

# Hedge Brasil Shopping FII

## HGBS11



Foto: Shopping Praça da Moça

JULHO DE 2025

# Relatório Gerencial



<b>SUMÁRIO NAVEGÁVEL</b>	pág.
OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS	<b>3</b>
MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING	<b>4</b>
PRINCIPAIS DESTAQUES	<b>5</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\$ 21,57</b>	<b>INÍCIO DAS ATIVIDADES</b> Novembro de 2006
<b>COTA DE MERCADO</b> <b>R\$ 18,60</b>	<b>ADMINISTRADORA</b> Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.
<b>VALOR DE MERCADO</b> <b>R\$ 2,4 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>131.856</b>	<b>TAXA DE PERFORMANCE</b> Não há
<b>ABL PRÓPRIA <sup>1</sup></b> <b>245,4 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: 31/07/2025.



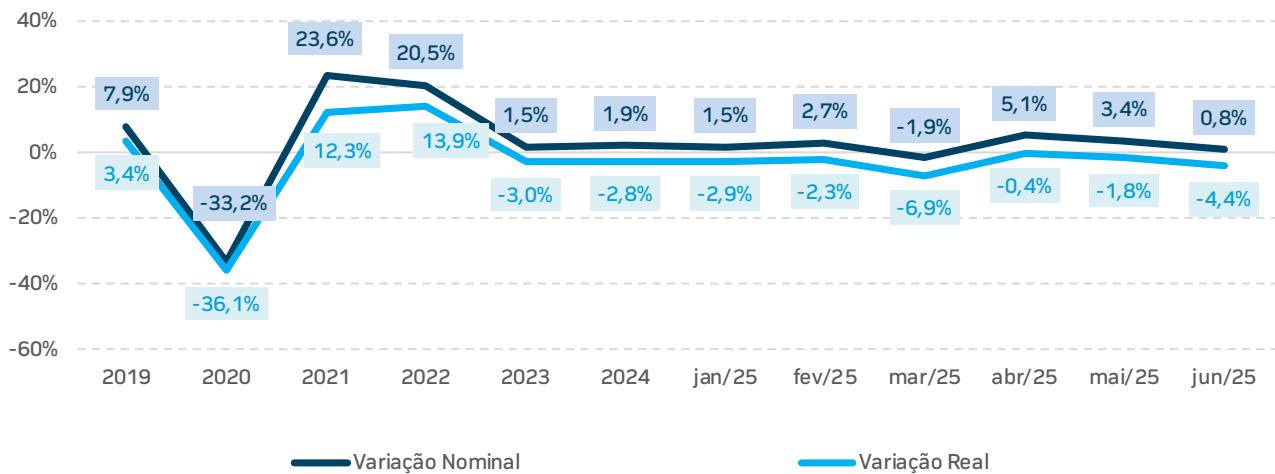
## MERCADO DE SHOPPING CENTERS

### MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em junho, o mercado de shoppings brasileiro apresentou crescimento de 0,8% 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 4,4%. Considerando o acumulado de 2025, temos um crescimento nominal de vendas de 1,9% 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

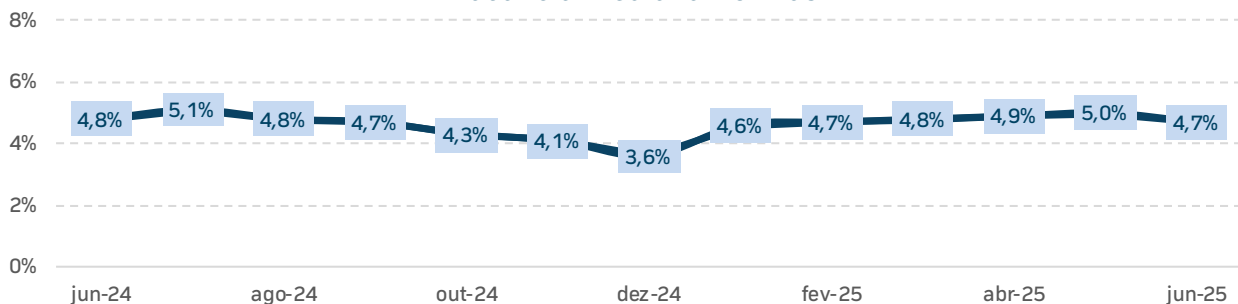


Fonte: Índice Cielo de Varejo em Shopping Centers (ICVS-Abrasce).

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

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
jun/25	4,7%	5,5%	5,0%	4,2%	4,6%
mai/25	5,0%	5,6%	5,0%	4,1%	4,3%

Vacância mediana no Brasil



Fonte: Abrasce, Hedge



## PRINCIPAIS DESTAQUES

### INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de junho, considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira no ano anterior. Destacamos que a partir dos indicadores de julho teremos a inclusão dos dados do Via Parque Shopping, considerando a mudança de gestão do fundo FVPQ11 e o acesso direto aos números do shopping pela equipe de shoppings da Hedge.

**VENDAS/M<sup>2</sup>:** O portfólio do Fundo apresentou vendas/m<sup>2</sup> de R\$ 1.325 em junho, o que representa um crescimento de 6,0% vs. junho de 2024. Levando em conta o acumulado de 2025, as vendas apresentam crescimento de 10,5% em comparação ao mesmo período de 2024.

**VACÂNCIA:** O Fundo encerrou junho com 4,9% da ABL vaga vs. 4,8% em maio e 6,1% em junho de 2024.

**NOI/M<sup>2</sup>:** Em junho, o NOI/m<sup>2</sup> do Fundo foi de R\$ 86,0/m<sup>2</sup>, um crescimento de 13,4% vs. junho de 2024. No acumulado do ano de 2025, o indicador apresenta crescimento de 6,4% em comparação ao mesmo período de 2024.

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

Junho - 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. junho/24	YTD vs. 2024	R\$/m <sup>2</sup>	R\$/m <sup>2</sup> vs. junho/24	YTD vs. 2024
Jardim Sul	18%	90,0%	28.721	2,2%	2.044	1,4%	7,1%	131,4	4,9%	-0,7%
Penha	11%	87,6%	29.779	4,4%	1.672	5,8%	5,5%	97,8	10,8%	6,3%
West Plaza <sup>2</sup>	7%	89,6%	35.804	8,4%	718	3,4%	11,3%	39,8	15,5%	-2,8%
Pq D. Pedro <sup>2</sup>	7%	7,7%	126.168	3,1%	1.508	9,8%	7,4%	143,5	2,7%	8,3%
Mooca	7%	20,0%	42.067	1,6%	2.200	5,4%	9,4%	170,1	19,1%	5,8%
Capim Dourado	7%	60,0%	38.731	4,0%	1.183	3,1%	5,6%	78,7	15,3%	17,9%
Tivoli	6%	59,0%	25.779	1,0%	1.456	6,2%	6,8%	97,0	7,9%	3,1%
São Bernardo	6%	35,0%	42.943	4,9%	1.121	3,5%	5,6%	86,9	5,2%	2,6%
Bauru	5%	65,0%	34.550	4,2%	1.058	20,9%	16,2%	58,3	15,7%	10,7%
Villa Lobos	5%	15,0%	28.394	3,7%	2.739	8,6%	7,2%	268,9	28,1%	3,6%
Pr. da Moça	4%	23,1%	31.398	4,0%	1.275	2,0%	4,4%	100,4	2,6%	2,4%
Floripa <sup>2</sup>	4%	25,6%	50.469	1,6%	1.110	10,7%	51,3%	63,1	17,9%	21,5%
Jaraguá Araraquara	2%	25,0%	21.099	5,4%	1.351	21,3%	19,2%	86,2	36,1%	25,4%
IFONH	2%	18,4%	20.049	1,5%	1.785	5,4%	19,5%	104,2	246,8%	34,9%
Suzano	2%	15,0%	25.035	2,9%	1.372	5,6%	8,9%	102,8	-0,2%	-1,5%
Santana	2%	15,0%	25.884	5,0%	1.262	-0,8%	5,3%	104,5	14,1%	25,5%
Goiabeiras	1%	54,0%	25.831	17,9%	433	-0,7%	4,7%	-17,7	na	na
Franca	0,03%	0,4%	18.955	1,3%	1.770	28,1%	16,7%	108,5	-6,2%	13,7%
<b>HGBS<sup>1,3</sup></b>	-	-	<b>233.152</b>	<b>4,9%</b>	<b>1.325</b>	<b>6,0%</b>	<b>10,5%</b>	<b>86,0</b>	<b>13,4%</b>	<b>6,4%</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.

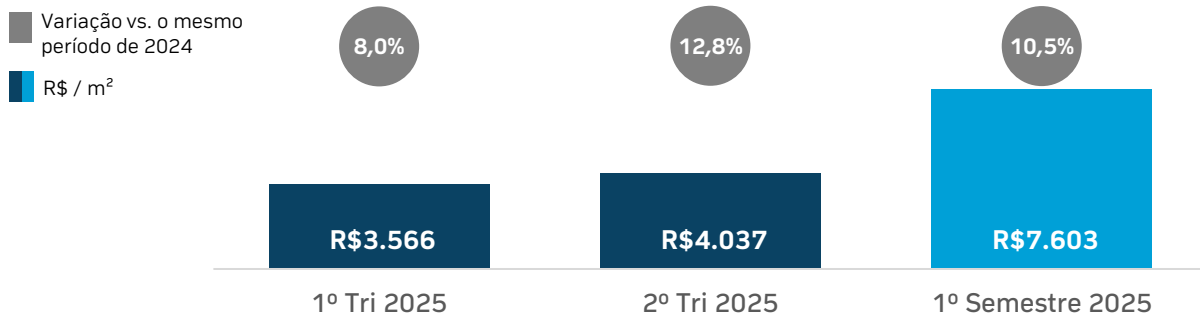
<sup>4</sup> Não considera ABL de lajes corporativas.

Fonte: Hedge, Administradoras.

