂNCIA (% ABL)



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



Fonte: Hedge, Administradores



## FATO RELEVANTE – ALIENAÇÃO DE 10% DO SHOPPING JARDIM SUL

No dia 13 de junho a Hedge DTVM, na qualidade de administradora do Fundo, [informou](#) aos cotistas que foi assinado Instrumento Particular de Compromisso de Compra e Venda para a alienação da fração ideal de 10% do Shopping Jardim Sul, por um valor de R\$ 63.000.000,00, que será pago à vista na data de celebração da Escritura Definitiva de transferência do imóvel.

Desta forma, caso a Transação seja efetivada, o ganho de capital gerado pela venda representará um lucro não recorrente de R\$ 0,03 por cota, que será reconhecido no resultado base caixa do Fundo quando do recebimento do pagamento. O cap rate da Transação, considerando o resultado operacional do Shopping nos últimos 12 meses findos em maio de 2025, é de 7,7%.

A Transação 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.

A Transação está em linha com a estratégia e atende integralmente à política de investimento do Fundo e aos critérios de enquadramento constantes no Regulamento.



## DESEMPENHO DO FUNDO

### RESULTADO

Em junho, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,13 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,16 / cota como rendimento referente ao mês de junho de 2025, considerando as 129.133.010 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 14 de julho de 2025, aos detentores de cotas em 30 de junho de 2025.

A política de distribuição de rendimentos do Fundo está de acordo com a regulamentação vigente, que prevê a distribuição de no mínimo 95% do resultado semestral auferido a regime de caixa. O resultado contempla as receitas provenientes dos resultados recebidos dos shopping centers investidos, receitas financeiras, resultado com operações e despesas operacionais do Fundo.

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

HGBS 11	jun-25	R\$ / Cota	2025	R\$ / Cota Médio Mensal
<b>Receita Imobiliária</b>	<b>20.159.785</b>	<b>0,16</b>	<b>125.593.343</b>	<b>0,16</b>
Imóveis	16.748.560	0,13	107.365.447	0,14
FIs Estratégicos - Rendimento	3.411.225	0,03	18.227.896	0,02
<b>Outras Receitas</b>	<b>1.321.722</b>	<b>0,01</b>	<b>8.554.044</b>	<b>0,01</b>
FIs Líquidos - Rendimento	645.388	0,00	3.786.941	0,00
CRI	403.226	0,00	2.416.511	0,00
LCI	-	-	161.491	0,00
Renda Fixa	273.108	0,00	2.189.100	0,00
<b>Total de Despesas</b>	<b>(4.668.506)</b>	<b>(0,04)</b>	<b>(25.782.334)</b>	<b>(0,03)</b>
Despesas operacionais	(1.523.274)	(0,01)	(8.851.444)	(0,01)
Despesas financeiras	(3.145.232)	(0,02)	(16.930.891)	(0,02)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>16.813.001</b>	<b>0,13</b>	<b>108.365.052</b>	<b>0,14</b>
<b>Lucro Operações</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>12.905.156</b>	<b>0,02</b>
Imóveis	-	-	12.902.232	0,02
FIs Estratégicos - Ganho de Capital	-	-	33.134	0,00
FIs Líquidos - Ganho de Capital	-	-	-	-
IR Ganho FIs	-	-	(30.209)	(0,00)
<b>Resultado HGBS11</b>	<b>16.813.001</b>	<b>0,13</b>	<b>121.270.208</b>	<b>0,16</b>
<b>Rendimento HGBS11</b>	<b>20.661.282</b>	<b>0,16</b>	<b>123.967.690</b>	<b>0,16</b>

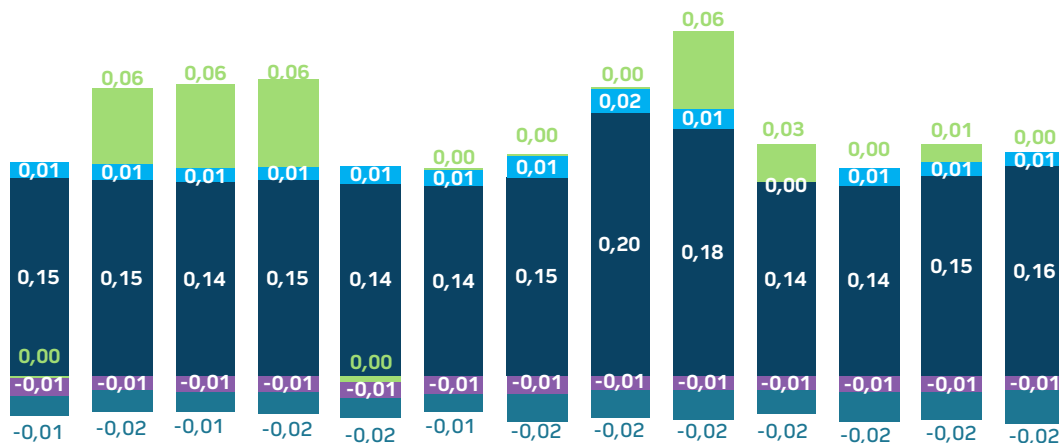
**Renda Imobiliária:** Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIs Estratégicos – Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIs Líquidos - Rendimento: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

Fonte: Hedge



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

■ Renda Imobiliária ■ Outras Receitas ■ Resultado de Operações ■ Despesas Operacionais ■ Despesas Financeiras



	jun-24	jul-24	ago-24	set-24	out-24	nov-24	dez-24	jan-25	fev-25	mar-25	abr-25	mai-25	jun-25	Média 12m
Resultado Total	0,13	0,19	0,19	0,19	0,12	0,13	0,13	0,18	0,22	0,14	0,12	0,14	0,13	0,16
Rendimento	0,18	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
Resultado Acumulado	0,06	0,08	0,11	0,15	0,11	0,08	0,05	0,07	0,13	0,11	0,07	0,05	0,02	-

## PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Destacamos que a indicação do patamar de distribuição de R\$ 0,16 / cota até o fim do 1º semestre de 2025 foi cumprida e que, o próximo rendimento que será anunciado em 31 de julho, bem como o próximo relatório gerencial, irão expressar a indicação de patamar de distribuição para o 2º semestre de 2025.

A gestora segue avaliando a performance dos ativos, bem como eventuais movimentos na reciclagem de portfólio para aumentar a rentabilidade da carteira, que podem gerar ganhos não recorrentes a serem distribuídos aos cotistas.

Todas as declarações quando baseadas em expectativas futuras, envolvem riscos e incertezas e, portanto, não devem ser consideradas como promessa ou garantia de rentabilidade futura.



## RENTABILIDADE

A rentabilidade do Fundo é apresentada de duas formas:

A **Taxa Interna de Retorno** (TIR) líquida leva em consideração os rendimentos distribuídos pelo Fundo, reinvestidos no próprio fluxo, e a variação do valor da cota. Este cálculo é realizado considerando que pessoas físicas que detêm quantidade inferior a 10% do total de cotas do Fundo são isentas de imposto de renda nos rendimentos distribuídos, e tributadas em 20% sobre eventual ganho de capital na venda da cota. Desta forma, a TIR líquida calculada considera o fluxo líquido de impostos e é comparada ao CDI, também líquido, com alíquota de 15%.

Na tabela seguinte, a cota de aquisição indica o valor de mercado da cota no mercado secundário no fechamento do mês anterior, semestre anterior, ano anterior e 12 meses atrás, bem como o valor da cota inicial do Fundo, em 21/11/2006 (data da primeira integralização por investidores). A renda acumulada é calculada como sendo o total de rendimentos distribuídos pelo Fundo nos respectivos períodos, divididos pelo valor de aquisição da cota.

O ganho de capital líquido contempla a variação do valor da cota no período, já descontados os 20% de imposto sobre o ganho de capital em caso de variação positiva. O cálculo da TIR líquida também é apresentado de forma anualizada desde a primeira integralização de cotas.

O **Retorno Total Bruto** é calculado pela soma dos rendimentos distribuídos pelo Fundo ao valor da cota, sem qualquer reinvestimento, correção e, também, sem tributação. Neste caso, o retorno total bruto é comparado ao IFIX, que possui metodologia comparável.

No fechamento do mês, o valor de mercado da cota do fundo foi de **R\$ 19,90**.

Hedge Brasil Shopping FII	jun/25	2025	12 meses	Início
<b>Cota Aquisição (R\$)</b>	<b>20,02</b>	<b>18,61</b>	<b>21,18</b>	<b>10,00</b>
Renda Acumulada	0,8%	5,2%	9,1%	271,3%
Ganho de Capital Líquido	-0,6%	5,6%	-6,0%	79,2%
TIR Líq. (Renda + Venda)	0,2%	11,0%	3,3%	1315,1%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	2,6%	24,0%	3,3%	15,4%
<b>% CDI Líquido</b>	<b>21,5%</b>	<b>202,7%</b>	<b>31,8%</b>	<b>327,4%</b>
<b>Retorno Total Bruto</b>	<b>0,2%</b>	<b>12,1%</b>	<b>3,1%</b>	<b>370,3%</b>
<b>IFIX</b>	<b>0,6%</b>	<b>11,8%</b>	<b>4,1%</b>	<b>248,4%<sup>1</sup></b>
<b>% IFIX</b>	<b>31,7%</b>	<b>102,6%</b>	<b>76,2%</b>	<b>125,2%<sup>2</sup></b>

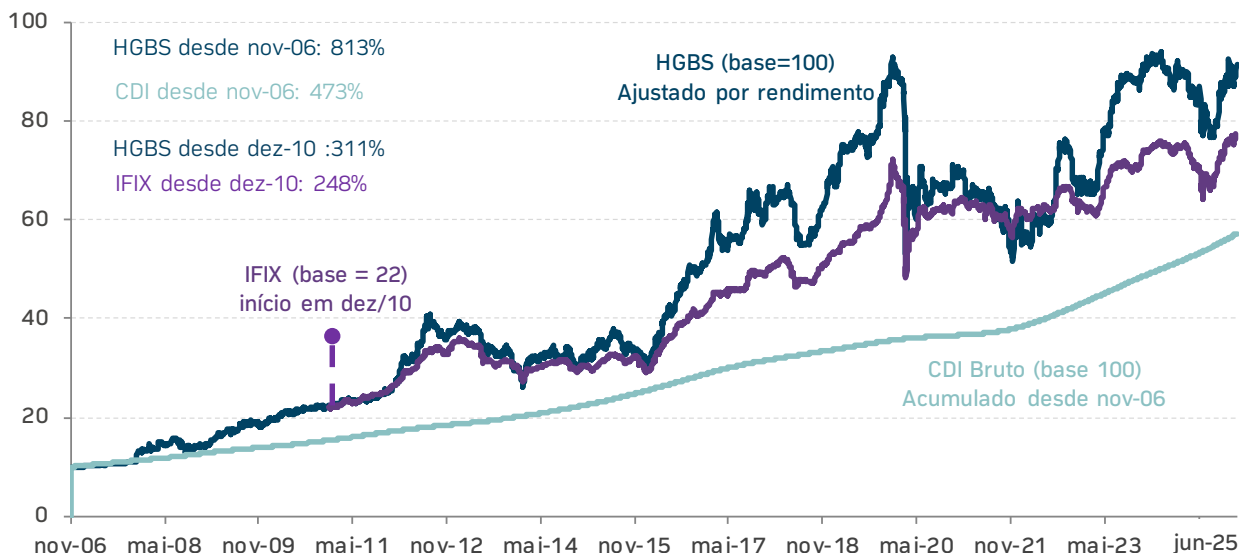
<sup>1</sup> Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

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



## RENTABILIDADE ACUMULADA

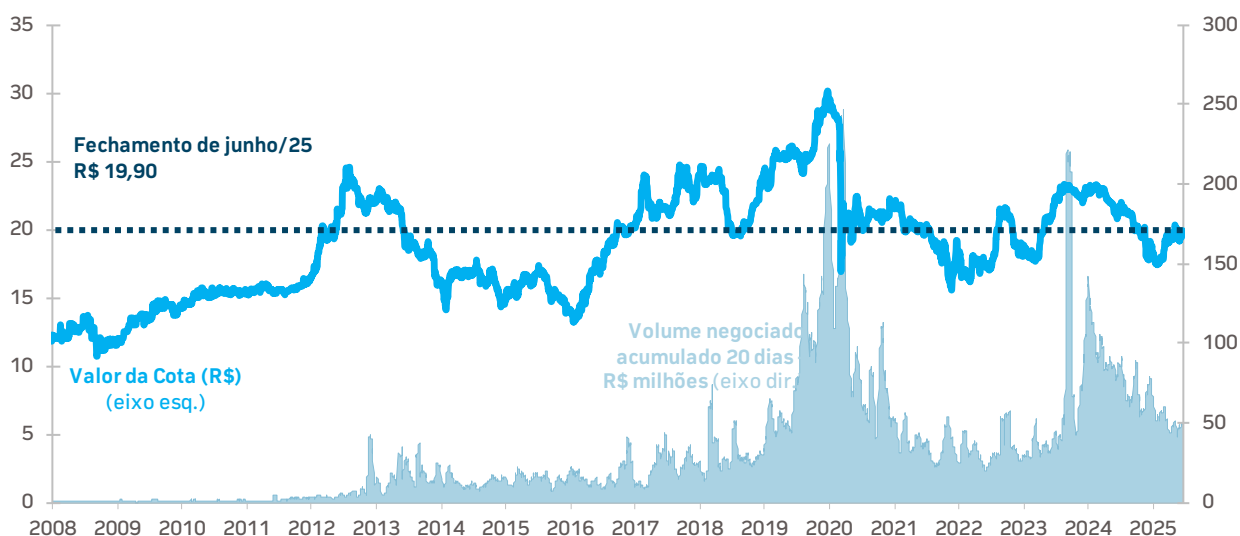
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Economática

## LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	jun/25	2025	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	2,0%	12,7%	30,0%
Volume negociado (R\$ milhões)	50,4	306,2	753,8
Volume médio diário (R\$ milhões)	2,5	2,5	3,0

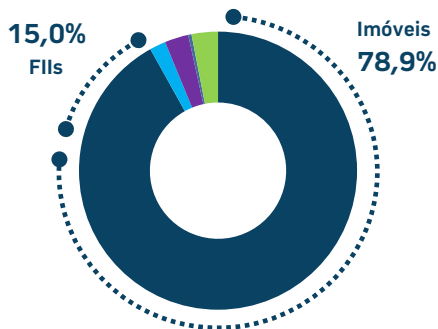


Fonte: Hedge / B3 / Economática

## CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

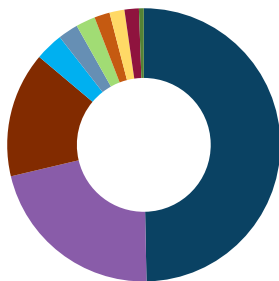
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 20 shopping centers, distribuídos em quinze cidades e seis estados, sendo 15 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 93,9% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 7 shoppings, que totalizam 57% do valor investido em ativos estratégicos.

### DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	93,9%	FIIs Líquidos	2,0%
CRIs e LCIs	3,1%	Fundos RF	0,9%

### DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



ALLOS	50%
AD Shopping	22%
Soul Malls	15%
Plena Malls	3%
SYN	2%
WE9	2%
Iguatemi	2%
HBR	2%
Partage	2%
Alqia	1%

### DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

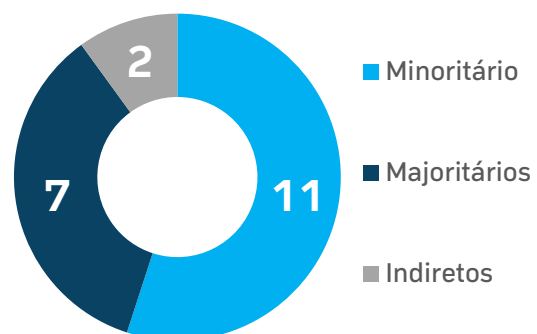


### DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

São Paulo	86%
Tocantins	7%
Santa Catarina	3%
Rio Grande do Sul	2%
Rio de Janeiro	1%
Mato Grosso	1%



### QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



Fonte: Hedge

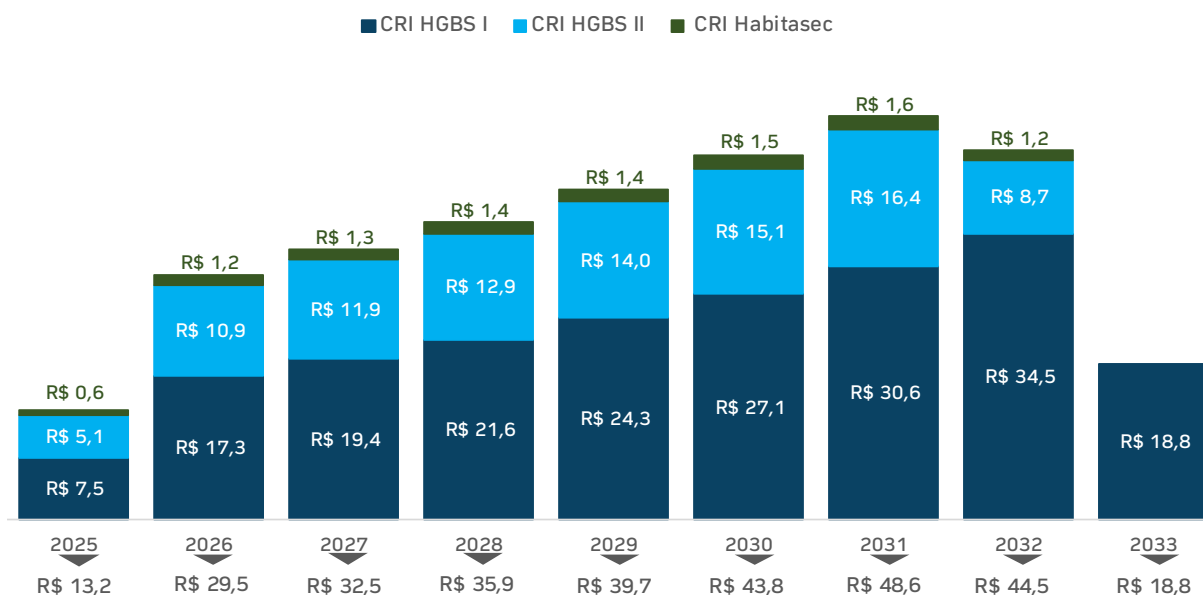


## ALAVANCAGEM DO FUNDO

Em junho de 2023, foi emitido um Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI) para a primeira aquisição de participação no Shopping Jardim Sul (40%), identificado abaixo como "CRI HGBS I", enquanto em dezembro de 2024 o Fundo adquiriu 25% do Shopping Jaraguá Araraquara com recursos levantados via Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI), identificado abaixo como "CRI HGBS II", e pela assunção de dívida já existente, identificada abaixo como "CRI Habitasec". As características e fluxo de pagamentos estão apresentados abaixo.

<b>Relação Dívida / PL</b>	11,4%			
<b>Identificação</b>	CRI HGBS I	CRI HGBS I	CRI HGBS II	CRI Habitasec
<b>Séries</b>	174ª e 196ª da TrueSec	197ª e 198ª da TrueSec	242ª da Virgo	205ª e 348ª da Habitasec
<b>Código IF</b>	<a href="#">23F2356215</a> / <a href="#">23F2354249</a>	<a href="#">23F2356518</a> / <a href="#">23F2356527</a>	<a href="#">24L1967186</a>	<a href="#">20J0030144</a> / <a href="#">20J0947707</a>
<b>Saldo devedor</b>	R\$ 102.446.360	R\$ 107.638.824	R\$ 98.576.225	R\$ 10.547.364
<b>Garantia</b>	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 50% do Jardim Sul	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 50% do Jardim Sul	AF de 20% do Mooca Plaza Shopping	Não há (por parte do HGBS)
<b>Rating</b>	AA.br (Moody's)	AA.br (Moody's)	brA+ (Austin)	-
<b>Taxa de emissão</b>	IPCA + 8,0% a.a.	CDI + 2,4% a.a.	IPCA + 8,6% a.a.	IPCA + 5,38% a.a.
<b>Data de emissão</b>	06/2023	06/2023	12/2024	12/2024
<b>Vencimento</b>	06/2033	06/2033	06/2032	09/2032

## FLUXO DE AMORTIZAÇÃO POR VENCIMENTO (R\$ milhões)



Fonte: Hedge, True Securitizadora

## SHOPPING JARDIM SUL (19% DA CARTEIRA)

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

Destacamos que o resultado operacional de maio foi impactado positivamente em decorrência da migração de sistemas em sua administração, ocasionando o atraso no reconhecimento de receitas originalmente previstas para abril, as quais foram efetivamente recebidas somente em maio.

**Movimentações comerciais:** entradas da Granado (74 m<sup>2</sup>) e Todomoda (43 m<sup>2</sup>), saída da Mr Cheney (12 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
90,0%	28,7 mil m <sup>2</sup>	172	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)



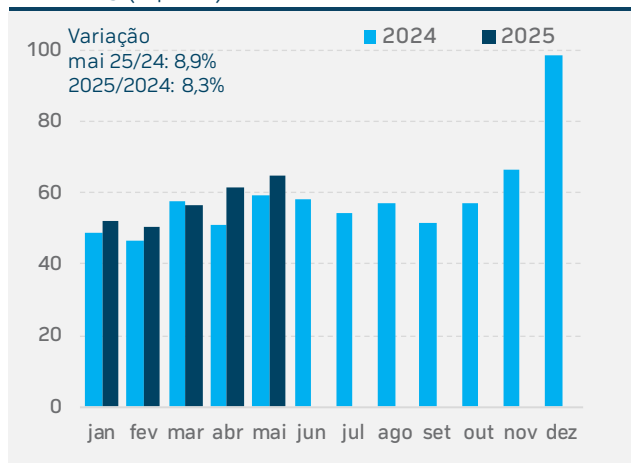
Fotos: Maurício Moreno



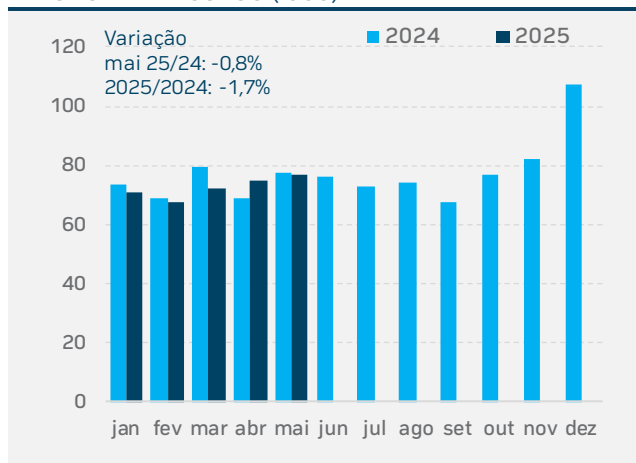
## SHOPPING JARDIM SUL (19% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.530.150	2.613.717	-3%	14.516.697	14.715.206	-1%
Aluguel complementar	275.062	106.013	159%	1.354.208	1.146.903	18%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	515.171	382.151	35%	2.834.664	2.674.474	6%
Outras receitas	164.216	108.815	51%	321.171	566.541	-43%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.484.599</b>	<b>3.210.696</b>	<b>9%</b>	<b>19.026.740</b>	<b>19.103.125</b>	<b>0%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(38.083)	(31.887)	19%	(352.844)	(471.701)	-25%
Outras despesas	(467.125)	(434.874)	7%	(3.168.250)	(2.405.287)	32%
<b>Despesas totais</b>	<b>(505.207)</b>	<b>(466.761)</b>	<b>8%</b>	<b>(3.521.095)</b>	<b>(2.876.988)</b>	<b>22%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.979.392</b>	<b>2.743.935</b>	<b>9%</b>	<b>15.505.645</b>	<b>16.226.137</b>	<b>-4%</b>
Resultado estacionamento	999.534	807.824	24%	5.282.181	4.930.253	7%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.978.925</b>	<b>3.551.758</b>	<b>12%</b>	<b>20.787.827</b>	<b>21.156.390</b>	<b>-2%</b>
Benfeitorias	-	(17.500)	-100%	(52.608)	(73.641)	-29%
Resultado não operacional	5.372	656	719%	(142.125)	907.534	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.984.298</b>	<b>3.534.915</b>	<b>13%</b>	<b>20.593.093</b>	<b>21.990.283</b>	<b>-6%</b>

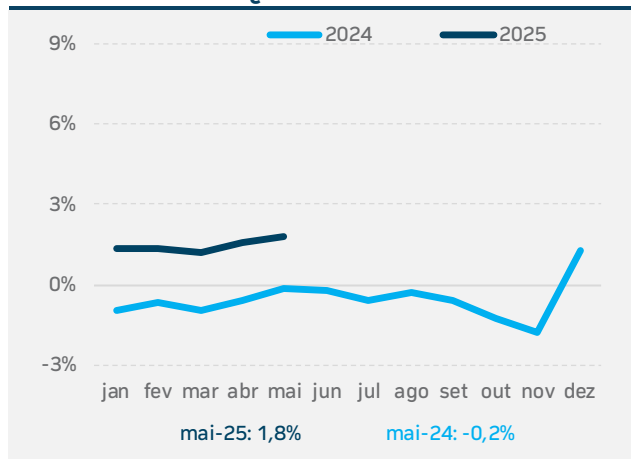
### VENDAS (R\$ MM)



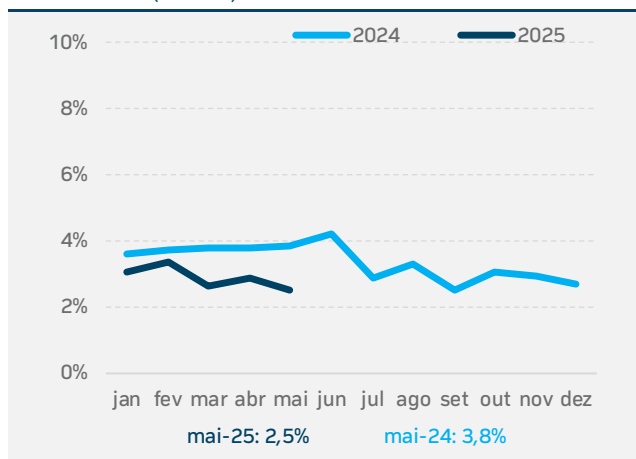
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PENHA (12% DA CARTEIRA)

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

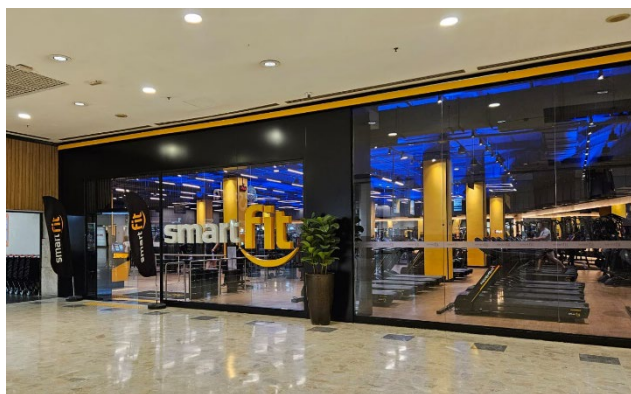
**Movimentações comerciais:** entrada da Morana (29 m<sup>2</sup>, em movimento de mudança de ponto) e saída da Via Laser (42 m<sup>2</sup>).

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

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

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

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



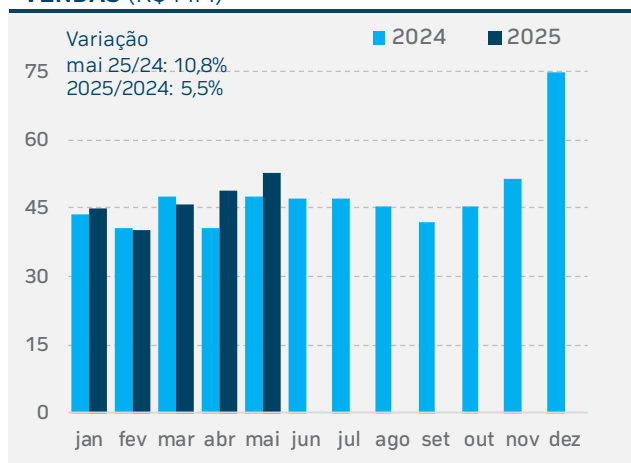
Fotos: Maurício Moreno



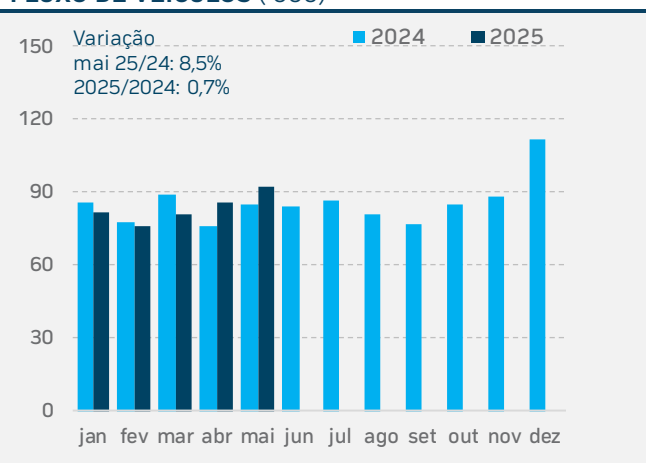
## SHOPPING PENHA (12% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.038.426	1.938.079	5%	10.997.890	10.052.452	9%
Aluguel complementar	186.845	85.049	120%	1.054.696	1.135.392	-7%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	542.548	408.839	33%	2.429.548	2.469.630	-2%
Outras receitas	13.390	67.294	-80%	66.153	220.464	-70%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.781.208</b>	<b>2.499.261</b>	<b>11%</b>	<b>14.548.286</b>	<b>13.877.938</b>	<b>5%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(266.328)	(296.293)	-10%	(1.309.178)	(1.423.416)	-8%
Outras despesas	(216.858)	(205.799)	5%	(1.232.563)	(1.278.355)	-4%
<b>Despesas totais</b>	<b>(483.186)</b>	<b>(502.093)</b>	<b>-4%</b>	<b>(2.541.741)</b>	<b>(2.701.771)</b>	<b>-6%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.298.022</b>	<b>1.997.168</b>	<b>15%</b>	<b>12.006.545</b>	<b>11.176.167</b>	<b>7%</b>
Resultado estacionamento	510.280	447.906	14%	2.749.247	2.747.157	0%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.808.302</b>	<b>2.445.074</b>	<b>15%</b>	<b>14.755.792</b>	<b>13.923.324</b>	<b>6%</b>
Benfeitorias	(818.723)	(393.712)	108%	(4.135.410)	(725.286)	470%
Resultado não operacional	(2.200)	(3.469)	-37%	(11.000)	221.746	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.987.379</b>	<b>2.047.893</b>	<b>-3%</b>	<b>10.609.382</b>	<b>13.419.784</b>	<b>-21%</b>

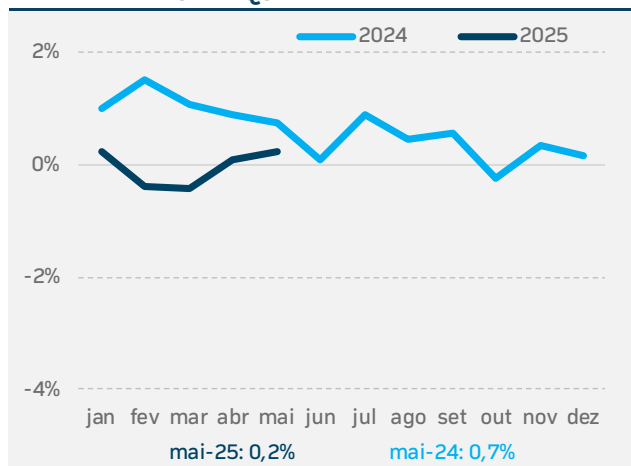
### VENDAS (R\$ MM)



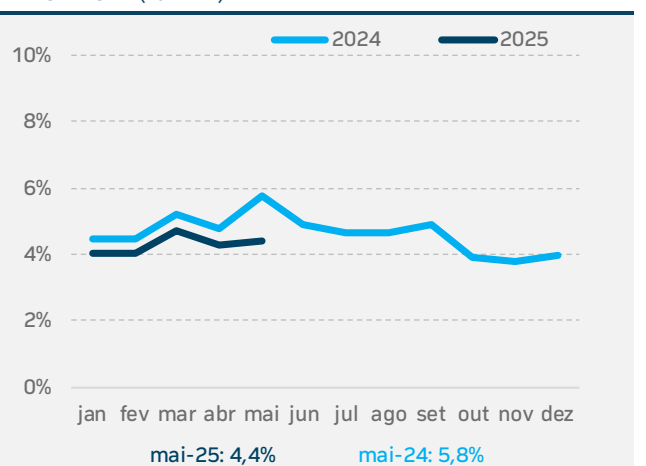
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



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

Localizado na zona oeste de São Paulo, o Shopping West Plaza foi inaugurado em 1991 e é hoje um dos centros comerciais mais importantes da região. Além de ser referência em compras com modernas lojas, o empreendimento comercial ganhou novo posicionamento e agora também oferece um refinado polo gastronômico, serviços diferenciados, lazer e o melhor do entretenimento.