## INDICADORES SEMESTRAIS E TRIMESTRAIS

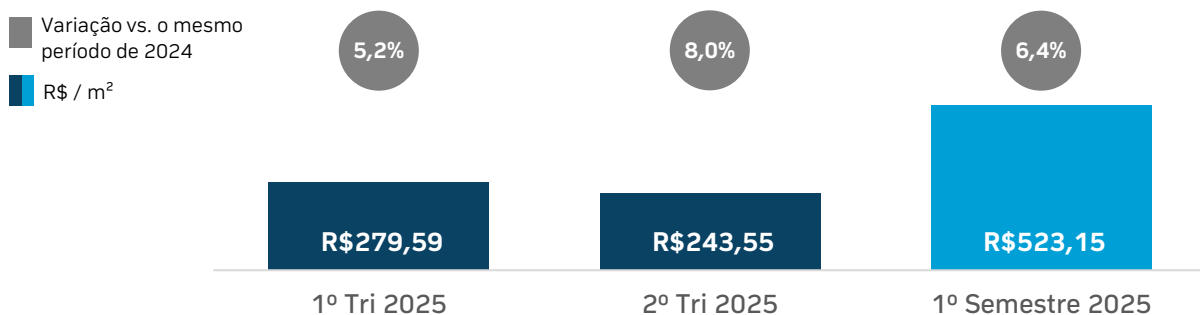
### VENDAS / M<sup>2</sup>

O Fundo apresentou vendas de R\$ 4.037/m<sup>2</sup> no 2º trimestre de 2025, o que representa um crescimento de 12,8% em relação ao 2º trimestre de 2024. O 2º trimestre apresentou desempenho superior ao 1º trimestre, registrando um maior valor de vendas / m<sup>2</sup> e, um crescimento superior em relação ao mesmo período de 2024, com destaque para as vendas de maio com a data do dia das mães, e, para o descasamento de calendário da Páscoa impulsionando as vendas de abril. Quanto ao desempenho do 1º semestre de 2025 como um todo, o ativo de maior destaque do portfólio foi o Floripa (+51% vs. 1º semestre/24), impactado pelo crescimento do turismo estrangeiro na região. Outros destaques do portfólio no 1º semestre foram os shoppings localizados no interior de São Paulo: Araraquara (+19%), Franca (+17%) e Bauru (+16%).



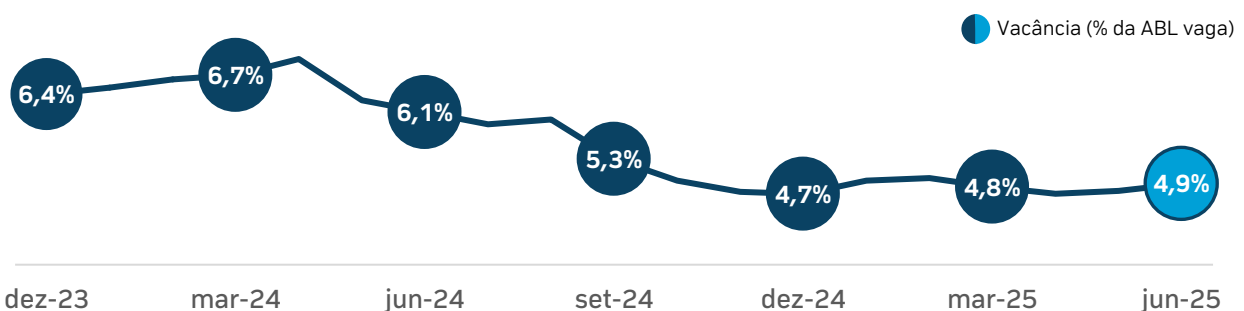
### NOI / M<sup>2</sup>

O NOI/m<sup>2</sup> do Fundo ficou em R\$ 243,55/m<sup>2</sup> no 2º trimestre de 2025, um crescimento de 8,0% em relação ao mesmo período de 2024. No 2º trimestre, assim como no indicador de vendas, tivemos no NOI um desempenho superior ao 1º trimestre do ano, impulsionado pelos crescimentos acima de dois dígitos apresentados nos meses de maio (+13,9%) e junho (+13,4%) em relação aos mesmos meses de 2024. Considerando o acumulado do 1º semestre do ano, podemos destacar a influência da receita proveniente do estacionamento no resultado do Fundo, receita esta que apresentou um crescimento de 14,9% em relação ao 1º semestre de 2024, e, representou aproximadamente 25% do NOI do HGBS.



### VACÂNCIA

Ao longo de 2024 o Fundo reduziu sua vacância gradualmente, até encerrar o ano com um patamar de 4,7% da ABL vaga, a menor vacância do HGBS desde janeiro de 2016. Durante o ano de 2025 a vacância vem mantendo este patamar, com uma baixa flutuação ao longo dos meses, algo natural para a indústria. Encerramos o 1º semestre de 2025 com 4,9% da ABL vaga.



Fonte: Hedge, Administradores

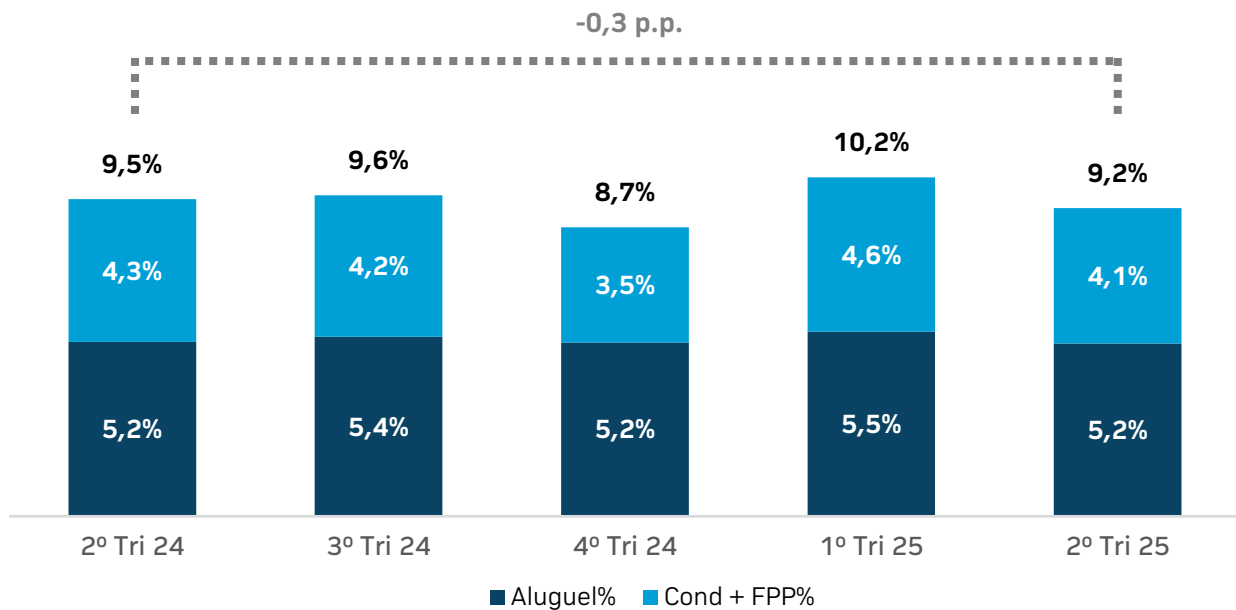


## INDICADORES COMERCIAIS

### CUSTO DE OCUPAÇÃO (% DAS VENDAS)

No 2º trimestre de 2025, o custo de ocupação médio do portfólio foi de 9,2%, apresentando queda de 0,3 p.p. em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Dentro do custo de ocupação total, a participação das despesas com aluguel (5,2%) manteve-se estável frente ao 2º trimestre de 2024, enquanto o peso dos encargos comuns e do fundo de promoção (4,1%) registrou redução de 0,2 p.p.

A redução do custo de ocupação e da participação dos encargos comuns nas despesas totais, combinada ao aumento das vendas, traz alívio aos lojistas sem comprometer a relevância dos aluguéis dentro do custo de ocupação.



### VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS)

No 2º trimestre de 2025, o SSS registrou crescimento de 9,8% em relação ao mesmo trimestre de 2024, com destaque para Café e Lanches (+45,4%) no segmento de Alimentação, impulsionado pelo efeito das chocolaterias em abril/25, decorrente do descompasso em relação à Páscoa, que em 2024 ocorreu em março. Também se destacaram Cinema, teatro e show (+23,1%) em Outros, além de Lojas de Departamento (+21,7%) e Esportes (+14,2%) dentro de Roupas e Calçados. Somadas, essas quatro categorias representaram 28,2% das vendas nas mesmas lojas do período.

Entre os ativos, os destaques de SSS no 2º trimestre de 2025 foram Novo Hamburgo (+31,4%), cujo comparativo foi impactado pelo fechamento das operações em parte do 2º trimestre de 2024 por conta das enchentes no Rio Grande do Sul, seguido por Floripa (+16,1%), Bauru (+15,8%) e Franca (+14,5%).

SSS por segmento (vs. mesmo período de 2024)	2º Tri 2025	1º Semestre 2025
Roupas e Calçados	13,1%	11,9%
Alimentação	12%	4,4%
Conveniência & Serviços	7,8%	6,6%
Artigos do Lar	9,4%	10,1%
Outros	3,2%	1,8%
<b>HGBS</b>	<b>9,8%</b>	<b>7,2%</b>