Destacamos que a obra da praça de alimentação foi completamente finalizada. O projeto trouxe como principal novidade a abertura de uma grande janela que traz iluminação natural para o ambiente e uma ampla vista da região onde o Shopping está inserido. Esta área contempla um mobiliário mais descontraído e confortável, além do novo acesso do cinema. Adicionalmente, o projeto ampliou a área de *seating* em cerca de 200 assentos, preparo de *shells* para novas operações, troca de revestimento, mobiliário, iluminação, paisagismo e melhoria do conforto térmico e acústico do ambiente, oferecendo aos clientes uma nova experiência de bem-estar e lazer. Adicionalmente, vale destacar que o shopping está em fase de planejamento e organização das próximas etapas de *retrofit* e em breve serão divulgadas novidades.

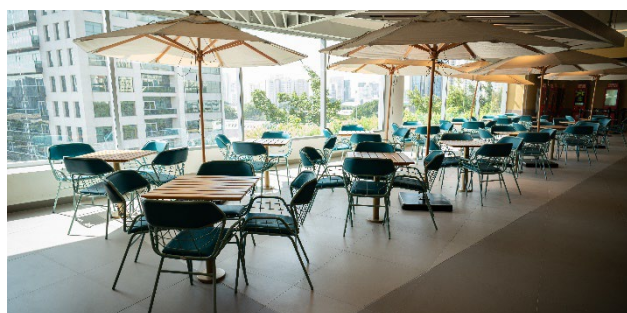
**Movimentações comerciais:** entrega de 79 m<sup>2</sup> ocupados pela Plush Mania, que continua com uma área de 361 m<sup>2</sup>.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
89,1%	36,5 mil m <sup>2</sup>	165	1991	Soul Malls

**Principais Operações:** Dafyne, Daiso, Renner, Magazine Luiza, Bio Ritmo, Madero, Mané Mercado (a inaugurar), Outback, Pecorino, Nagairô, Calle54, Jeronimo, Mega Cacau Show, Johny Rockets, Dickey's, Cinemark, Game Station, Villa Bowling e Cema Medicina Especializada.

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

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



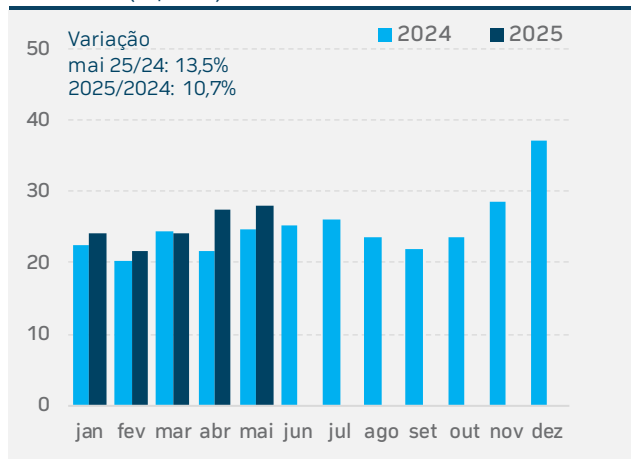
Fotos: Retrofit da praça finalizado (última fileira).



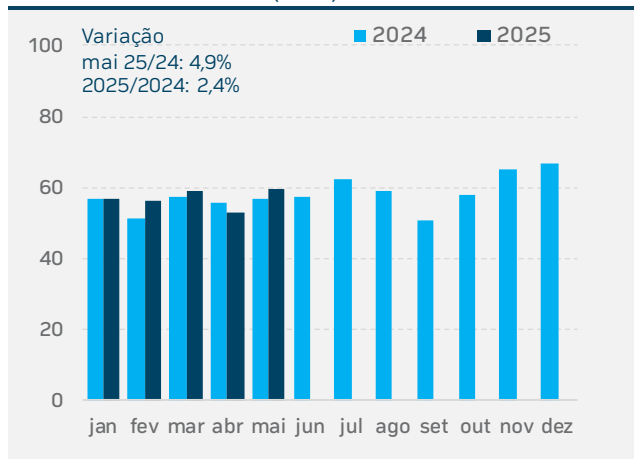
## SHOPPING WEST PLAZA (7% da carteira – 6% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.436.100	1.264.437	14%	7.772.918	7.150.631	9%
Aluguel complementar	161.907	117.073	38%	823.687	981.361	-16%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	272.983	283.454	-4%	1.531.208	1.276.504	20%
Outras receitas	12.584	635.389	-	39.044	690.040	-94%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.883.574</b>	<b>2.300.353</b>	<b>-18%</b>	<b>10.166.857</b>	<b>10.098.536</b>	<b>1%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(871.419)	(738.934)	18%	(4.341.560)	(3.245.053)	34%
Outras despesas	(249.105)	(306.465)	-19%	(1.771.254)	(1.547.624)	14%
<b>Despesas totais</b>	<b>(1.120.524)</b>	<b>(1.045.399)</b>	<b>7%</b>	<b>(6.112.814)</b>	<b>(4.792.677)</b>	<b>28%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>763.050</b>	<b>1.254.954</b>	<b>-39%</b>	<b>4.054.043</b>	<b>5.305.859</b>	<b>-24%</b>
Resultado estacionamento	831.946	542.417	53%	3.267.574	2.627.988	24%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.594.996</b>	<b>1.797.371</b>	<b>-11%</b>	<b>7.321.618</b>	<b>7.933.848</b>	<b>-8%</b>
Benfeitorias	(815.695)	(1.083.040)	-25%	(9.847.460)	(2.454.390)	301%
Resultado não operacional	-	(3.473)	-100%	-	(66.452)	-100%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>779.301</b>	<b>710.858</b>	<b>10%</b>	<b>(2.525.842)</b>	<b>5.413.006</b>	<b>-</b>

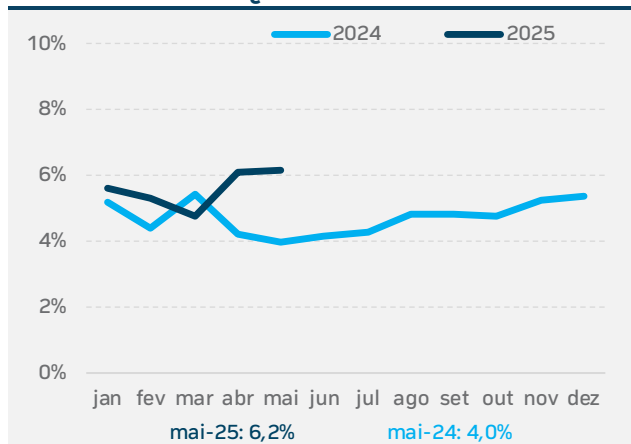
### VENDAS (R\$ MM)



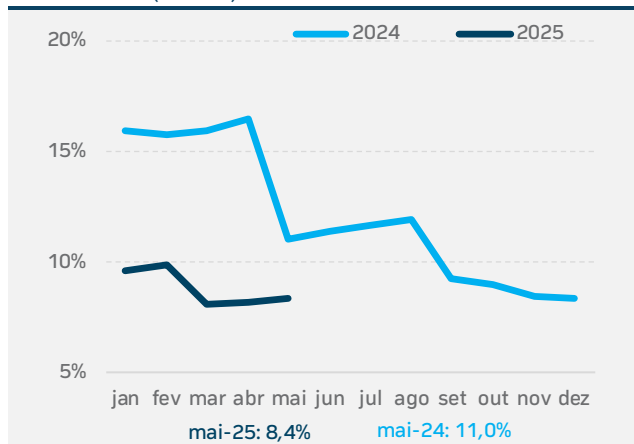
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## MOOCA PLAZA SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Localizado em um dos mais tradicionais bairros de São Paulo, o empreendimento é um dos principais centros de compras da zona leste da cidade e conta com um mix de lojas e serviços completo, além de oferecer diversas opções de restaurantes e lazer.

Destacamos que o resultado operacional de maio foi impactado positivamente em decorrência da migração de sistemas em sua administração, ocasionando o atraso no reconhecimento de receitas originalmente previstas para abril, as quais foram efetivamente recebidas somente em maio.

**Movimentações comerciais:** sem alterações.

PARTICIPAÇÃO 20,0%	ABL TOTAL 42,1 mil m <sup>2</sup>	OPERAÇÕES 220	INAUGURAÇÃO 2011	OPERADOR ALLOS
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------

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

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

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



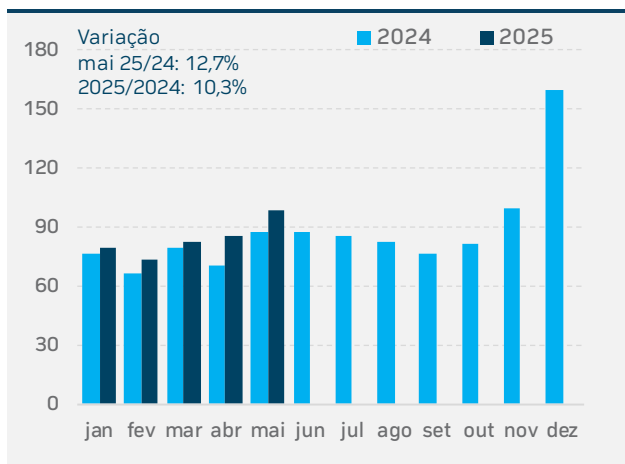
Fotos: Maurício Moreno.



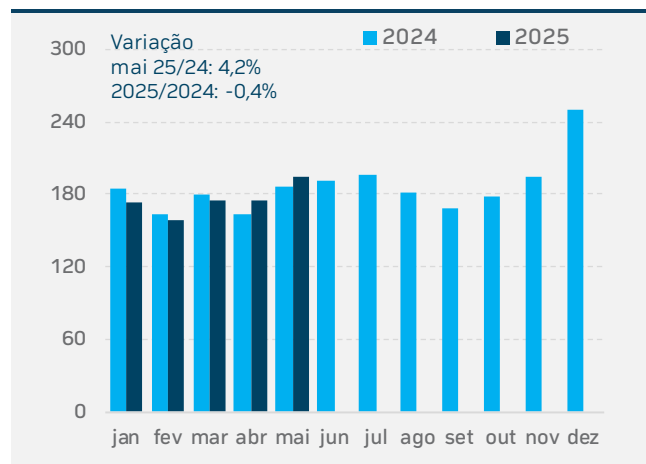
## MOOCA PLAZA SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.721.178	4.406.642	7%	26.616.925	25.577.818	4%
Aluguel complementar	498.886	213.051	134%	2.700.264	2.351.619	15%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	971.540	803.960	21%	4.409.940	4.152.808	6%
Outras receitas	278.977	524.972	-47%	1.045.037	1.475.200	-29%
<b>Receitas totais</b>	<b>6.470.581</b>	<b>5.948.626</b>	<b>9%</b>	<b>34.772.166</b>	<b>33.557.446</b>	<b>4%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(111.400)	(126.215)	-12%	(463.119)	(687.634)	-33%
Outras despesas	(1.313.296)	(1.526.043)	-14%	(7.779.004)	(7.530.624)	3%
<b>Despesas totais</b>	<b>(1.424.697)</b>	<b>(1.652.258)</b>	<b>-14%</b>	<b>(8.242.122)</b>	<b>(8.218.258)</b>	<b>0%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>5.045.884</b>	<b>4.296.368</b>	<b>17%</b>	<b>26.530.044</b>	<b>25.339.188</b>	<b>5%</b>
Resultado estacionamento	1.753.465	1.545.155	13%	9.095.661	9.097.583	0%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>6.799.350</b>	<b>5.841.523</b>	<b>16%</b>	<b>35.625.705</b>	<b>34.436.771</b>	<b>3%</b>
Benfeitorias	(428.593)	(92.415)	364%	(2.824.120)	(420.260)	572%
Resultado não operacional	18.546	9.030	105%	35.356	68.753	-49%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>6.389.303</b>	<b>5.758.137</b>	<b>11%</b>	<b>32.836.942</b>	<b>34.085.265</b>	<b>-4%</b>

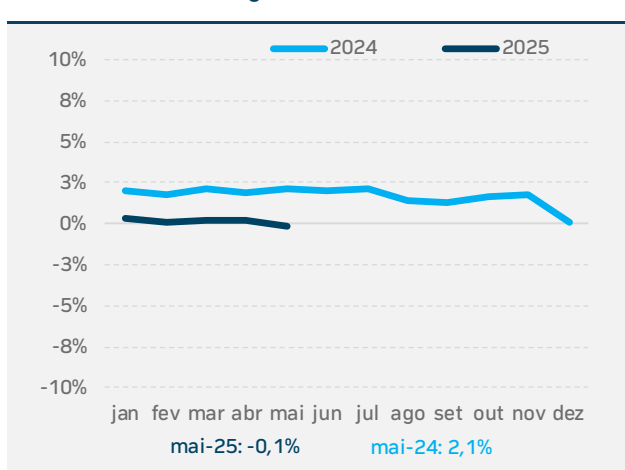
### VENDAS (R\$ MM)



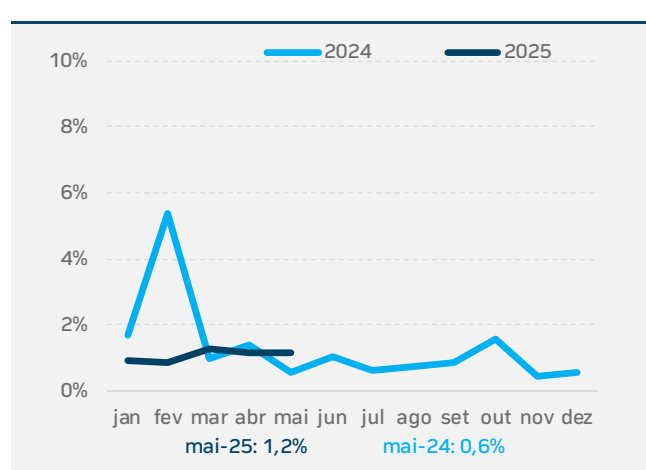
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

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

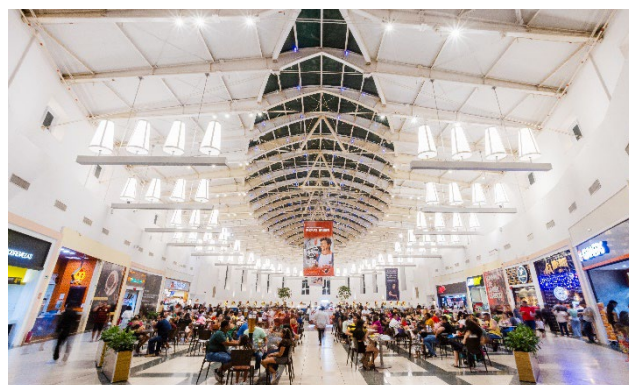
**Movimentações comerciais:** entradas das operações Berry's (50 m<sup>2</sup>) e Nanoca (21 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
60,0%	38,8 mil m <sup>2</sup>	153	2010	Soul Malls

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

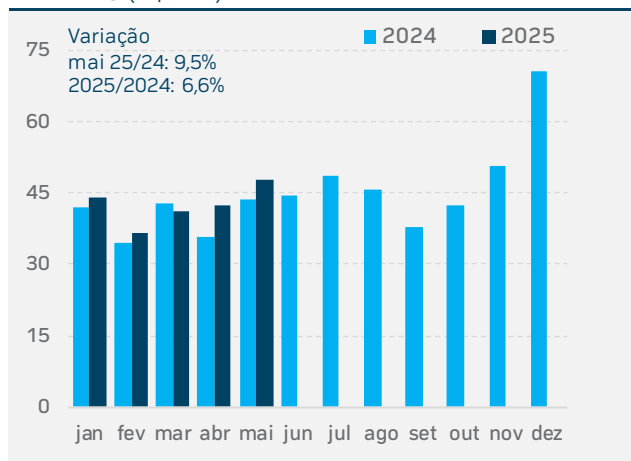




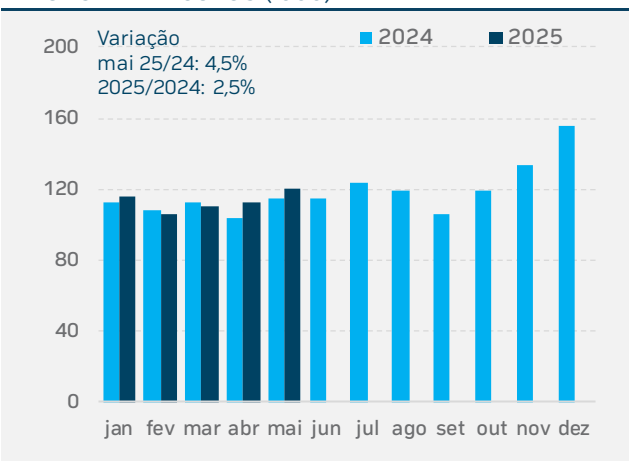
## CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.544.574	1.415.446	9%	8.632.286	7.867.836	10%
Aluguel complementar	423.794	267.847	58%	2.535.716	2.064.336	23%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	559.298	464.507	20%	2.557.841	2.200.386	16%
Outras receitas	152.912	60.157	154%	312.968	260.064	20%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.680.578</b>	<b>2.207.957</b>	<b>21%</b>	<b>14.038.811</b>	<b>12.392.622</b>	<b>13%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(40.891)	(46.820)	-13%	(187.504)	(200.725)	-7%
Outras despesas	(267.103)	(253.911)	5%	(1.349.654)	(1.568.973)	-14%
<b>Despesas totais</b>	<b>(307.994)</b>	<b>(300.731)</b>	<b>2%</b>	<b>(1.537.158)</b>	<b>(1.769.698)</b>	<b>-13%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.372.584</b>	<b>1.907.226</b>	<b>24%</b>	<b>12.501.653</b>	<b>10.622.924</b>	<b>18%</b>
Resultado estacionamento	497.659	364.824	36%	2.732.811	2.193.339	25%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.870.243</b>	<b>2.272.050</b>	<b>26%</b>	<b>15.234.464</b>	<b>12.816.263</b>	<b>19%</b>
Benfeitorias	(143.590)	-	-	(393.590)	-	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.726.653</b>	<b>2.272.050</b>	<b>20%</b>	<b>14.840.874</b>	<b>12.816.263</b>	<b>16%</b>

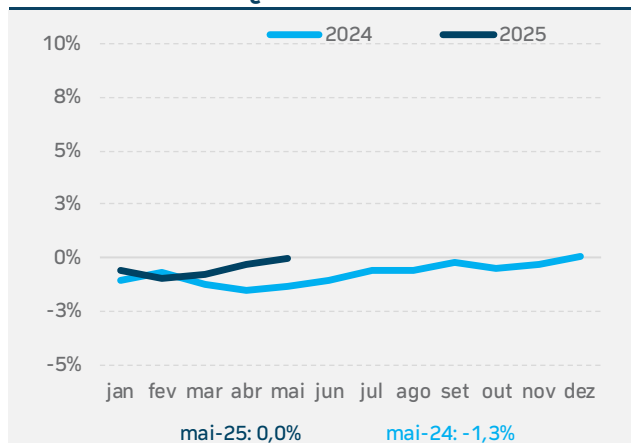
### VENDAS (R\$ MM)



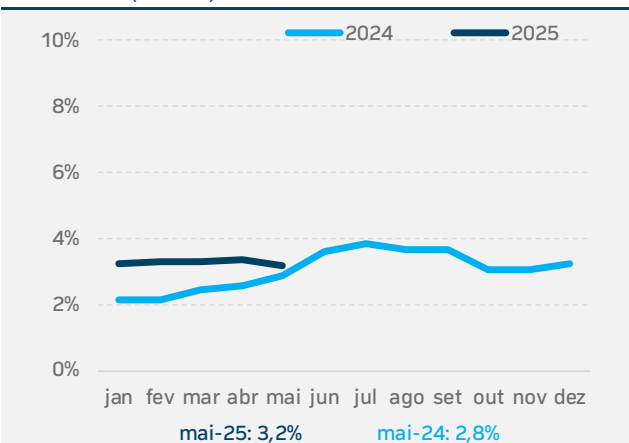
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VCÂNCIA (% ABL)



## TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

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

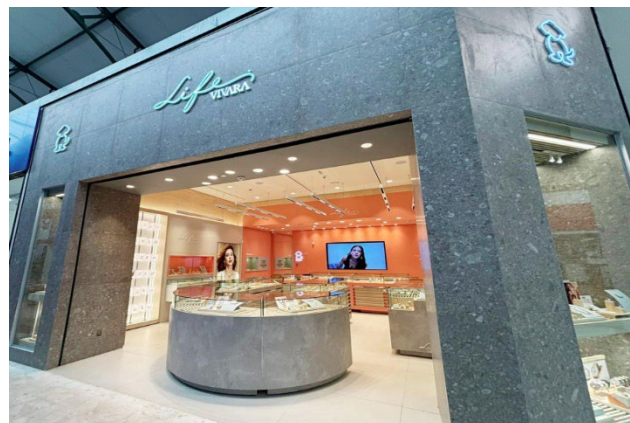
Movimentações comerciais: saída da Chilli Beans (36 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
59,0%	25,8 mil m <sup>2</sup>	145	1998	AD Shopping

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

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

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



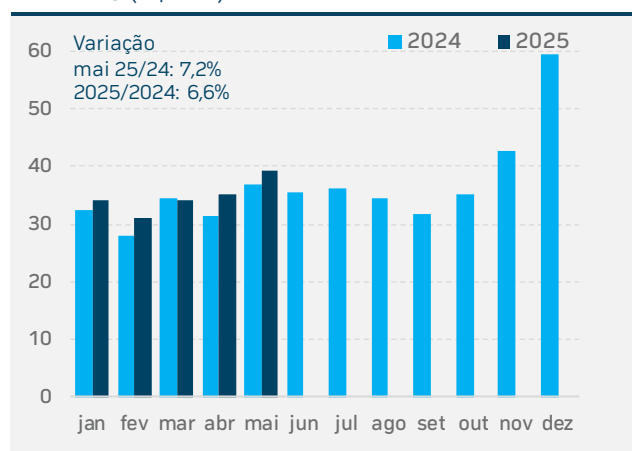
Fotos: Maurício Moreno



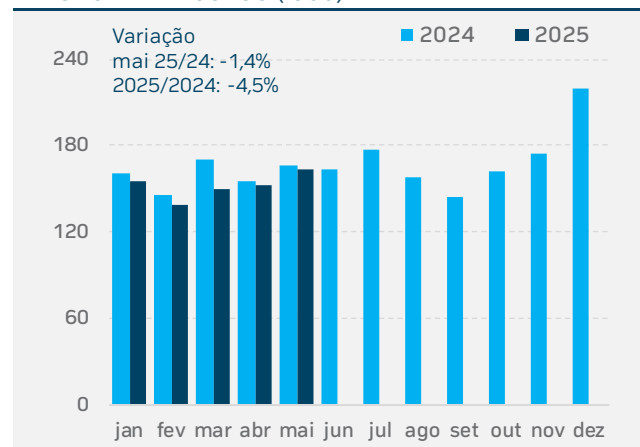
## TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.600.020	1.463.065	9%	8.360.345	7.856.301	6%
Aluguel complementar	213.258	169.352	26%	1.156.894	1.128.893	2%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	241.391	235.693	2%	1.122.924	1.209.623	-7%
Outras receitas	83.944	160.631	-48%	365.422	815.172	-55%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.138.614</b>	<b>2.028.740</b>	<b>5%</b>	<b>11.005.585</b>	<b>11.009.990</b>	<b>0%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(48.595)	(39.833)	22%	(223.334)	(253.265)	-12%
Outras despesas	(238.830)	(106.835)	124%	(1.211.344)	(1.008.021)	20%
<b>Despesas totais</b>	<b>(287.425)</b>	<b>(146.668)</b>	<b>96%</b>	<b>(1.434.678)</b>	<b>(1.261.286)</b>	<b>14%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.851.189</b>	<b>1.882.072</b>	<b>-2%</b>	<b>9.570.907</b>	<b>9.748.704</b>	<b>-2%</b>
Resultado estacionamento	595.014	503.258	18%	3.290.572	2.881.752	14%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.446.203</b>	<b>2.385.331</b>	<b>3%</b>	<b>12.861.479</b>	<b>12.630.456</b>	<b>2%</b>
Benfeitorias	(118.345)	(65.230)	81%	(184.345)	(2.240.291)	-92%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.327.858</b>	<b>2.320.101</b>	<b>0%</b>	<b>12.677.134</b>	<b>10.390.165</b>	<b>22%</b>

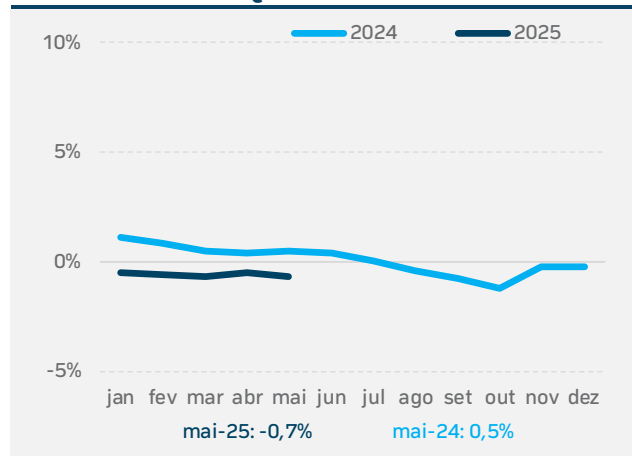
### VENDAS (R\$ MM)



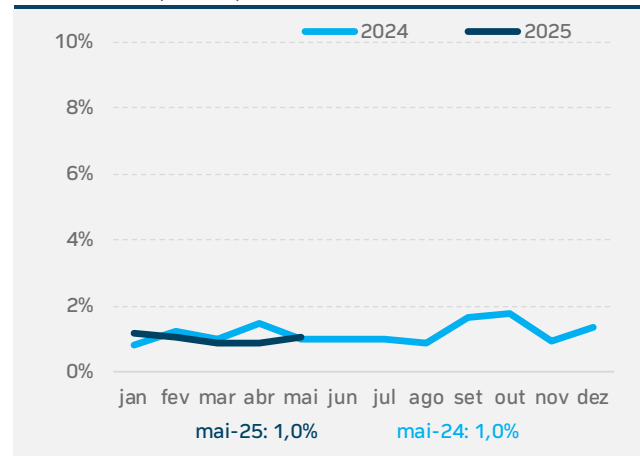
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

O São Bernardo Plaza Shopping foi construído para ser um ponto de referência em lazer, cultura, passeio e compras para a região. O empreendimento possui 105 mil metros quadrados de terreno, mais de 42 mil metros quadrados ABL e 2,4 mil vagas no estacionamento, sendo que aproximadamente 1,2 mil são cobertas. A qualificação e melhoria do mix atrelada aos diferenciais do equipamento têm contribuído para a almejada consolidação do São Bernardo Plaza como dominante na região.

Destacamos que o resultado operacional de maio foi impactado positivamente em decorrência da migração de sistemas em sua administração, ocasionando o atraso no reconhecimento de receitas originalmente previstas para abril, as quais foram efetivamente recebidas somente em maio.