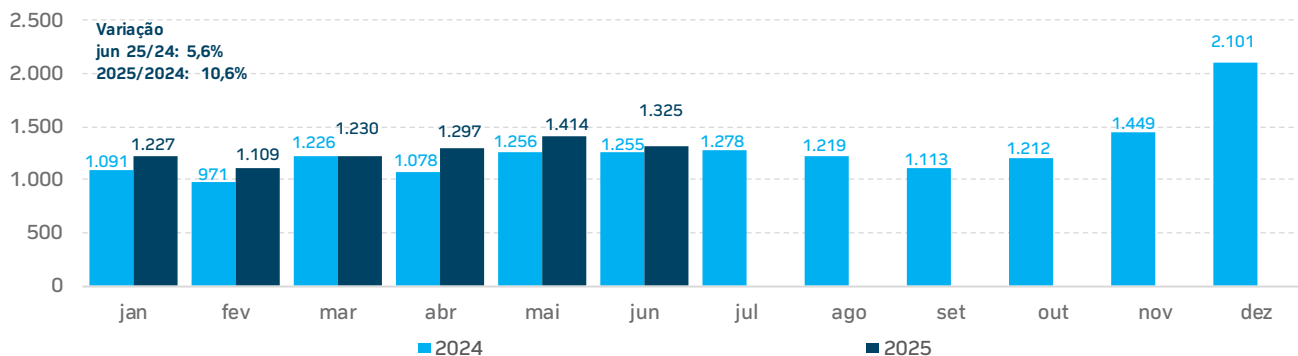
Fonte: Hedge, Administradores



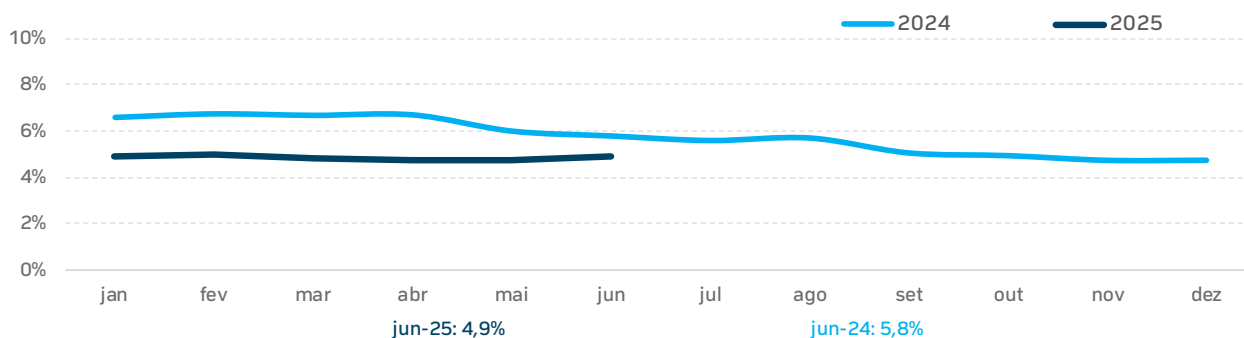
## INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

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

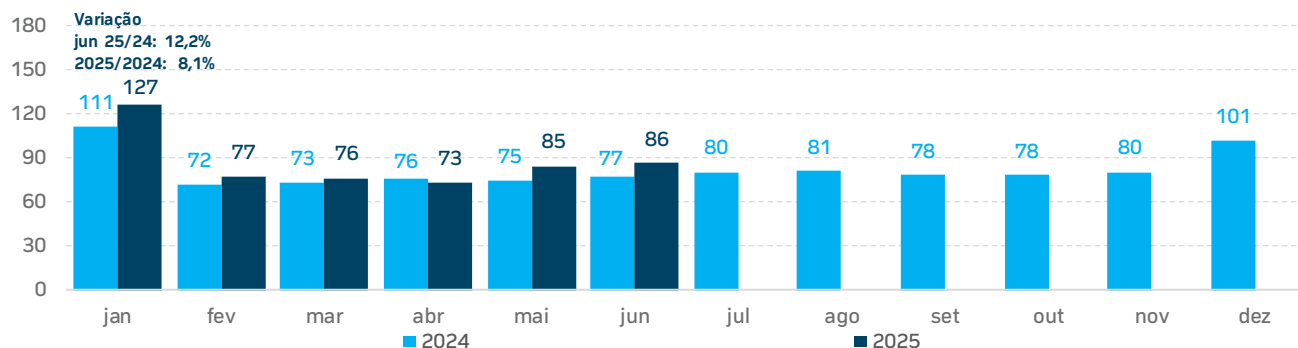
### VENDAS TOTAIS / M<sup>2</sup> (R\$)



### 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.

## TRANSIÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO DO SHOPPING JARDIM SUL – ANCAR IVANHOE

Informamos que a partir de 1º de junho a administração e comercialização do Shopping Jardim Sul passou a ser feita pela [Ancar Ivanhoe](#), uma das maiores empresas do segmento de shopping centers do Brasil, com mais de 50 anos de experiência e presença em mais de 20 empreendimentos. Desde a aquisição de controle do empreendimento em 2024, a Hedge fez uma análise criteriosa na procura de um novo parceiro para o ativo e entendeu que a entrada do grupo, tanto na administração quanto na sociedade, representará um marco estratégico para o ativo. Cabe informar que, conforme publicado no Fato Relevante, a Ancar é a contraparte que está em tratativas para a aquisição da participação de 10% no shopping.

Entendemos que a chegada de um player dessa relevância, com força comercial, inovação e gestão profissional, reforçada por sua participação direta na sociedade do ativo, com maior alinhamento, será um novo capítulo para o Jardim Sul, pautado pela busca de eficiência operacional, aumento de competitividade e dominância e, valorização do ativo a longo prazo.

Para complementar, a Hedge atuará conjuntamente na gestão do ativo como administradora estratégica, combinando experiência de atuação em mais de 20 shoppings e o histórico de quem acompanha o próprio ativo há cerca de 7 anos. Essa estrutura permitirá não apenas ganhos operacionais e comerciais, mas também resultados imediatos em eficiência de custos de administração da ordem de até 20%. Adicionalmente, vale destacar que a atuação na comercialização será exclusivamente realizada pela Ancar.



## DESEMPENHO DO FUNDO

### RESULTADO

Em julho, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,155 / cota. Vale destacar que este resultado foi positivamente impactado pelo levantamento de valores que haviam sido depositados em juízo pelo West Plaza no total de R\$ 0,015 / cota, após o Fundo obter sucesso em processos judiciais.

O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,150 / cota como rendimento referente ao mês de julho de 2025, considerando as 129.133.010 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 14 de agosto de 2025, aos detentores de cotas em 31 de julho 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	jul-25	R\$ / Cota	2025	R\$ / Cota Médio Mensal
<b>Receita Imobiliária</b>	<b>23.439.770</b>	<b>0,182</b>	<b>149.033.113</b>	<b>0,165</b>
Imóveis	18.717.364	0,145	126.082.811	0,139
FIs Estratégicos - Rendimento	4.722.406	0,037	22.950.302	0,025
<b>Outras Receitas</b>	<b>1.187.494</b>	<b>0,009</b>	<b>9.741.538</b>	<b>0,011</b>
FIs Líquidos - Rendimento	656.032	0,005	4.442.973	0,005
CRI	325.492	0,003	2.742.004	0,003
LCI	-	-	161.491	0,000
Renda Fixa	205.970	0,002	2.395.069	0,003
<b>Total de Despesas</b>	<b>(4.554.100)</b>	<b>(0,035)</b>	<b>(30.336.435)</b>	<b>(0,034)</b>
Despesas operacionais	(1.389.263)	(0,011)	(10.240.707)	(0,011)
Despesas financeiras	(3.164.837)	(0,025)	(20.095.728)	(0,022)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>20.073.164</b>	<b>0,155</b>	<b>128.438.216</b>	<b>0,142</b>
<b>Lucro Operações</b>	<b>490</b>	<b>0,000</b>	<b>12.905.646</b>	<b>0,014</b>
Imóveis	-	-	12.902.232	0,014
FIs Estrat. - Ganho de Capital	491	0,000	33.625	0,000
FIs Líquidos - Ganho de Capital	-	-	-	-
IR Ganho FIs	(1)	(0,000)	(30.211)	(0,000)
<b>Resultado HGBS11</b>	<b>20.073.653</b>	<b>0,155</b>	<b>141.343.861</b>	<b>0,156</b>
<b>Rendimento HGBS11</b>	<b>19.369.952</b>	<b>0,150</b>	<b>143.337.641</b>	<b>0,159</b>

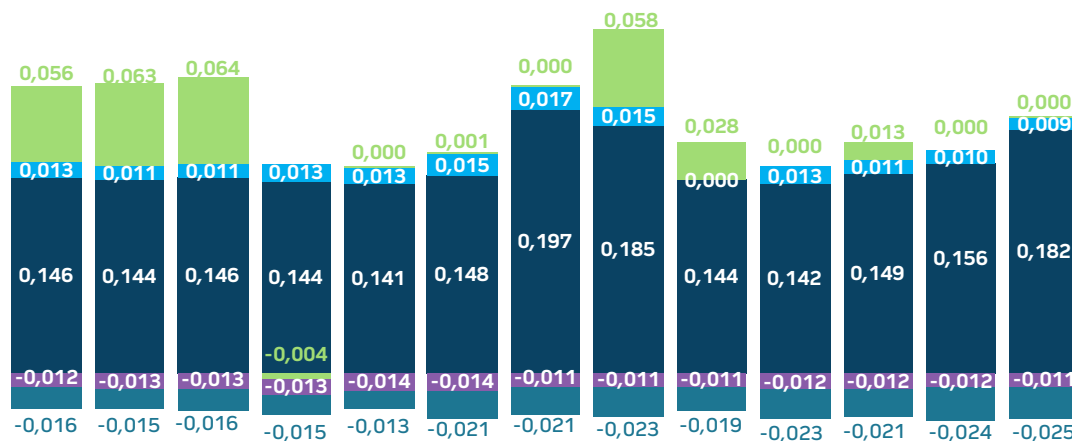
**Renda Imobiliária:** Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIs Estratégicos - Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIs Líquidos - Rendimento: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



	Jul-24	ago-24	set-24	out-24	nov-24	dez-24	jan-25	fev-25	mar-25	abr-25	mai-25	jun-25	Jul-25	Média 12m
Resultado Total	0,187	0,190	0,193	0,124	0,126	0,129	0,181	0,224	0,143	0,120	0,140	0,130	0,155	0,155
Rendimento	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,150	0,159
Resultado Acumulado	0,084	0,114	0,147	0,111	0,078	0,046	0,067	0,131	0,114	0,074	0,054	0,024	0,030	-

## PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Considerando as premissas de projeção de resultados para os ativos do Fundo, indicamos o patamar de distribuição de R\$ 0,150 / cota até o fim do 2º semestre de 2025. Destacamos que até o 1º semestre de 2025, a distribuição do Fundo vinha sendo impactada positivamente pelo lucro imobiliário auferido quando do recebimento das parcelas referentes às vendas de frações ideias do I Fashion Outlet Novo Hamburgo

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

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



## RENTABILIDADE

A rentabilidade do Fundo é apresentada de duas formas:

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

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

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

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

No fechamento do mês, o valor de mercado da cota do fundo foi de **R\$ 18,60**.

Hedge Brasil Shopping FII	jul/25	2025	12 meses	Início
<b>Cota Aquisição (R\$)</b>	<b>19,90</b>	<b>18,61</b>	<b>21,48</b>	<b>10,00</b>
Renda Acumulada	0,8%	6,0%	8,9%	272,9%
Ganho de Capital Líquido	-6,5%	0,0%	-13,4%	68,8%
TIR Líq. (Renda + Venda)	-5,8%	6,2%	-4,7%	1307,0%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	-47,8%	11,0%	-4,7%	15,3%
<b>% CDI Líquido</b>	<b>-</b>	<b>93,9%</b>	<b>-</b>	<b>320,4%</b>
<b>Retorno Total Bruto</b>	<b>-5,7%</b>	<b>6,0%</b>	<b>-4,5%</b>	<b>358,9%</b>
<b>IFIX</b>	<b>-1,4%</b>	<b>10,3%</b>	<b>2,1%</b>	<b>243,6%<sup>1</sup></b>
<b>% IFIX</b>	<b>-</b>	<b>58,2%</b>	<b>-</b>	<b>117,9%<sup>2</sup></b>

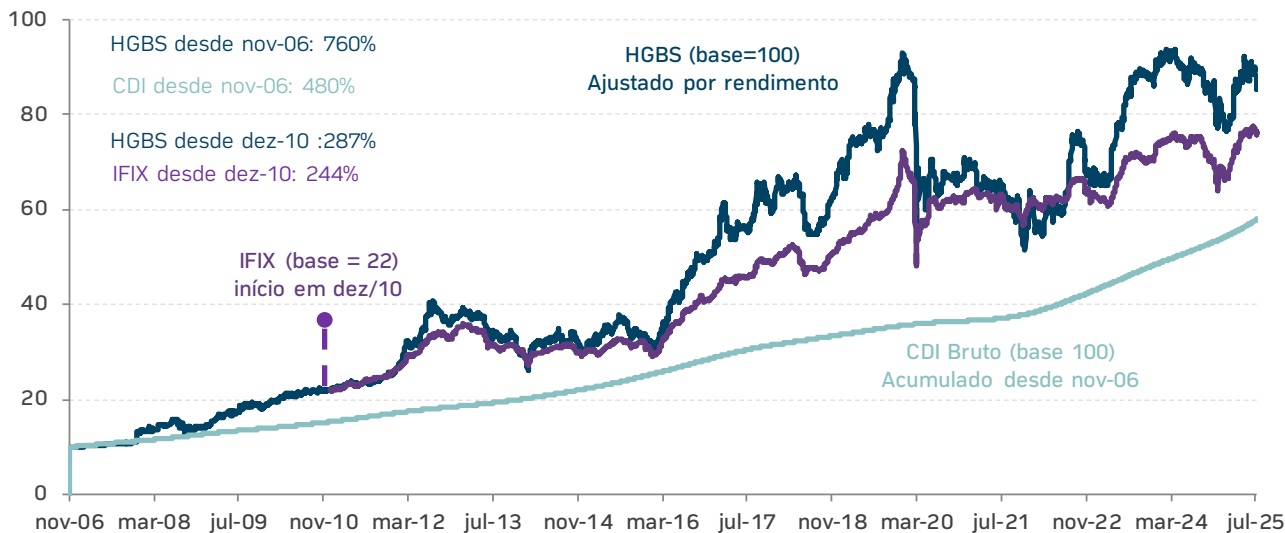
<sup>1</sup> Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

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



## RENTABILIDADE ACUMULADA

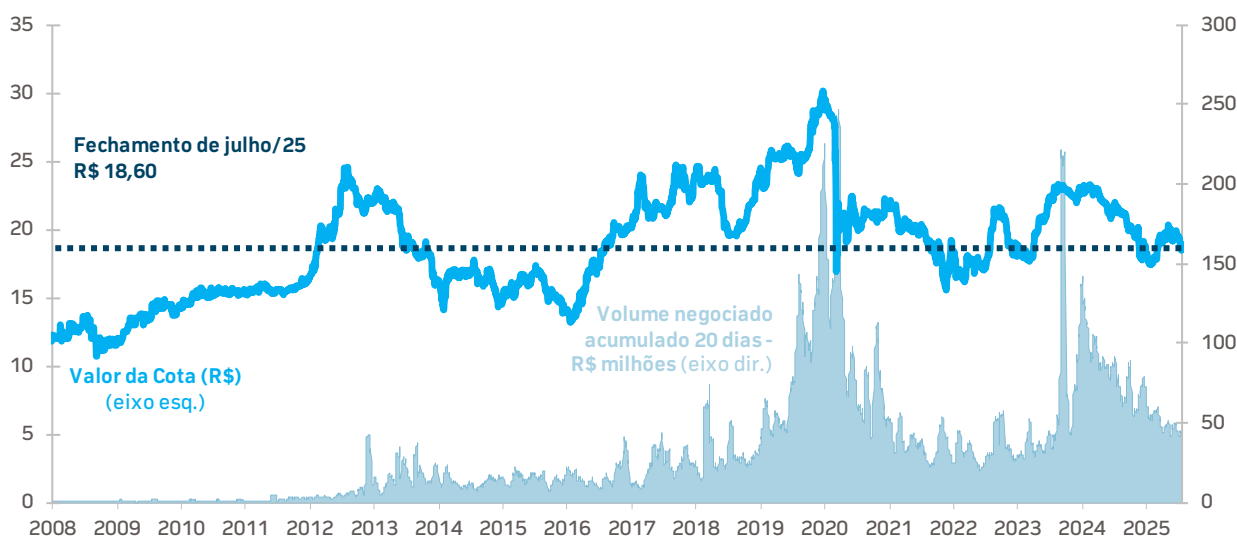
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Economática

## LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	jul/25	2025	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	2,1%	14,8%	28,9%
Volume negociado (R\$ milhões)	51,7	358,0	718,5
Volume médio diário (R\$ milhões)	2,2	2,5	2,9

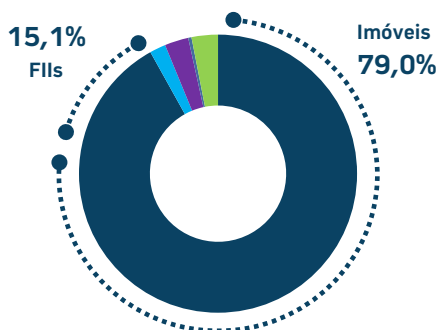


Fonte: Hedge / B3 / Economática

## CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

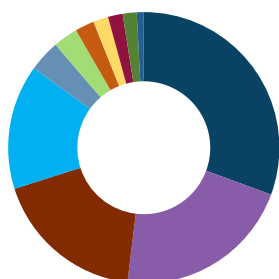
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 20 shopping centers, distribuídos em quinze cidades e seis estados, sendo 15 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 94,1% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 7 shoppings, que totalizam 56% do valor investido em ativos estratégicos.

### DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	94,1%	FIIs Líquidos	2,0%
CRIs e LCIs	3,2%	Fundos RF	0,7%

### DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



ALLOS	31%
AD Shopping	21%
Ancar Ivanhoe	18%
Soul Malls	15%
Plena Malls	4%
SYN	3%
WE9	2%
Iguatemi	2%
HBR	2%
Partage	2%
Alqia	1%

### DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

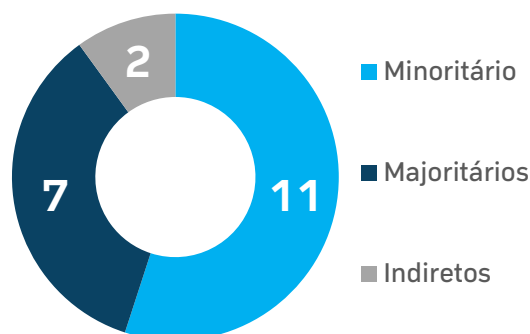


### DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

São Paulo	85%
Tocantins	7%
Santa Catarina	4%
Rio Grande do Sul	2%
Rio de Janeiro	1%
Mato Grosso	1%



### QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



Fonte: Hedge

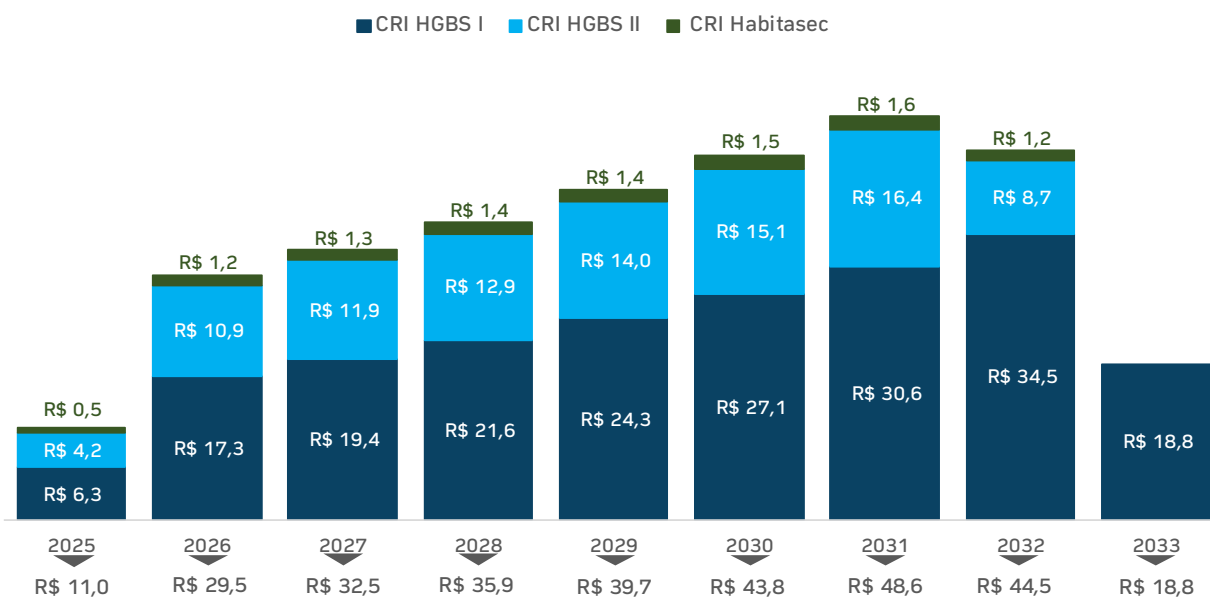


## ALAVANCAGEM DO FUNDO

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

Relação Dívida / PL		11,4%		
<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\$ 102.010.271	R\$ 107.195.719	R\$ 98.041.196	R\$ 10.479.648
<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 (18% 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.