**Movimentações comerciais:** entradas das operações Usaflex (64 m<sup>2</sup>) e Komapé (54 m<sup>2</sup>), saídas da Western Union (53 m<sup>2</sup>) e Chute a Gol (30 m<sup>2</sup>), aumento de área locada pela TNG em 16 m<sup>2</sup>.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
35,0%	42,9 mil m <sup>2</sup>	186	2012	ALLOS

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

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

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



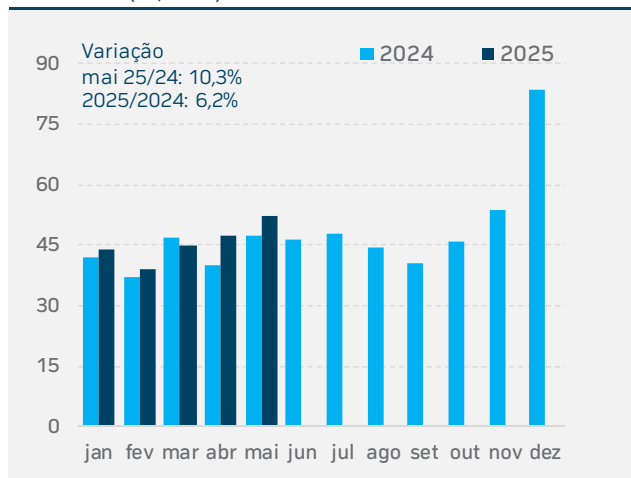
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



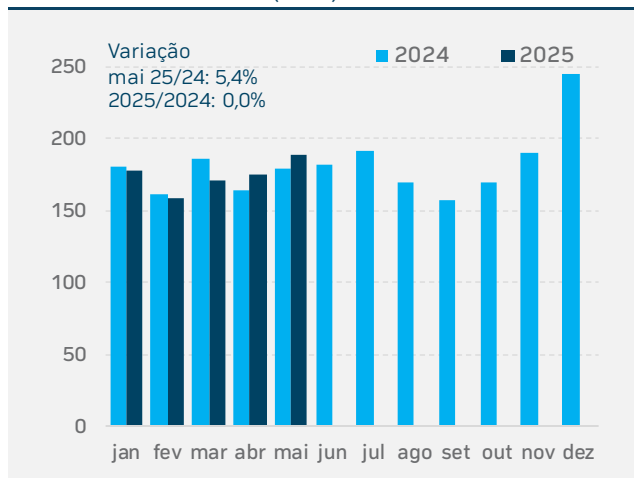
## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.184.482	2.192.236	0%	12.554.218	12.304.004	2%
Aluguel complementar	196.795	81.403	142%	971.296	1.133.361	-14%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	533.999	396.122	35%	2.284.657	2.072.229	10%
Outras receitas	302.730	191.973	58%	685.521	631.675	9%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.218.007</b>	<b>2.861.734</b>	<b>12%</b>	<b>16.495.691</b>	<b>16.141.269</b>	<b>2%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(139.292)	(156.868)	-11%	(576.494)	(584.611)	-1%
Outras despesas	(296.698)	(356.940)	-17%	(3.063.886)	(2.409.007)	27%
<b>Despesas totais</b>	<b>(435.990)</b>	<b>(513.807)</b>	<b>-15%</b>	<b>(3.640.379)</b>	<b>(2.993.618)</b>	<b>22%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.782.017</b>	<b>2.347.927</b>	<b>18%</b>	<b>12.855.312</b>	<b>13.147.651</b>	<b>-2%</b>
Resultado estacionamento	1.137.295	880.542	29%	6.130.910	5.414.434	13%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.919.312</b>	<b>3.228.469</b>	<b>21%</b>	<b>18.986.222</b>	<b>18.562.085</b>	<b>2%</b>
Benefitorias	(399.468)	(1.846)	21543%	(892.602)	(140.000)	538%
Resultado não operacional	7.878	6.041	30%	8.406	62.423	-87%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.527.722</b>	<b>3.232.665</b>	<b>9%</b>	<b>18.102.027</b>	<b>18.484.508</b>	<b>-2%</b>

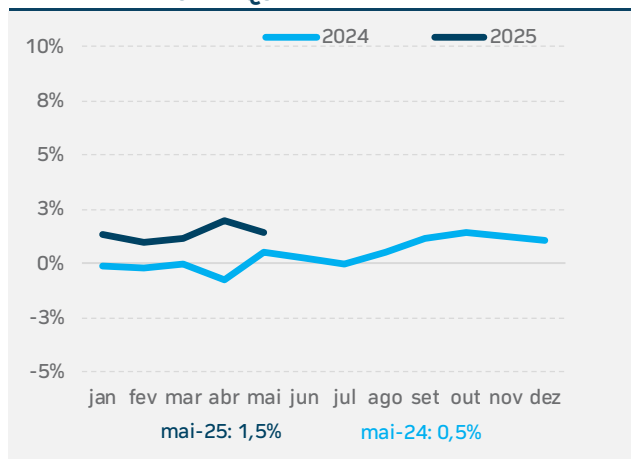
### VENDAS (R\$ MM)



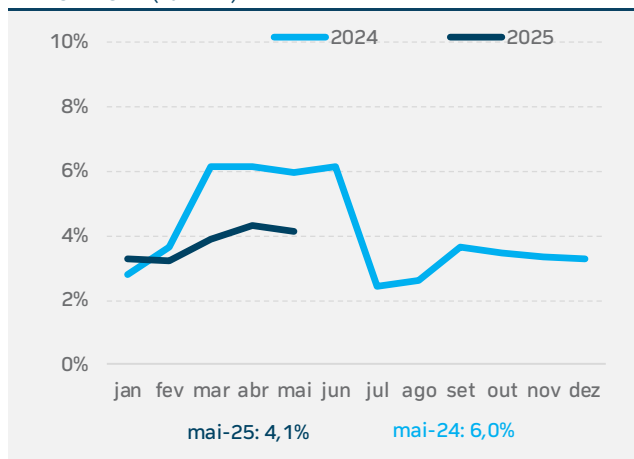
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## BOULEVARD SHOPPING BAURU (6% DA CARTEIRA)

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

Destacamos que em maio ocorreu a **inauguração** das lojas Soneda e Daiso em um evento com cerca de 500 pessoas entre clientes e influenciadores e personalidades da região. Os conteúdos da inauguração publicados em redes sociais acumulam cerca de 1,1 milhão de visualizações, e no sábado seguinte à inauguração, o shopping registrou o seu recorde de fluxo de veículos, demonstrando que estas entradas não só colaboram para a qualificação do mix de lojistas do shopping, mas também agregam muito para a atração de fluxo de visitantes.

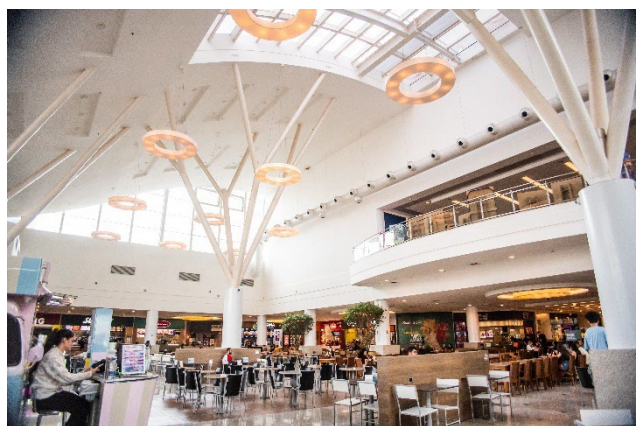
**Movimentações comerciais:** sem alterações.

<b>PARTICIPAÇÃO</b> 65,0%	<b>ABL TOTAL</b> 34,7 mil m <sup>2</sup>	<b>OPERAÇÕES</b> 163	<b>INAUGURAÇÃO</b> 2012	<b>OPERADOR</b> ALLOS
------------------------------	---	-------------------------	----------------------------	--------------------------

**Principais Operações:** Renner, Riachuelo, Centauro, Daiso + Soneda, Farm, Outback e Cinépolis.

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

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

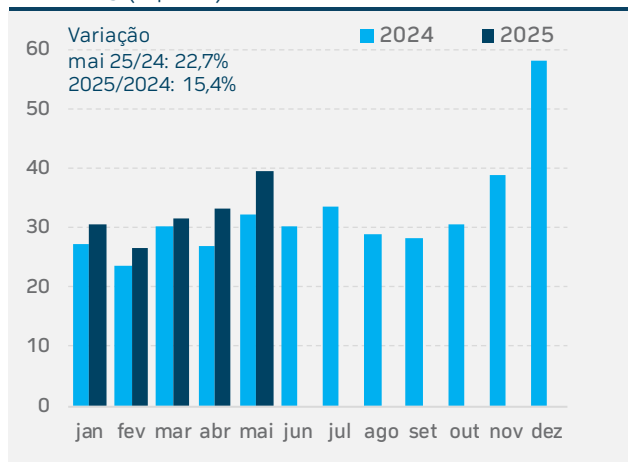




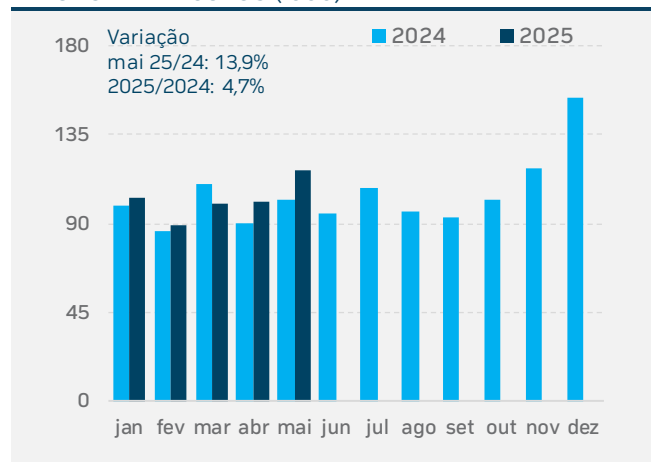
## BOULEVARD SHOPPING BAURU (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.173.038	1.191.123	-2%	7.144.984	6.778.488	5%
Aluguel complementar	209.881	115.151	82%	1.218.522	1.012.306	20%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	464.266	320.416	45%	1.731.925	1.552.743	12%
Outras receitas	(26.981)	17.704	-	(118)	81.584	-
<b>Receitas totais</b>	<b>1.820.203</b>	<b>1.644.393</b>	<b>11%</b>	<b>10.095.313</b>	<b>9.425.122</b>	<b>7%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(197.802)	(191.444)	3%	(1.072.412)	(1.170.175)	-8%
Outras despesas	(252.440)	(237.860)	6%	(1.318.611)	(1.017.517)	30%
<b>Despesas totais</b>	<b>(450.242)</b>	<b>(429.304)</b>	<b>5%</b>	<b>(2.391.023)</b>	<b>(2.187.692)</b>	<b>9%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.369.961</b>	<b>1.215.089</b>	<b>13%</b>	<b>7.704.290</b>	<b>7.237.430</b>	<b>6%</b>
Resultado estacionamento	532.425	370.554	44%	2.158.332	1.733.598	25%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.902.387</b>	<b>1.585.643</b>	<b>20%</b>	<b>9.862.622</b>	<b>8.971.028</b>	<b>10%</b>
Benfeitorias	-	(114.164)	-100%	(2.649)	(114.164)	-98%
Resultado não operacional	1.207	5.129	-76%	27.785	(99.914)	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.903.593</b>	<b>1.476.608</b>	<b>29%</b>	<b>9.887.758</b>	<b>8.756.950</b>	<b>13%</b>

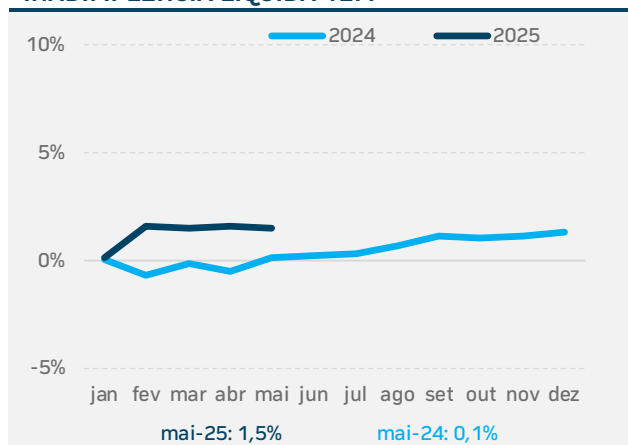
### VENDAS (R\$ MM)



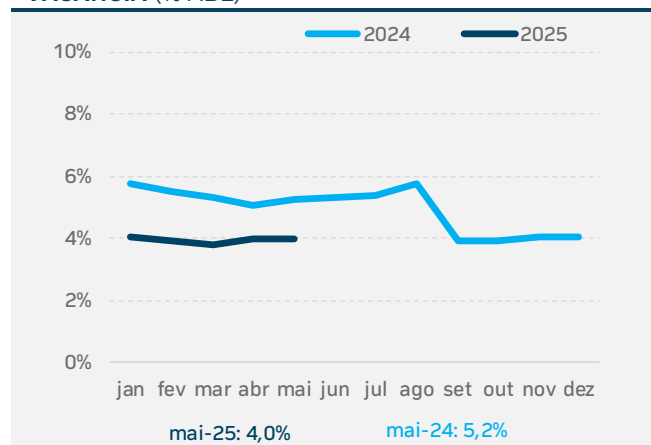
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING VILLALOBOS (5% DA CARTEIRA)

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

Em continuidade ao processo de revitalização do ativo, destacamos o movimento de *rebranding* anunciado recentemente, com uma transformação completa da identidade visual e do posicionamento do empreendimento. O vídeo de divulgação do *rebranding* pode ser acessado no seguinte [link](#).

Destacamos que o resultado operacional de maio foi impactado positivamente em decorrência da migração de sistemas em sua administração, ocasionando o atraso no reconhecimento de receitas originalmente previstas para abril, as quais foram efetivamente recebidas somente em maio.

**Movimentações comerciais:** entrada da Rosa Valverde (54 m<sup>2</sup>) e saída da Cia Marítima (40 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15,0%	28,4 mil m <sup>2</sup>	217	2000	ALLOS

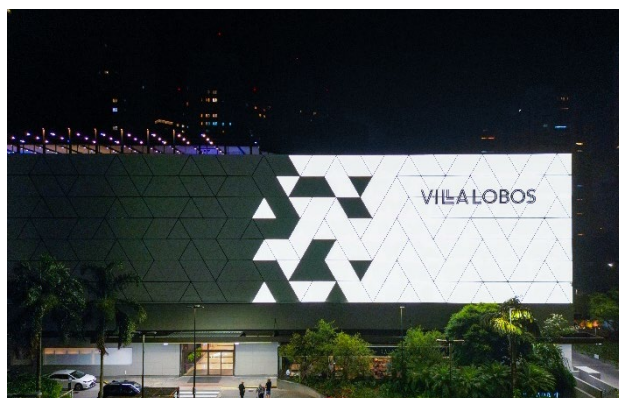
**Principais Operações:** St. Marche, Zara, MAC, Fast Shop, Le Lis Blanc, Cinemark, Outback, Ráscal, Cortés.

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

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



Fotos: Maurício Moreno.



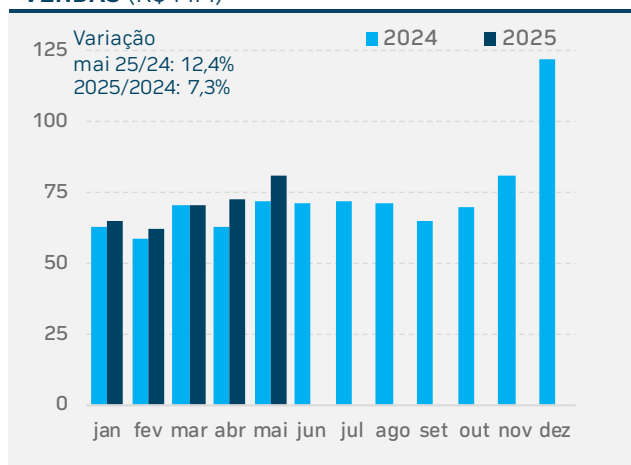
Fotos: Fachada revitalizada.