Informamos que no mês de junho ocorreu a alteração da administração do shopping, que passou a ser realizada pela [Ancar Ivanhoe](#), em parceria com a Hedge.

Destacamos que na segunda quinzena de julho o Jardim Sul [sediou](#) o evento gastronômico Carnivoria, um festival de churrasco que se estabeleceu como uma tradição no shopping, oferecendo atrações gastronômicas e de entretenimento, colaborando para a atração de público visitante ao shopping e para o aumento de engajamento nas redes sociais.

**Movimentações comerciais:** entrada do restaurante Ola (48 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
90,0%	28,7 mil m <sup>2</sup>	172	1990	Ancar + Hedge

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



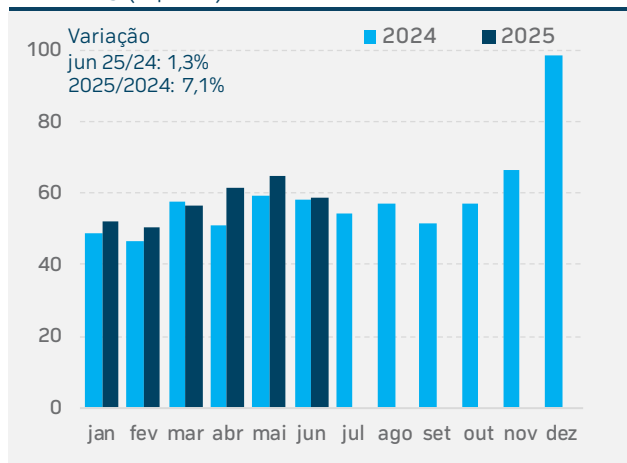
Fotos: Maurício Moreno



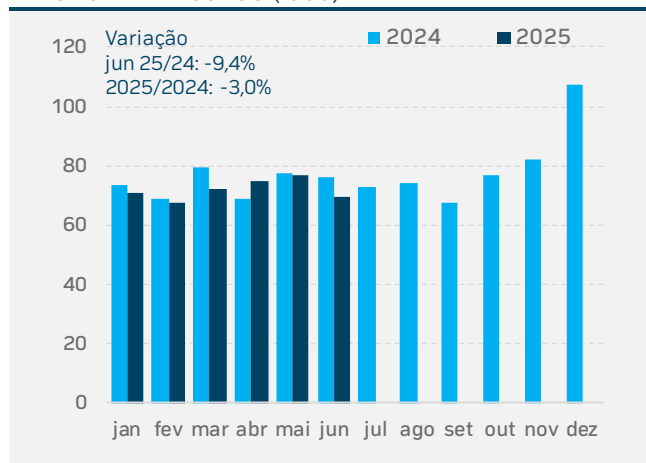
## SHOPPING JARDIM SUL (18% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Variação vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.567.132	2.546.150	1%	17.083.829	17.261.356	-1%
Aluguel complementar	243.990	220.754	11%	1.598.199	1.367.657	17%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	441.141	462.403	-5%	3.275.805	3.136.878	4%
Outras receitas	46.731	64.940	-28%	367.902	631.481	-42%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.298.995</b>	<b>3.294.247</b>	<b>0%</b>	<b>22.325.734</b>	<b>22.397.372</b>	<b>0%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(61.780)	(96.077)	-36%	(414.625)	(567.778)	-27%
Outras despesas	(563.746)	(575.619)	-2%	(3.731.997)	(2.980.906)	25%
<b>Despesas totais</b>	<b>(625.527)</b>	<b>(671.696)</b>	<b>-7%</b>	<b>(4.146.621)</b>	<b>(3.548.684)</b>	<b>17%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.673.468</b>	<b>2.622.551</b>	<b>2%</b>	<b>18.179.113</b>	<b>18.848.688</b>	<b>-4%</b>
Resultado estacionamento	1.101.130	977.558	13%	6.383.311	5.907.811	8%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.774.598</b>	<b>3.600.109</b>	<b>5%</b>	<b>24.562.424</b>	<b>24.756.499</b>	<b>-1%</b>
Benfeitorias	-	(149.000)	-100%	(52.608)	(222.641)	-76%
Resultado não operacional	9.767	(3.693)	-	(132.358)	903.841	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.784.364</b>	<b>3.447.416</b>	<b>10%</b>	<b>24.377.457</b>	<b>25.437.699</b>	<b>-4%</b>

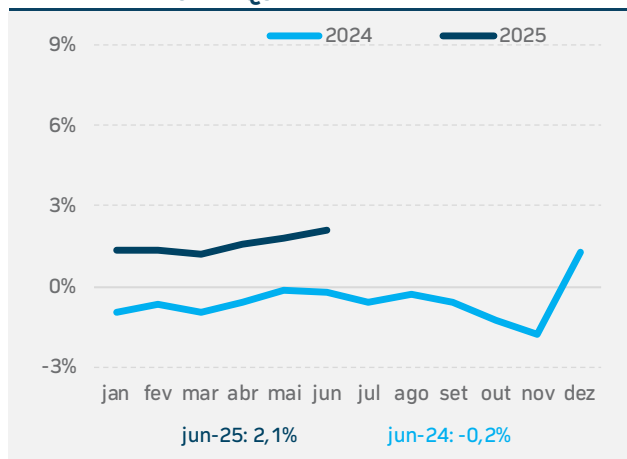
### VENDAS (R\$ MM)



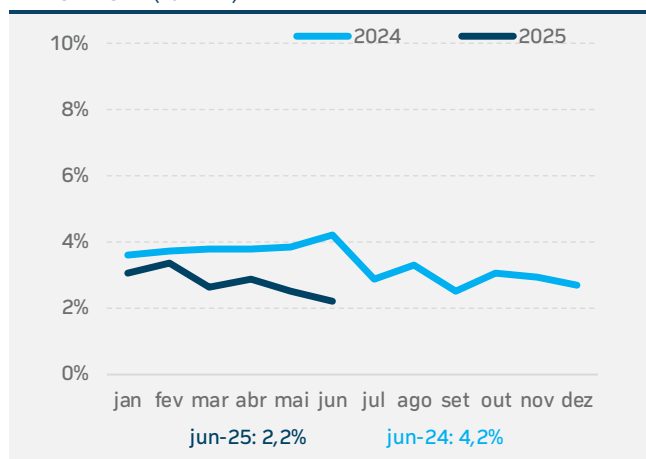
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PENHA (11% DA CARTEIRA)

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

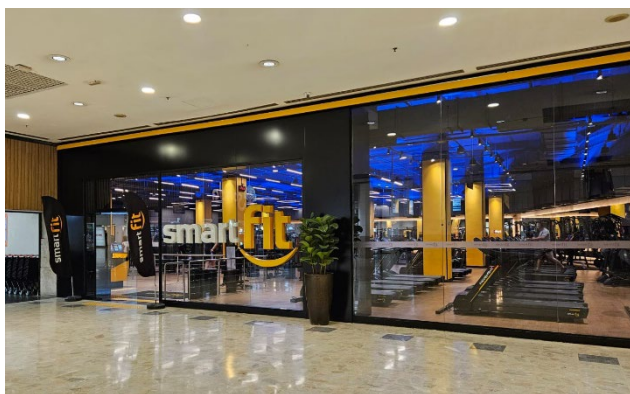
**Movimentações comerciais:** entrada da loja Flor de Marias (42 m<sup>2</sup>).

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)



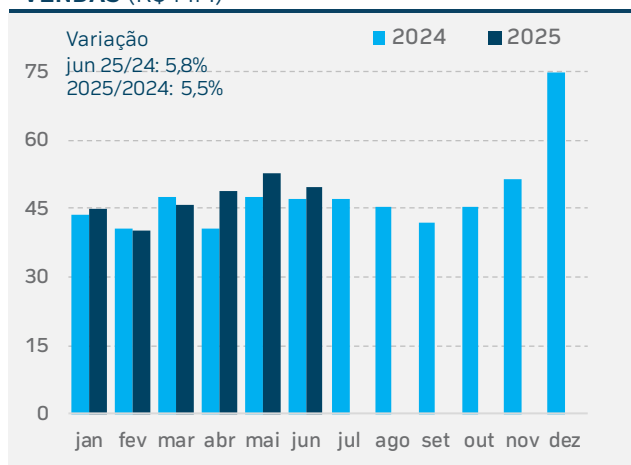
Fotos: Maurício Moreno



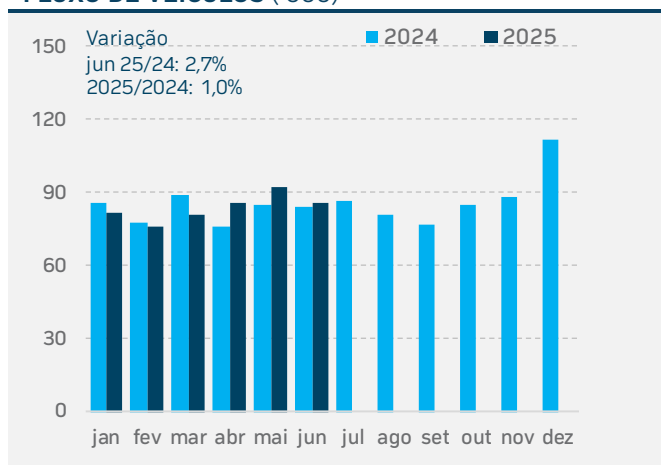
## SHOPPING PENHA (11% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Variação vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.170.469	1.968.290	10%	13.090.315	12.020.742	9%
Aluguel complementar	228.238	184.798	24%	1.282.933	1.320.190	-3%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	460.702	461.919	0%	2.890.250	2.931.549	-1%
Outras receitas	13.686	9.637	42%	79.839	230.101	-65%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.873.095</b>	<b>2.624.644</b>	<b>9%</b>	<b>17.343.337</b>	<b>16.502.582</b>	<b>5%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(299.841)	(296.780)	1%	(1.609.019)	(1.720.196)	-6%
Outras despesas	(221.605)	(206.956)	7%	(1.454.168)	(1.485.311)	-2%
<b>Despesas totais</b>	<b>(521.447)</b>	<b>(503.736)</b>	<b>4%</b>	<b>(3.063.187)</b>	<b>(3.205.507)</b>	<b>-4%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.351.648</b>	<b>2.120.907</b>	<b>11%</b>	<b>14.280.150</b>	<b>13.297.074</b>	<b>7%</b>
Resultado estacionamento	560.083	505.309	11%	3.309.330	3.252.466	2%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.911.732</b>	<b>2.626.217</b>	<b>11%</b>	<b>17.589.480</b>	<b>16.549.541</b>	<b>6%</b>
Benfeitorias	(527.607)	(336.343)	57%	(4.663.017)	(1.061.629)	339%
Resultado não operacional	(2.200)	(2.200)	0%	(13.200)	219.546	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.381.925</b>	<b>2.287.674</b>	<b>4%</b>	<b>12.913.263</b>	<b>15.707.458</b>	<b>-18%</b>

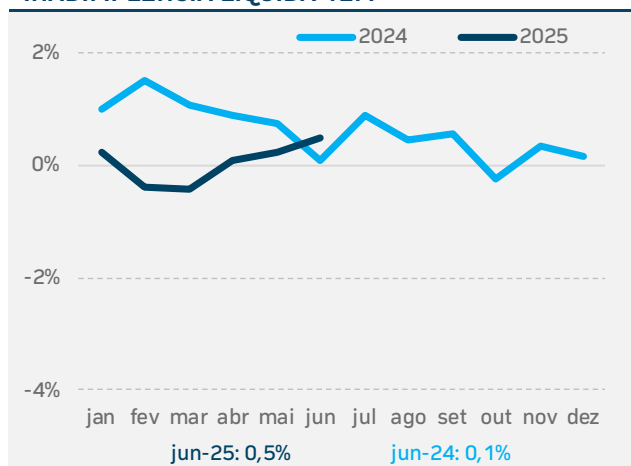
### VENDAS (R\$ MM)



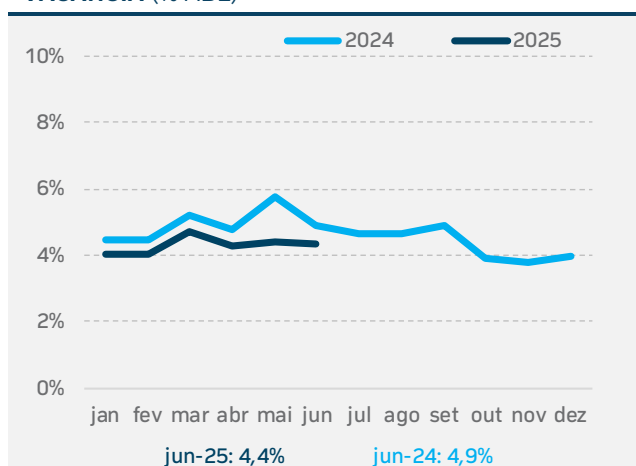
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

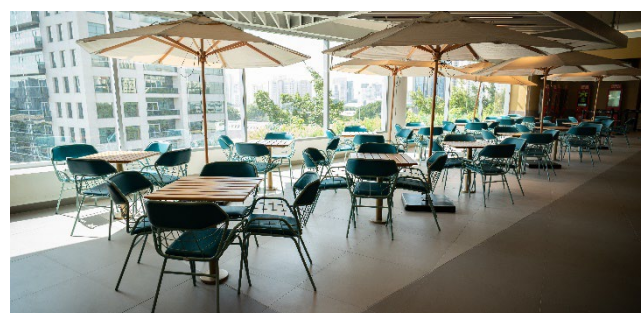
Destacamos que a obra da praça de alimentação foi finalizada, restando apenas alguns detalhes finais. O projeto traz como principal novidade a abertura de uma grande janela que traz iluminação natural para o ambiente e uma ampla vista da região onde o Shopping está inserido. Esta área contempla um mobiliário mais descontraído e confortável, além do novo acesso do cinema. Adicionalmente, o projeto contou com a ampliação da 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.

**Movimentações comerciais:** sem alterações.

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)



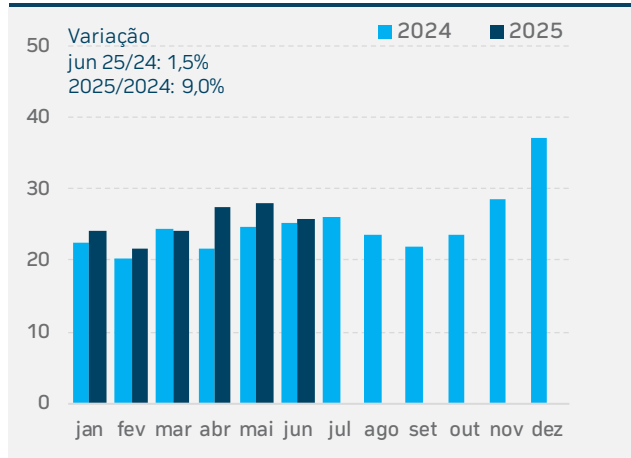
**Fotos:** Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).



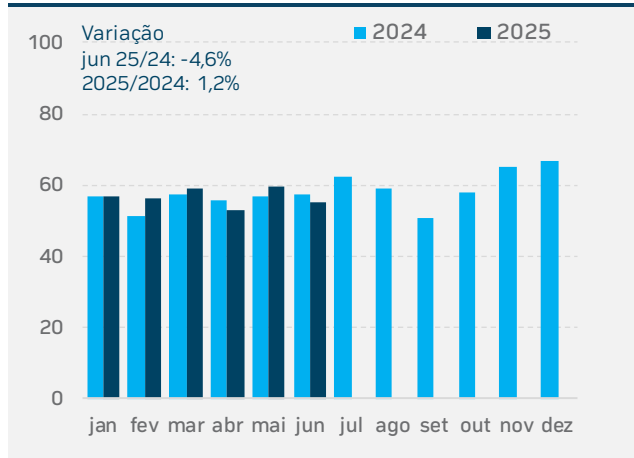
## SHOPPING WEST PLAZA (7% da carteira – 6% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.466.866	1.194.106	23%	9.239.784	8.344.737	11%
Aluguel complementar	186.345	158.857	17%	1.010.032	1.140.218	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	258.804	263.317	-2%	1.790.012	1.539.820	16%
Outras receitas	11.827	1.673	-	50.871	691.714	-93%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.923.842</b>	<b>1.617.953</b>	<b>19%</b>	<b>12.090.699</b>	<b>11.716.490</b>	<b>3%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(808.980)	(738.427)	10%	(5.150.540)	(3.983.479)	29%
Outras despesas	(299.539)	(256.551)	17%	(2.070.793)	(1.804.175)	15%
<b>Despesas totais</b>	<b>(1.108.519)</b>	<b>(994.978)</b>	<b>11%</b>	<b>(7.221.333)</b>	<b>(5.787.655)</b>	<b>25%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>815.323</b>	<b>622.976</b>	<b>31%</b>	<b>4.869.366</b>	<b>5.928.835</b>	<b>-18%</b>
Resultado estacionamento	611.462	635.519	-4%	3.879.037	3.263.508	19%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.426.785</b>	<b>1.258.495</b>	<b>13%</b>	<b>8.748.403</b>	<b>9.192.343</b>	<b>-5%</b>
Benefitorias	(1.561.560)	(1.334.415)	17%	(11.409.020)	(3.788.805)	201%
Resultado não operacional	-	(7.239)	-100%	-	(73.692)	-100%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>(134.775)</b>	<b>(83.159)</b>	<b>62%</b>	<b>(2.660.617)</b>	<b>5.329.846</b>	<b>-</b>

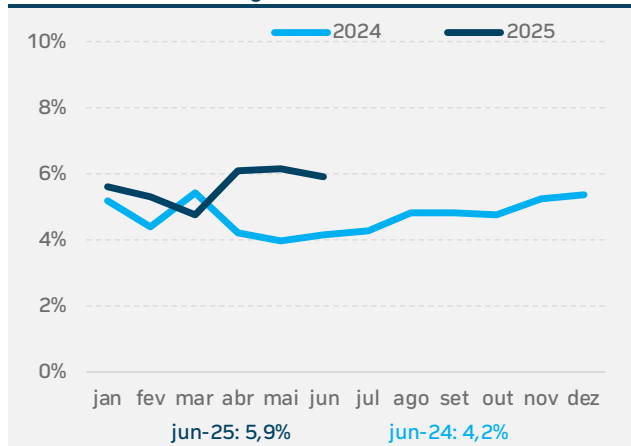
### VENDAS (R\$ MM)



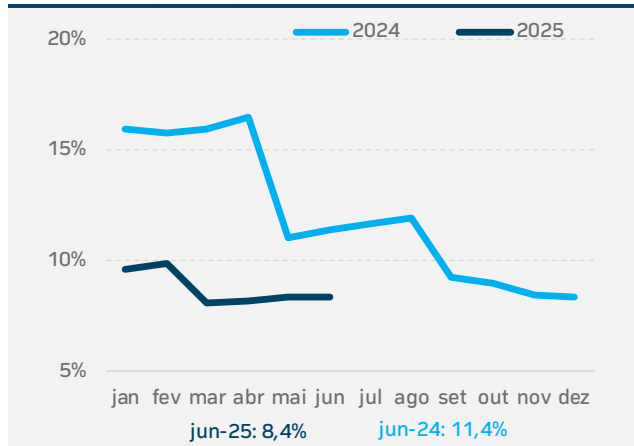
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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 shopping assinou contrato para a entrada da Sephora, que ocupará uma área de 331 m<sup>2</sup>, com inauguração prevista para o mês de setembro. Esta entrada reforça muito a qualificação do mix de lojistas do Mooca, colaborando para a atração de clientes e destacamento do Mooca na posição de dominância na região.

**Movimentações comerciais:** saídas da Monte Carlo Jóias (106 m<sup>2</sup>) e Caipira Express (54 m<sup>2</sup>). Vale destacar que a Monte Carlo já possui contrato assinado para ocupar outra área do shopping, e sua entrada deverá ser contabilizada na vacância do shopping nos próximos meses.

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 Atlético, Renner, Pecorino, Outback, Riachuelo, Sephora (a inaugurar), Zara.