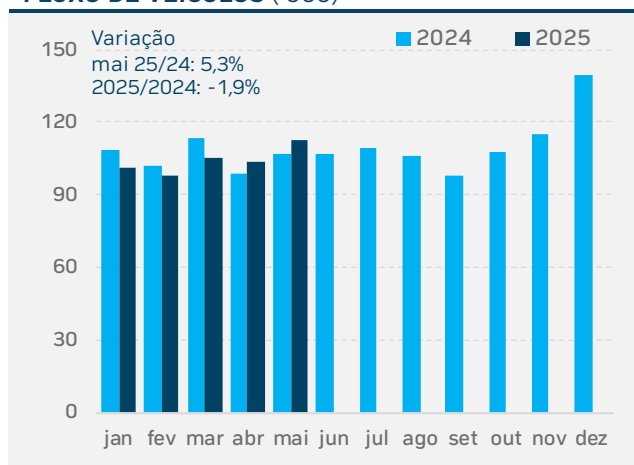
## SHOPPING VILLALOBOS (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.144.141	4.143.963	0%	23.789.574	23.812.326	0%
Aluguel complementar	446.428	268.680	66%	2.548.467	2.715.967	-6%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	798.932	730.799	9%	3.378.256	4.271.908	-21%
Outras receitas	273.511	205.982	33%	876.686	777.271	13%
<b>Receitas totais</b>	<b>5.663.012</b>	<b>5.349.424</b>	<b>6%</b>	<b>30.592.983</b>	<b>31.577.472</b>	<b>-3%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(197.946)	(145.880)	36%	(770.629)	(807.246)	-5%
Outras despesas	(640.827)	(715.367)	-10%	(3.196.638)	(3.529.359)	-9%
<b>Despesas totais</b>	<b>(838.773)</b>	<b>(861.247)</b>	<b>-3%</b>	<b>(3.967.268)</b>	<b>(4.336.605)</b>	<b>-9%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>4.824.239</b>	<b>4.488.177</b>	<b>7%</b>	<b>26.625.716</b>	<b>27.240.868</b>	<b>-2%</b>
Resultado estacionamento	1.463.643	1.151.601	27%	7.717.366	7.256.457	6%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>6.287.883</b>	<b>5.639.778</b>	<b>11%</b>	<b>34.343.081</b>	<b>34.497.325</b>	<b>0%</b>
Benefitorias	(857.720)	(3.872.382)	-78%	(3.576.235)	(6.774.789)	-47%
Resultado não operacional	50.980	55.307	-8%	145.668	119.485	22%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>5.481.143</b>	<b>1.822.703</b>	<b>201%</b>	<b>30.912.514</b>	<b>27.842.021</b>	<b>11%</b>

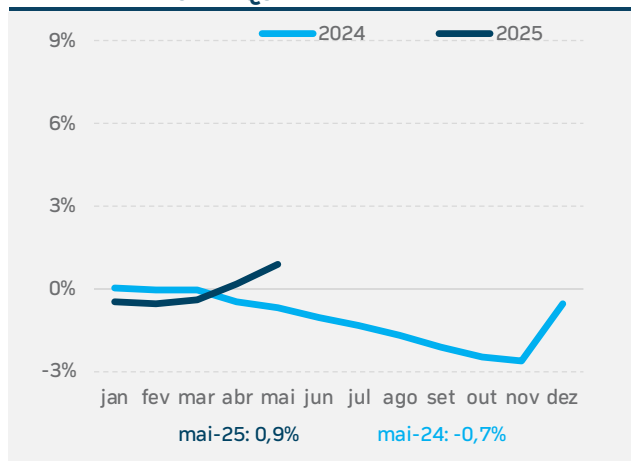
### VENDAS (R\$ MM)



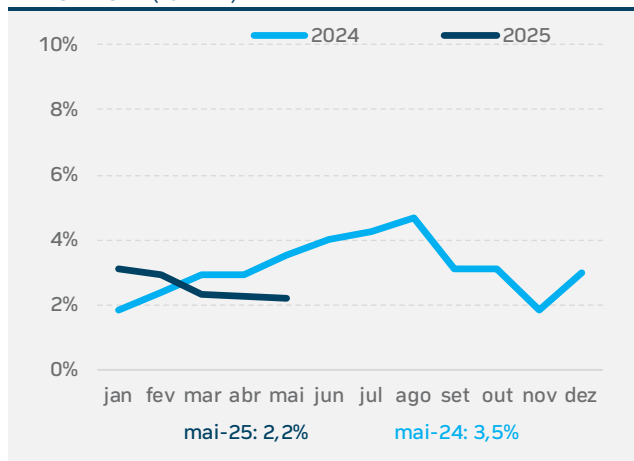
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

**Movimentações comerciais:** entradas da Eudora (56 m<sup>2</sup>) e Hope (42 m<sup>2</sup>), aumento de 256 m<sup>2</sup> na ABL total e ABL vaga do shopping após reclassificação de área de reserva técnica.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
23,1%	30,4 mil m <sup>2</sup>	137	2009	AD Shopping

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

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

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



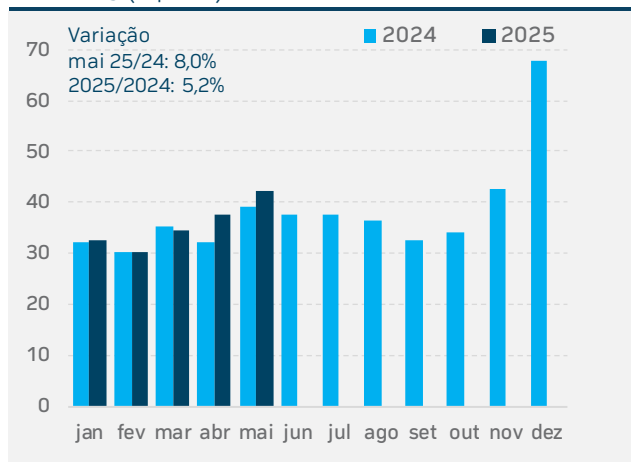
Fotos: Maurício Moreno.



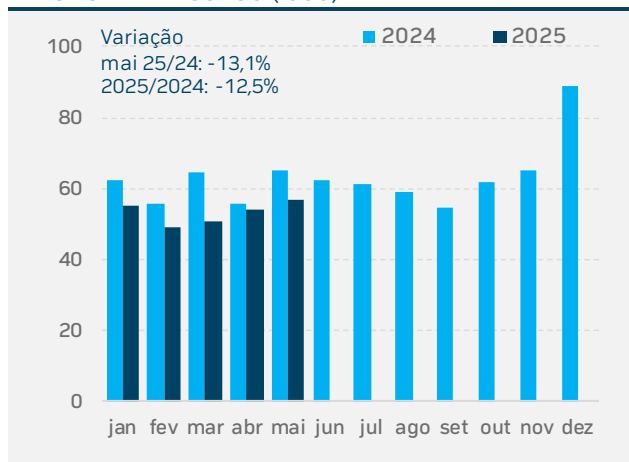
## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (4% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.321.945	2.296.518	1%	12.935.662	12.441.663	4%
Aluguel complementar	108.615	79.307	37%	637.929	556.101	15%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	410.494	340.295	21%	1.923.504	1.965.016	-2%
Outras receitas	64.021	60.505	6%	292.468	338.340	-14%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.905.075</b>	<b>2.776.625</b>	<b>5%</b>	<b>15.789.563</b>	<b>15.301.120</b>	<b>3%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(88.954)	(111.954)	-21%	(457.074)	(438.853)	4%
Outras despesas	(174.578)	(127.811)	37%	(1.056.651)	(990.132)	7%
<b>Despesas totais</b>	<b>(263.532)</b>	<b>(239.765)</b>	<b>10%</b>	<b>(1.513.725)</b>	<b>(1.428.985)</b>	<b>6%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.641.543</b>	<b>2.536.860</b>	<b>4%</b>	<b>14.275.838</b>	<b>13.872.135</b>	<b>3%</b>
Resultado estacionamento	440.781	421.750	5%	2.094.160	2.093.124	0%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.082.324</b>	<b>2.958.610</b>	<b>4%</b>	<b>16.369.998</b>	<b>15.965.258</b>	<b>3%</b>
Benefitorias	-	-	-	368.103	-	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.082.324</b>	<b>2.958.610</b>	<b>4%</b>	<b>16.738.101</b>	<b>15.965.258</b>	<b>5%</b>

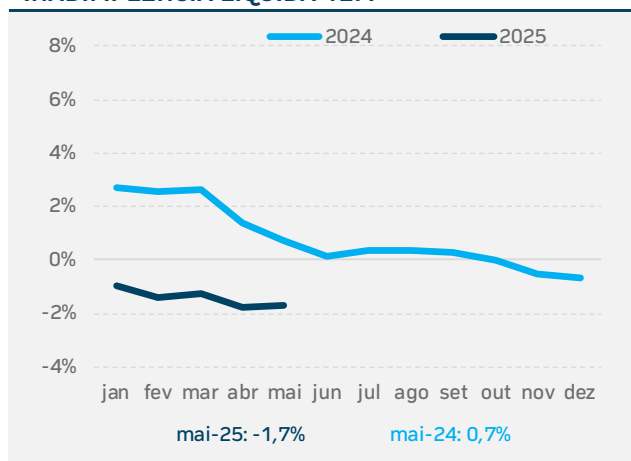
### VENDAS (R\$ MM)



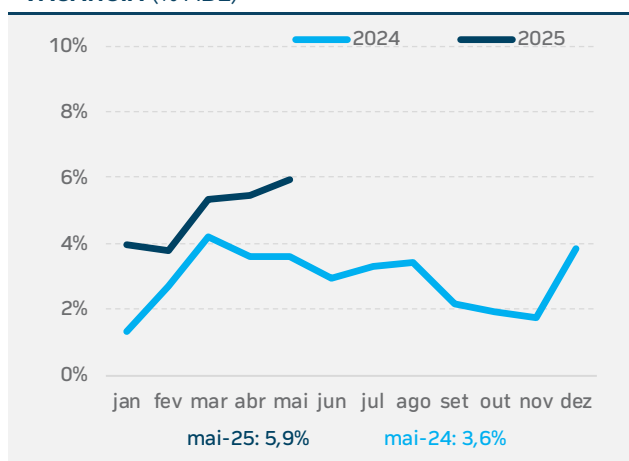
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Localizado em Araraquara - SP, cidade em intenso desenvolvimento, o Shopping Jaraguá Araraquara reúne uma arquitetura moderna a um ambiente acolhedor, sendo um dos principais destinos de compras, lazer e entretenimento da região.

Destacamos que em abril foram inaugurados os restaurantes [Coco Bambu](#) e [Outback](#), contribuindo para a qualificação do mix gastronômico do shopping e reforçando o Jaraguá Araraquara como a melhor e mais completa opção gastronômica da região.

**Movimentações comerciais:** saída do restaurante Rock & Ribs (415 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
25%	21,1 mil m <sup>2</sup>	118	2001	WE9

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

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

[shoppingjaragua.com.br/araraquara/](http://shoppingjaragua.com.br/araraquara/)

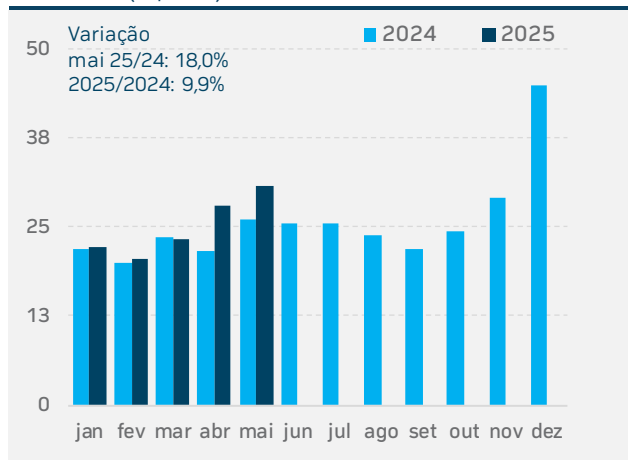




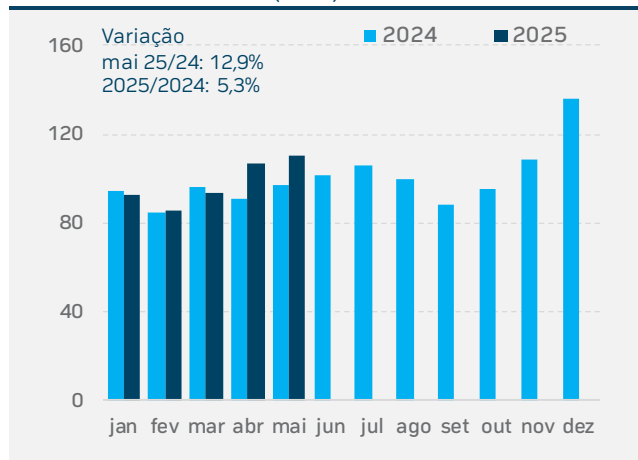
## SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	857.194	816.255	5%	4.773.717	4.621.455	3%
Aluguel complementar	185.852	140.449	32%	1.093.429	1.069.039	2%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	629.225	456.985	38%	2.443.430	1.931.167	27%
Outras receitas	27.452	20.639	33%	150.118	188.485	-20%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.699.722</b>	<b>1.434.329</b>	<b>19%</b>	<b>8.460.693</b>	<b>7.810.147</b>	<b>8%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(81.675)	(117.963)	-31%	(380.798)	(471.938)	-19%
Outras despesas	(152.296)	(79.759)	91%	(611.022)	(569.887)	7%
<b>Despesas totais</b>	<b>(233.971)</b>	<b>(197.722)</b>	<b>18%</b>	<b>(991.820)</b>	<b>(1.041.825)</b>	<b>-5%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.465.751</b>	<b>1.236.606</b>	<b>19%</b>	<b>7.468.874</b>	<b>6.768.322</b>	<b>10%</b>
Resultado estacionamento	462.383	281.732	64%	2.116.838	1.613.497	31%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.928.134</b>	<b>1.518.338</b>	<b>27%</b>	<b>9.585.711</b>	<b>8.381.819</b>	<b>14%</b>
Benefitorias	(108.081)	-	-	(3.275.348)	(310.550)	955%
Resultado não operacional	(3.022)	-	-	(22.697)	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.817.031</b>	<b>1.518.338</b>	<b>20%</b>	<b>6.287.667</b>	<b>8.071.269</b>	<b>-22%</b>

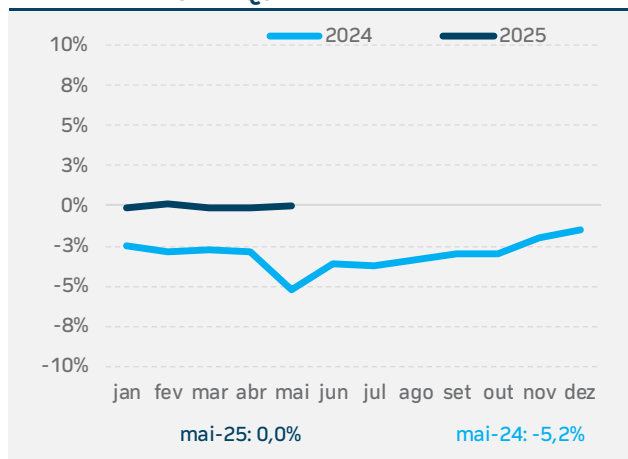
### VENDAS (R\$ MM)



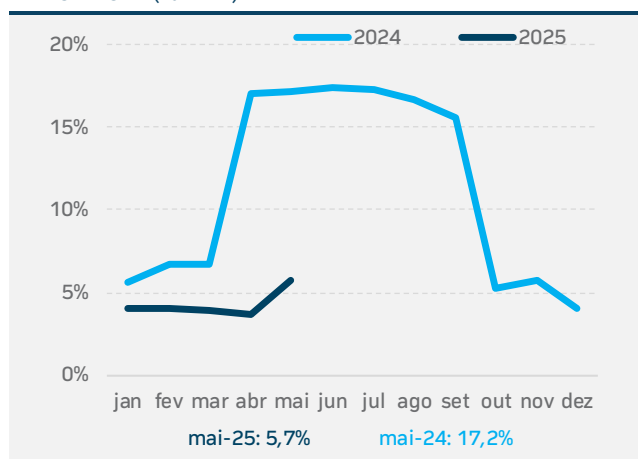
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

O I Fashion Outlet Novo Hamburgo, reconhecido pela qualificação de seu mix de lojistas, consolidou ainda mais esta posição e vem sendo destaque desde 2019, com diversas inaugurações e com isso mantendo a vacância em patamares historicamente baixos, inclusive em relação ao período pré pandemia.