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

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



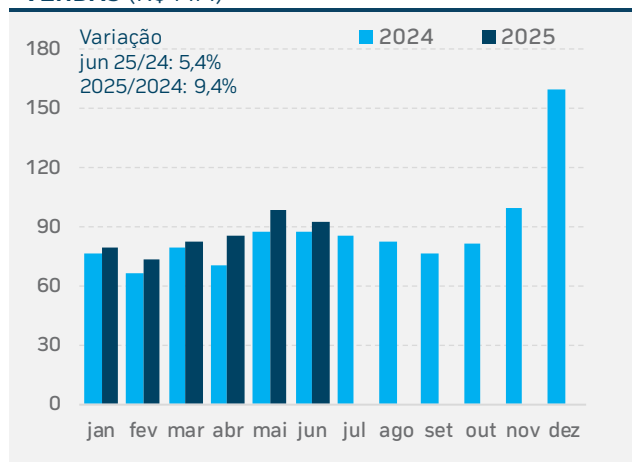
Fotos: Maurício Moreno.



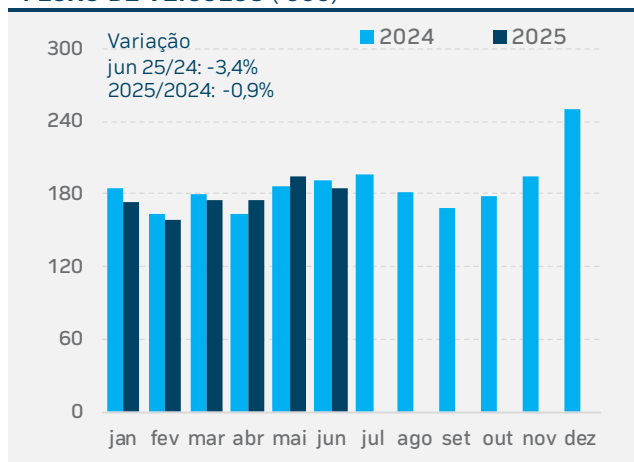
## MOOCA PLAZA SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.915.445	4.500.035	9%	31.532.370	30.077.852	5%
Aluguel complementar	577.329	422.472	37%	3.277.592	2.774.091	18%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	953.779	889.762	7%	5.363.719	5.042.570	6%
Outras receitas	220.455	(31.983)	-	1.265.493	1.443.217	-12%
<b>Receitas totais</b>	<b>6.667.007</b>	<b>5.780.285</b>	<b>15%</b>	<b>41.439.173</b>	<b>39.337.731</b>	<b>5%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(45.615)	(154.429)	-70%	(508.734)	(842.064)	-40%
Outras despesas	(1.570.535)	(1.391.740)	13%	(9.349.538)	(8.922.363)	5%
<b>Despesas totais</b>	<b>(1.616.150)</b>	<b>(1.546.169)</b>	<b>5%</b>	<b>(9.858.272)</b>	<b>(9.764.427)</b>	<b>1%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>5.050.857</b>	<b>4.234.116</b>	<b>19%</b>	<b>31.580.901</b>	<b>29.573.304</b>	<b>7%</b>
Resultado estacionamento	2.106.705	1.774.917	19%	11.202.367	10.872.500	3%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>7.157.562</b>	<b>6.009.033</b>	<b>19%</b>	<b>42.783.268</b>	<b>40.445.804</b>	<b>6%</b>
Benfeitorias	(1.163.928)	(710.946)	64%	(3.988.048)	(1.131.206)	253%
Resultado não operacional	18.070	3.954	357%	53.427	72.707	-27%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>6.011.704</b>	<b>5.302.041</b>	<b>13%</b>	<b>38.848.646</b>	<b>39.387.305</b>	<b>-1%</b>

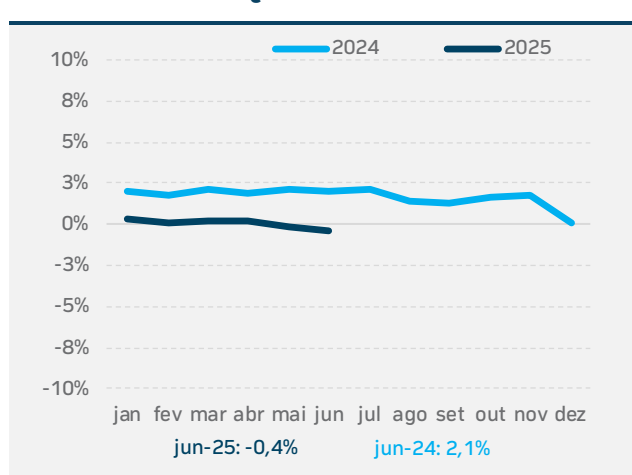
### VENDAS (R\$ MM)



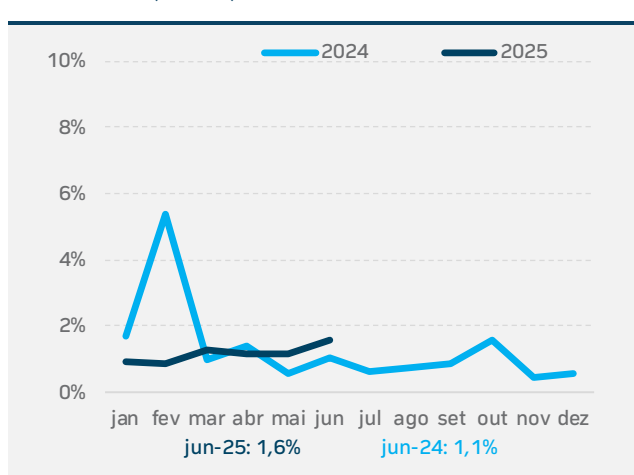
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

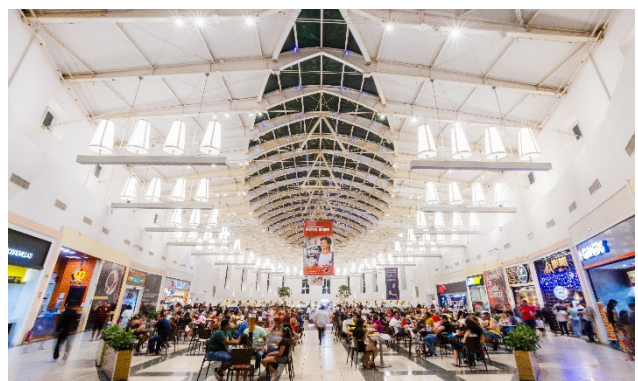
**Movimentações comerciais:** entrada da loja Dois Mari Closet (50 m<sup>2</sup>) e saídas da Elite Bike Shop (158 m<sup>2</sup>), IPlace (133 m<sup>2</sup>) e TXC (57 m<sup>2</sup>). Vale destacar que tivemos a entrada da Exposição Imersiva Van Gogh & Impressionistas na área que antes era ocupada pela Casas Bahia.

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)

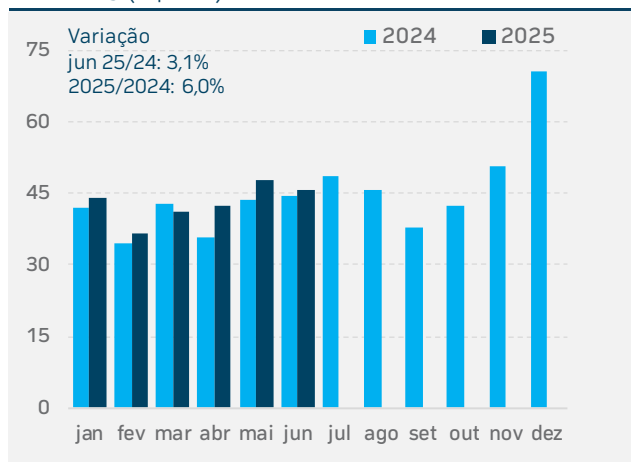




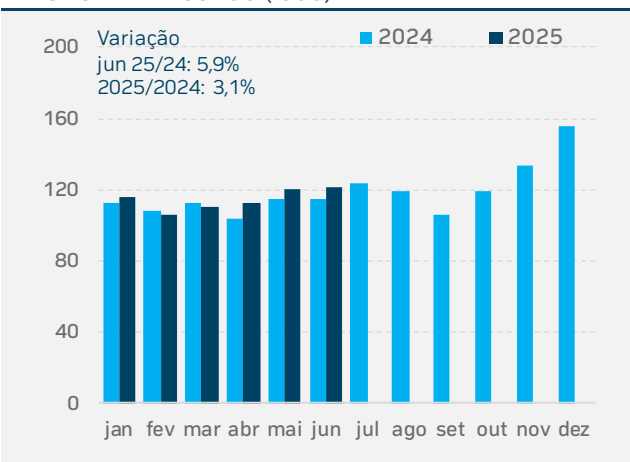
## CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.664.497	1.410.250	18%	10.296.783	9.278.086	11%
Aluguel complementar	587.815	503.253	17%	3.123.531	2.567.589	22%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	513.481	439.237	17%	3.071.322	2.639.623	16%
Outras receitas	95.608	96.941	-1%	408.576	357.005	14%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.861.401</b>	<b>2.449.681</b>	<b>17%</b>	<b>16.900.212</b>	<b>14.842.303</b>	<b>14%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(41.037)	(44.027)	-7%	(228.541)	(244.752)	-7%
Outras despesas	(316.038)	(211.526)	49%	(1.665.692)	(1.780.499)	-6%
<b>Despesas totais</b>	<b>(357.075)</b>	<b>(255.553)</b>	<b>40%</b>	<b>(1.894.233)</b>	<b>(2.025.251)</b>	<b>-6%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.504.326</b>	<b>2.194.128</b>	<b>14%</b>	<b>15.005.979</b>	<b>12.817.052</b>	<b>17%</b>
Resultado estacionamento	544.640	450.644	21%	3.277.451	2.643.983	24%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.048.966</b>	<b>2.644.772</b>	<b>15%</b>	<b>18.283.430</b>	<b>15.461.035</b>	<b>18%</b>
Benefitorias	(171.371)	-	-	(564.961)	-	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.877.595</b>	<b>2.644.772</b>	<b>9%</b>	<b>17.718.469</b>	<b>15.461.035</b>	<b>15%</b>