**Movimentações comerciais:** saídas da Zinzane (130 m<sup>2</sup>) e The Waffle King (52 m<sup>2</sup>).

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

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

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

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

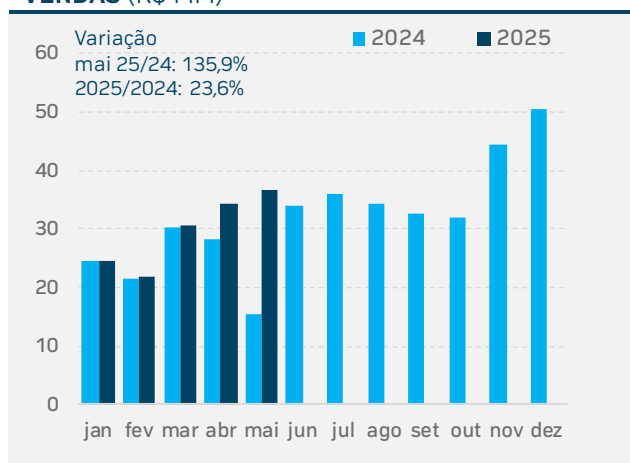




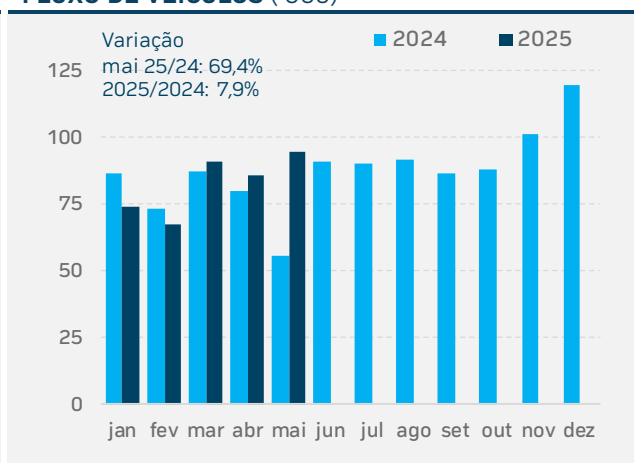
## I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.202.400	1.016.903	18%	6.425.141	5.952.753	8%
Aluguel complementar	491.145	336.668	46%	2.107.959	2.043.037	3%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	206.816	61.070	239%	677.097	516.099	31%
Outras receitas	20.896	198.653	-89%	48.424	250.595	-81%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.921.258</b>	<b>1.613.294</b>	<b>19%</b>	<b>9.258.621</b>	<b>8.762.484</b>	<b>6%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(41.181)	(107.221)	-62%	(349.890)	(314.064)	11%
Outras despesas	(216.407)	(108.645)	99%	(844.004)	(724.662)	16%
<b>Despesas totais</b>	<b>(257.588)</b>	<b>(215.866)</b>	<b>19%</b>	<b>(1.193.894)</b>	<b>(1.038.725)</b>	<b>15%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.663.671</b>	<b>1.397.429</b>	<b>19%</b>	<b>8.064.728</b>	<b>7.723.758</b>	<b>4%</b>
Resultado estacionamento	414.638	95.077	336%	1.708.697	468.704	265%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.078.309</b>	<b>1.492.506</b>	<b>39%</b>	<b>9.773.425</b>	<b>8.192.462</b>	<b>19%</b>
Benfeitorias	(61.123)	(211.747)	-71%	(101.215)	(811.129)	-88%
Resultado não operacional	8.030	6.895	16%	(418.327)	(399.833)	5%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.025.216</b>	<b>1.287.654</b>	<b>57%</b>	<b>9.253.883</b>	<b>6.981.501</b>	<b>33%</b>

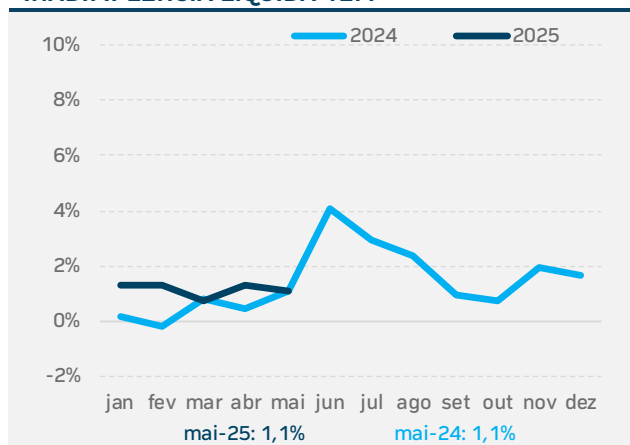
### VENDAS (R\$ MM)



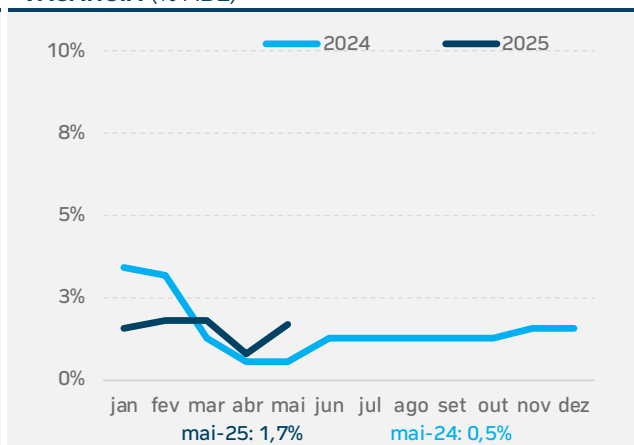
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

Destacamos que a entrada da Riachuelo representa um importante passo na qualificação do mix comercial do Suzano, sendo também uma marca com alto poder de atração de público.

**Movimentações comerciais:** entrada da Milky Moo (47 m<sup>2</sup>) e Puket (31 m<sup>2</sup>), saída da antiga Cytolab (137 m<sup>2</sup>, entrou em fevereiro em outra LUC de mesma área)

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15,0%	25,0 mil m <sup>2</sup>	134	2000	HBR Realty

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

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

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



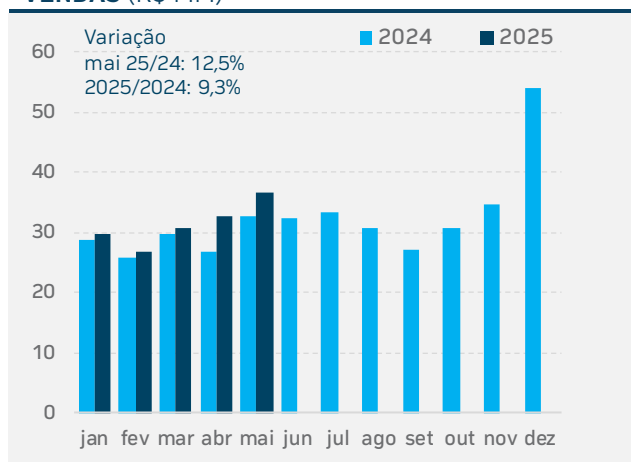
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno



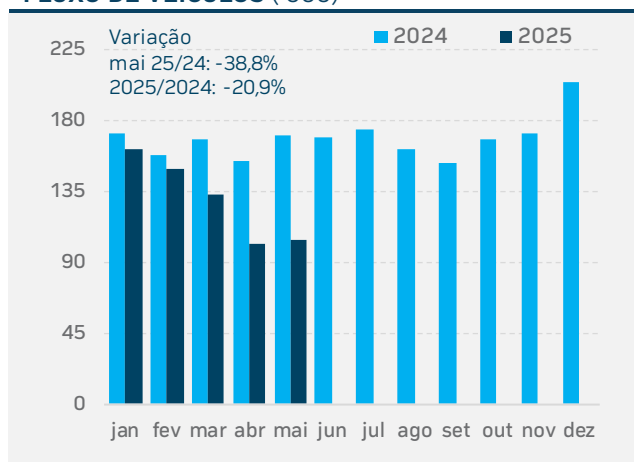
## SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.433.618	1.458.793	-2%	7.713.798	8.051.812	-4%
Aluguel complementar	208.837	109.928	90%	1.080.969	888.412	22%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	314.768	408.780	-23%	1.543.097	1.709.409	-10%
Outras receitas	97.536	150.096	-35%	474.677	633.185	-25%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.054.759</b>	<b>2.127.597</b>	<b>-3%</b>	<b>10.812.540</b>	<b>11.282.819</b>	<b>-4%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(9.953)	(150.429)	-93%	(448.378)	(607.884)	-26%
Outras despesas	(218.345)	(202.001)	8%	(1.507.313)	(1.104.001)	37%
<b>Despesas totais</b>	<b>(228.297)</b>	<b>(352.431)</b>	<b>-35%</b>	<b>(1.955.690)</b>	<b>(1.711.885)</b>	<b>14%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.826.461</b>	<b>1.775.166</b>	<b>3%</b>	<b>8.856.850</b>	<b>9.570.934</b>	<b>-7%</b>
Resultado estacionamento	582.112	447.631	30%	2.615.554	2.155.917	21%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.408.573</b>	<b>2.222.797</b>	<b>8%</b>	<b>11.472.404</b>	<b>11.726.851</b>	<b>-2%</b>
Benfeitorias	(445.043)	(260.328)	71%	(2.065.445)	(1.639.528)	26%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.963.530</b>	<b>1.962.469</b>	<b>0%</b>	<b>9.406.960</b>	<b>10.087.323</b>	<b>-7%</b>

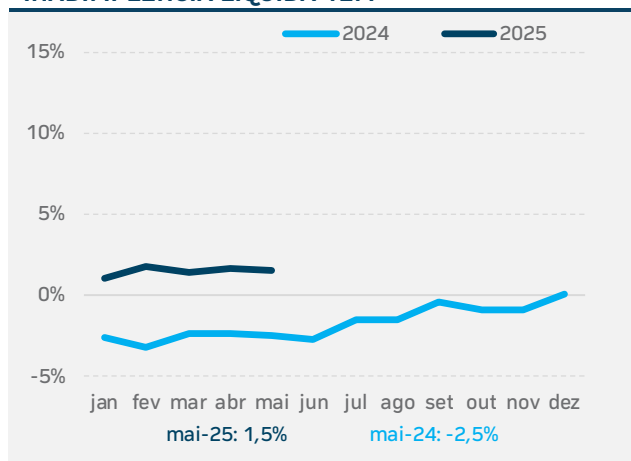
### VENDAS (R\$ MM)



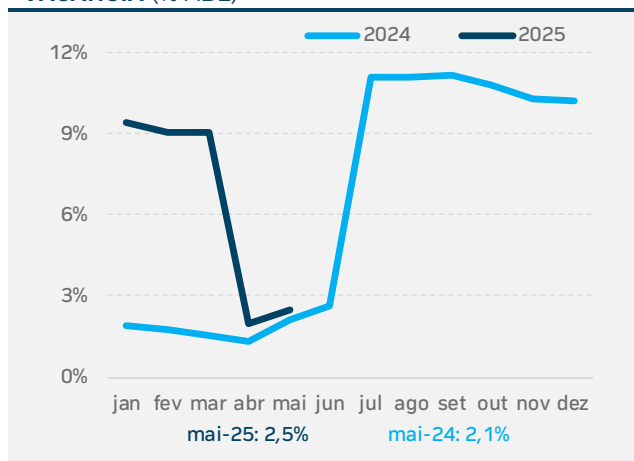
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** entradas da Corinthians Loja Oficial (108 m<sup>2</sup>) e Cheirin Bão (61 m<sup>2</sup>), saídas da Loungerie (108 m<sup>2</sup>) e New Era (30 m<sup>2</sup>).

<b>PARTICIPAÇÃO</b> 15,0%	<b>ABL TOTAL</b> 26,7 mil m <sup>2</sup>	<b>OPERAÇÕES</b> 165	<b>INAUGURAÇÃO</b> 2007	<b>OPERADOR</b> Partage
------------------------------	---	-------------------------	----------------------------	----------------------------

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

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

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



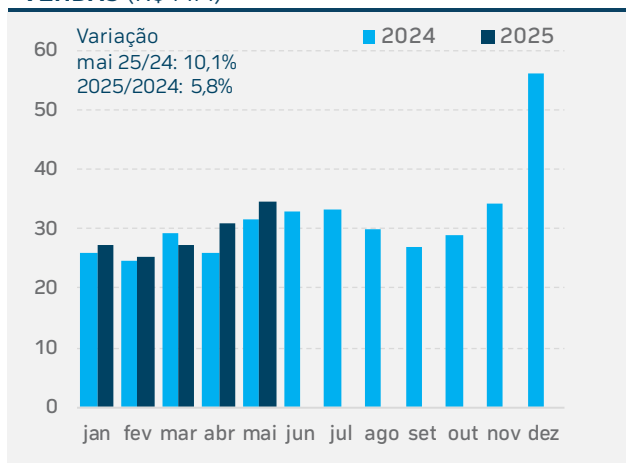
Fotos: Maurício Moreno.



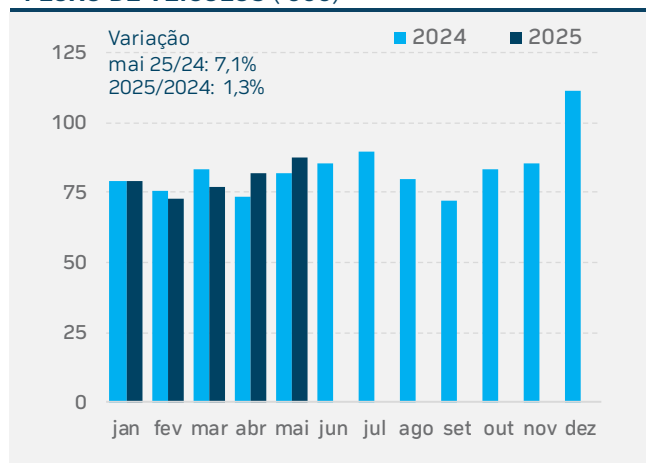
## PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.502.364	1.335.500	12%	8.699.486	7.978.857	9%
Aluguel complementar	367.816	105.334	249%	1.680.689	980.431	71%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	406.558	290.142	40%	2.017.981	1.560.570	29%
Outras receitas	73.824	2.782	2553%	332.124	36.434	812%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.350.563</b>	<b>1.733.759</b>	<b>36%</b>	<b>12.730.281</b>	<b>10.556.292</b>	<b>21%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(126.459)	(196.851)	-36%	(545.489)	(1.148.640)	-53%
Outras despesas	(219.056)	(71.468)	207%	(1.602.292)	(1.350.628)	19%
<b>Despesas totais</b>	<b>(345.515)</b>	<b>(268.319)</b>	<b>29%</b>	<b>(2.147.781)</b>	<b>(2.499.268)</b>	<b>-14%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.005.048</b>	<b>1.465.439</b>	<b>37%</b>	<b>10.582.500</b>	<b>8.057.024</b>	<b>31%</b>
Resultado estacionamento	458.166	299.367	53%	3.634.971	3.194.805	14%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.463.213</b>	<b>1.764.806</b>	<b>40%</b>	<b>14.217.471</b>	<b>11.251.829</b>	<b>26%</b>
Benefitorias	(196.774)	(88.000)	124%	(1.376.089)	(190.893)	621%
Resultado não operacional	(86.526)	11.058	-	(886.890)	(49.974)	1675%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.179.913</b>	<b>1.687.864</b>	<b>29%</b>	<b>11.954.492</b>	<b>11.010.962</b>	<b>9%</b>

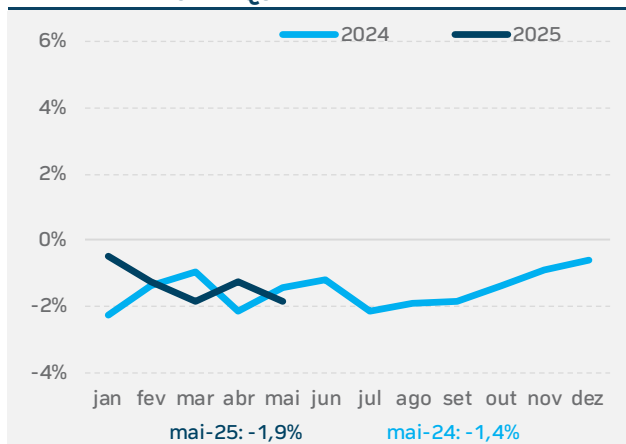
### VENDAS (R\$ MM)



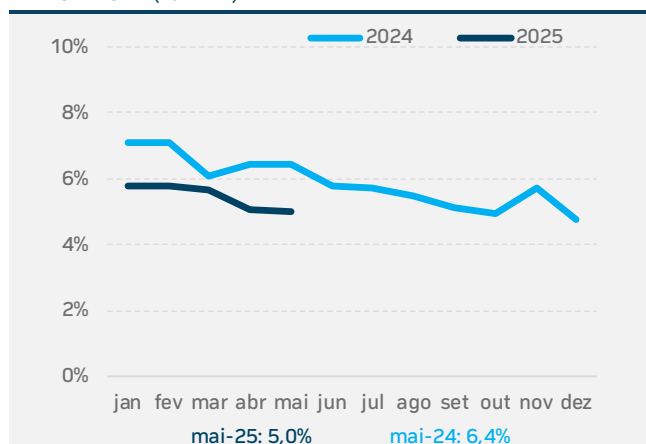
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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: entrada da Duo Hair (17 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO 54,0%	ABL TOTAL 26,3 mil m <sup>2</sup>	OPERAÇÕES 166	INAUGURAÇÃO 1989	OPERADOR Soul Malls
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	------------------------

**Principais Operações:** Body Tech, Cine Laser, Vivara, Track & field, Le Lis Blanc, John John, Dudalina, Brookfield, Avenida, Animale, Osklen, Maison Paris, Peixe ao Cubo, Sebrae.

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

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

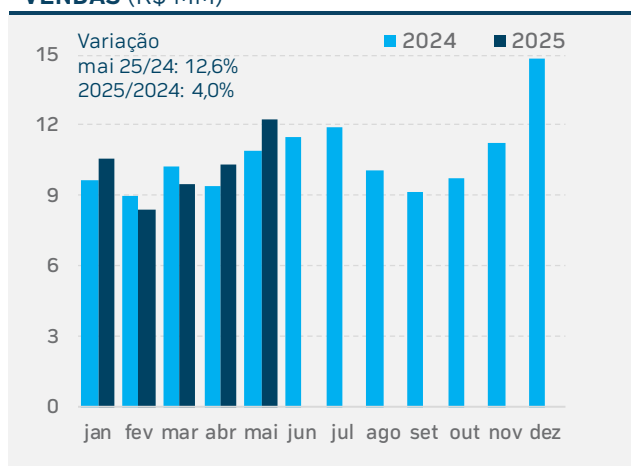




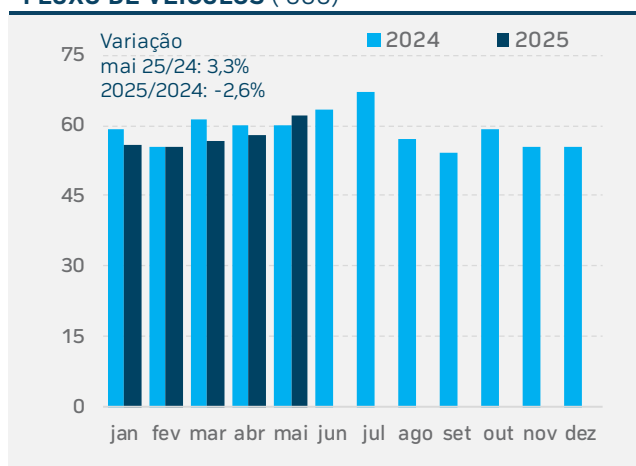
## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	163.642	225.587	-27%	1.001.865	1.223.802	-18%
Aluguel complementar	79.287	63.851	24%	445.754	611.767	-27%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	97.686	55.788	75%	422.114	339.576	24%
Outras receitas	614	30.228	-98%	1.694	135.550	-99%
<b>Receitas totais</b>	<b>341.229</b>	<b>375.454</b>	<b>-9%</b>	<b>1.871.427</b>	<b>2.310.695</b>	<b>-19%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(628.576)	(896.013)	-30%	(3.858.529)	(3.709.733)	4%
Outras despesas	(79.323)	(74.994)	6%	(365.893)	(361.068)	1%
<b>Despesas totais</b>	<b>(707.899)</b>	<b>(971.007)</b>	<b>-27%</b>	<b>(4.224.422)</b>	<b>(4.070.801)</b>	<b>4%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>(366.670)</b>	<b>(595.553)</b>	<b>-38%</b>	<b>(2.352.995)</b>	<b>(1.760.105)</b>	<b>34%</b>
Resultado estacionamento	2.999	3.384	-11%	12.657	12.554	1%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>(363.671)</b>	<b>(592.169)</b>	<b>-39%</b>	<b>(2.340.338)</b>	<b>(1.747.551)</b>	<b>34%</b>
Benfeitorias	-	(54.262)	-100%	(352.800)	(187.128)	89%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>(363.671)</b>	<b>(646.431)</b>	<b>-44%</b>	<b>(2.693.138)</b>	<b>(1.934.679)</b>	<b>39%</b>

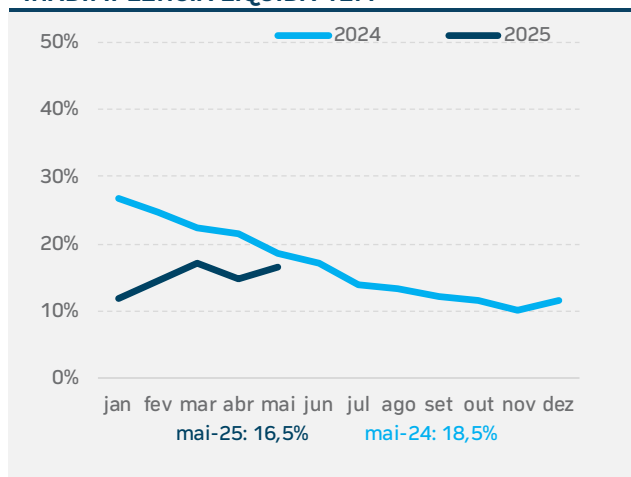
### VENDAS (R\$ MM)



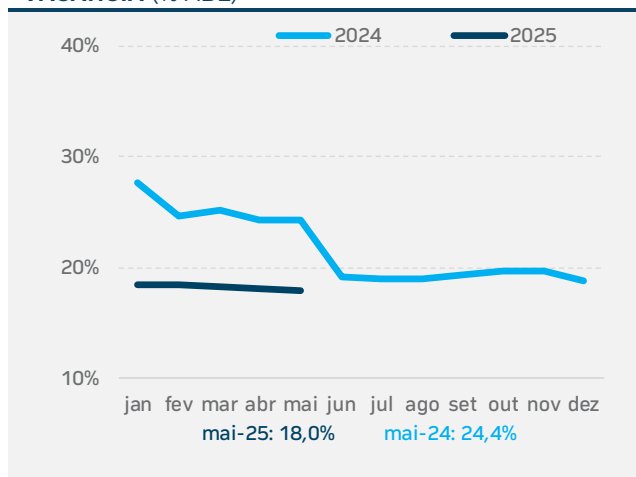
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

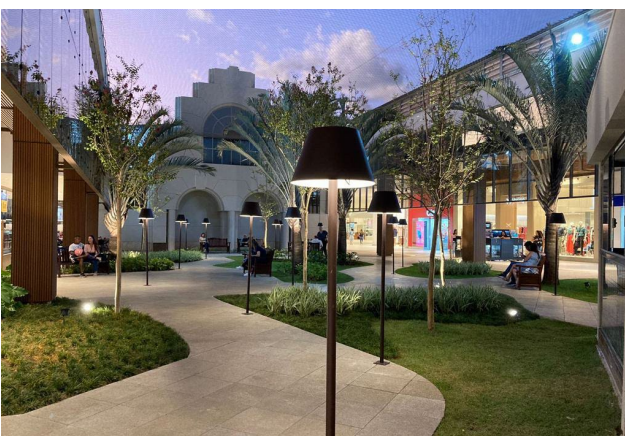
**Movimentações comerciais:** sem alterações.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
0,4%	18,7 mil m <sup>2</sup>	100	1993	ALLOS

**Principais Operações:** Lojas Renner, Casas Bahia, C&A, Riachuelo, Maravilhas do Lar, Magazine Luiza e Centauro, Outback (a inaugurar).

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

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

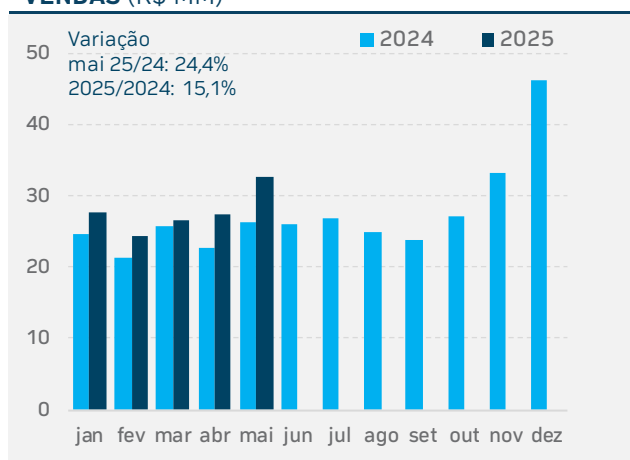




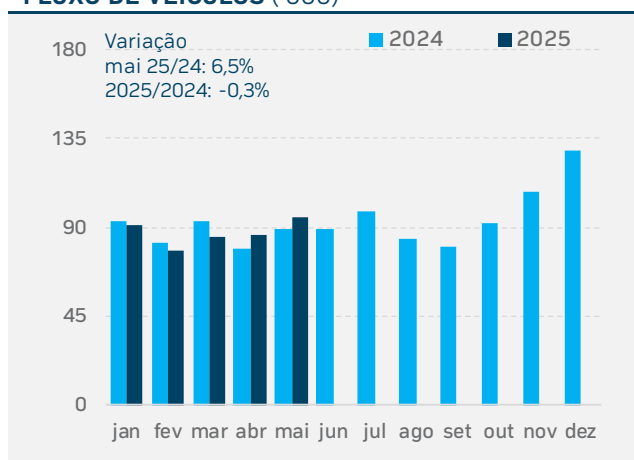
## FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mai-25	Realizado mai-24	Varição vs. mai-24	Acum. mai-25	Acum. mai-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.206.043	1.128.498	7%	6.465.212	5.668.349	14%
Aluguel complementar	199.679	65.919	203%	1.252.696	998.604	25%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	360.247	294.481	22%	1.692.076	1.306.586	30%
Outras receitas	16.112	5.486	-	126.980	49.646	-
<b>Receitas totais</b>	<b>1.782.080</b>	<b>1.494.384</b>	<b>19%</b>	<b>9.536.965</b>	<b>8.023.186</b>	<b>19%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(66.427)	(45.880)	45%	(259.875)	(230.690)	13%
Outras despesas	(22.022)	(245.659)	-91%	(1.010.189)	(876.097)	15%
<b>Despesas totais</b>	<b>(88.450)</b>	<b>(291.539)</b>	<b>-70%</b>	<b>(1.270.064)</b>	<b>(1.106.787)</b>	<b>15%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.693.630</b>	<b>1.202.845</b>	<b>41%</b>	<b>8.266.901</b>	<b>6.916.399</b>	<b>20%</b>
Resultado estacionamento	565.714	436.354	30%	2.483.082	2.081.483	19%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.259.344</b>	<b>1.639.199</b>	<b>38%</b>	<b>10.749.983</b>	<b>8.997.882</b>	<b>19%</b>
Benefitorias	(117.295)	(107.174)	9%	(925.738)	(284.447)	225%
Resultado não operacional	18.749	8.714	115%	(105.205)	(120.745)	-13%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.160.798</b>	<b>1.540.740</b>	<b>40%</b>	<b>9.719.040</b>	<b>8.592.690</b>	<b>13%</b>

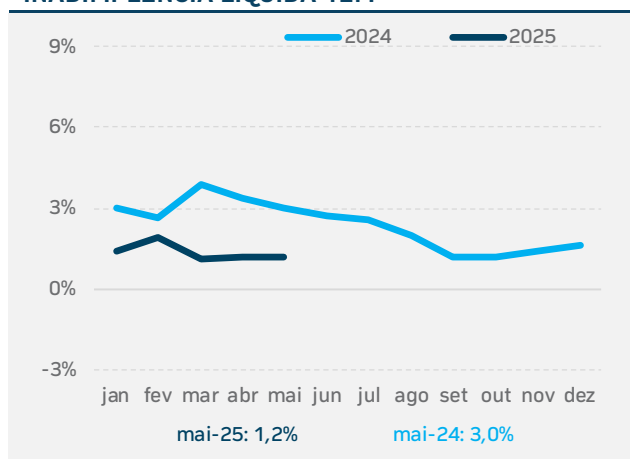
### VENDAS (R\$ MM)



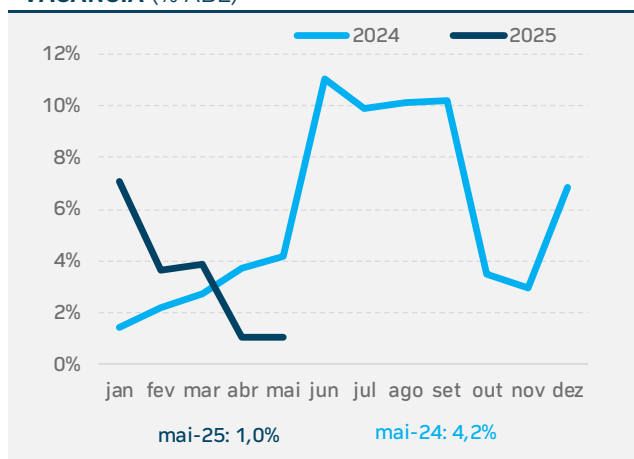
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PARQUE D. PEDRO (7% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII HPDP11)

O Parque D. Pedro Shopping é o mais completo centro de compras, lazer, entretenimento e serviços da região de Campinas, e um dos maiores shoppings da América Latina. No encerramento de mês, o Fundo detinha uma participação de 7,7% do Shopping, por meio do Fundo HPDP11.

Atualmente, está em curso o projeto de revitalização completa do shopping e, expansão de cerca de 4,9 mil m<sup>2</sup> de ABL. O projeto deverá trazer uma rentabilidade real de 11,4% ao ano sobre o capital investido após sua maturação, esperada para o 3º ano.

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

PARTICIPAÇÃO 7,7%	ABL TOTAL 126,2 mil m <sup>2</sup>	OPERAÇÕES 387	INAUGURAÇÃO 2002	OPERADOR ALLOS
<b>Principais Operações:</b> C&A, Centauro, Decathlon, Fast Shop, Magazine Luiza, Renner, Riachuelo, Zara, Barbacoa, Camarada Camarão, Jangada Restaurante, Madero, Mamma Jamma, Outback, Pirajá, Ninetto, Boteco Rainha (a inaugurar), Irajá Redux, Nagairô (a inaugurar), Pecorino, Bodytech e Kinoplex.				
<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 (3% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII FLRP11)

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

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

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
25,6%	50,5 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 (2% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII ABCP11)

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

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

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

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

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



## VIA PARQUE SHOPPING (1% 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	Alqia

**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.

## DOCUMENTOS

Regulamento vigente

Demonstrações  
financeiras 2024

Informe Mensal



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



# hedge.

INVESTMENTS

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

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