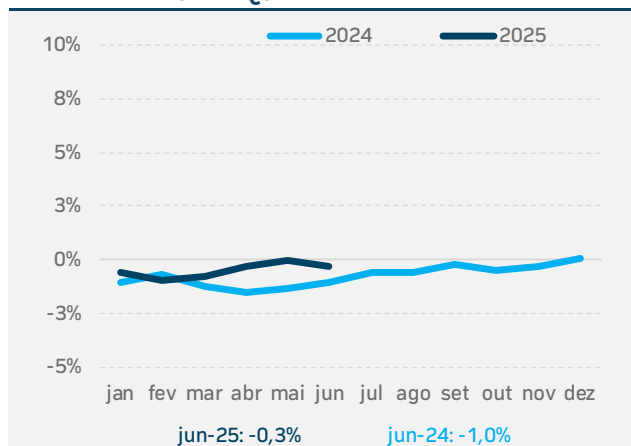
### VENDAS (R\$ MM)



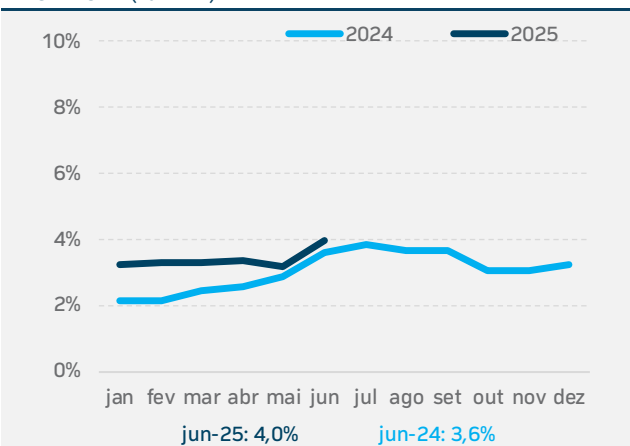
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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:** Oficial (108 m<sup>2</sup>) e Milon (36m<sup>2</sup>), saídas da Sleephouse (108 m<sup>2</sup>) e Kidstock (29 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)



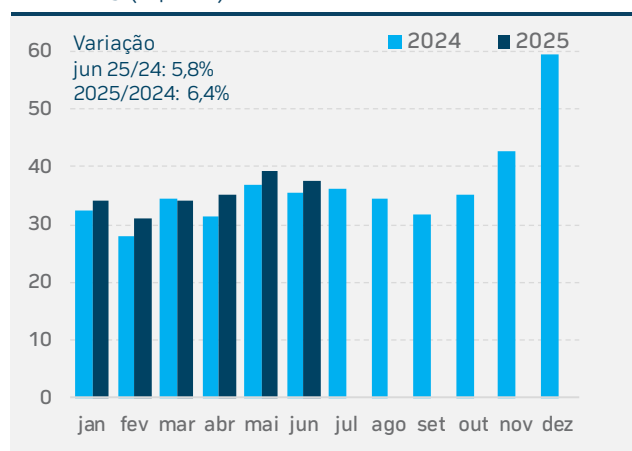
Fotos: Maurício Moreno



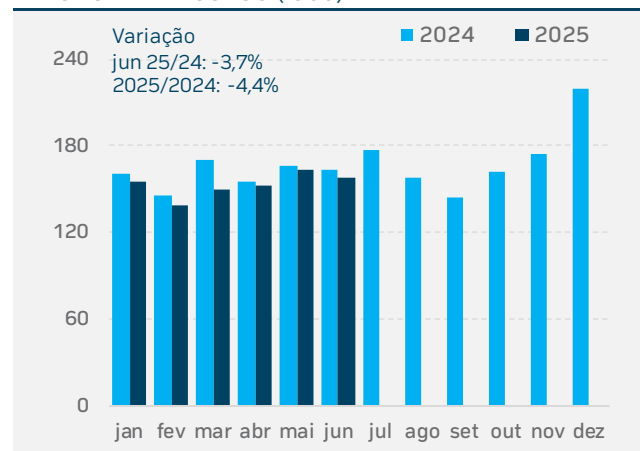
## TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.558.828	1.512.221	3%	9.919.173	9.368.522	6%
Aluguel complementar	198.656	182.808	9%	1.355.550	1.311.701	3%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	265.014	235.304	13%	1.387.938	1.444.927	-4%
Outras receitas	64.984	37.438	74%	430.406	852.610	-50%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.087.482</b>	<b>1.967.770</b>	<b>6%</b>	<b>13.093.067</b>	<b>12.977.760</b>	<b>1%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(53.744)	(42.950)	25%	(277.078)	(296.215)	-6%
Outras despesas	(186.850)	(150.266)	24%	(1.398.194)	(1.158.287)	21%
<b>Despesas totais</b>	<b>(240.594)</b>	<b>(193.216)</b>	<b>25%</b>	<b>(1.675.272)</b>	<b>(1.454.502)</b>	<b>15%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.846.888</b>	<b>1.774.554</b>	<b>4%</b>	<b>11.417.795</b>	<b>11.523.258</b>	<b>-1%</b>
Resultado estacionamento	654.100	552.225	18%	3.944.672	3.433.977	15%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.500.988</b>	<b>2.326.779</b>	<b>7%</b>	<b>15.362.467</b>	<b>14.957.235</b>	<b>3%</b>
Benfeitorias	(281.489)	(12.877)	2086%	(493.279)	(2.253.168)	-78%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.219.499</b>	<b>2.313.902</b>	<b>-4%</b>	<b>14.869.189</b>	<b>12.704.067</b>	<b>17%</b>

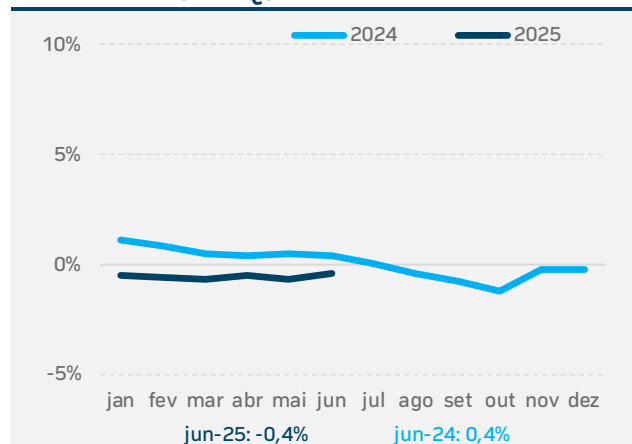
### VENDAS (R\$ MM)



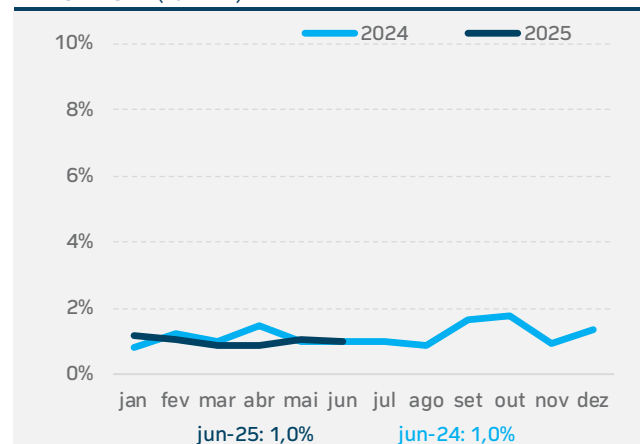
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

**Movimentações comerciais:** entradas da Puro Gelato (73 m<sup>2</sup>) e Chute a Gol (30 m<sup>2</sup>), saídas da Internacional Pets (124 m<sup>2</sup>), Boralê (115 m<sup>2</sup>), Tennis Station (111 m<sup>2</sup>), IPlace (63 m<sup>2</sup>), Los Mex (42 m<sup>2</sup>) e Brasil Cacau (40 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)



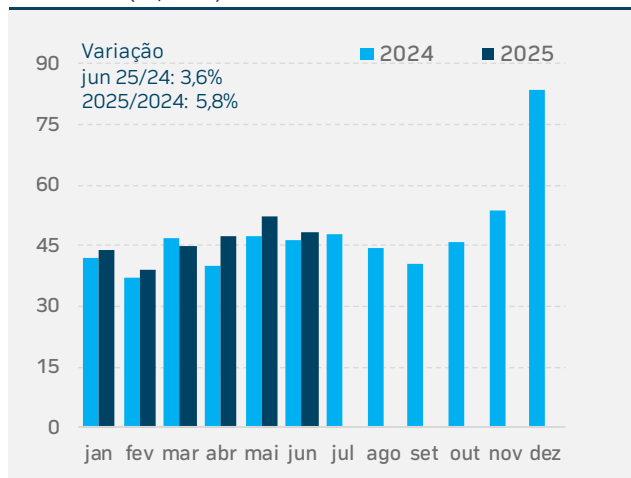
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



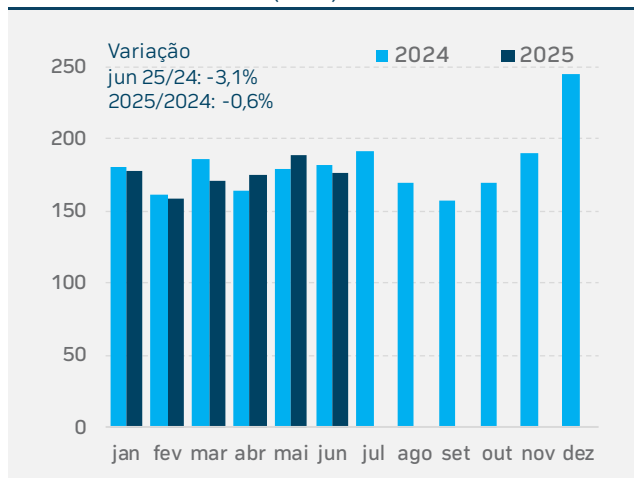
## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.230.239	2.186.243	2%	14.784.457	14.490.247	2%
Aluguel complementar	203.238	191.046	6%	1.174.534	1.324.407	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	399.555	402.745	-1%	2.684.211	2.474.974	8%
Outras receitas	353.536	195.393	81%	1.039.057	827.069	26%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.186.568</b>	<b>2.975.428</b>	<b>7%</b>	<b>19.682.259</b>	<b>19.116.697</b>	<b>3%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(192.777)	(86.713)	122%	(769.271)	(671.324)	15%
Outras despesas	(553.664)	(390.835)	42%	(3.617.549)	(2.799.842)	29%
<b>Despesas totais</b>	<b>(746.441)</b>	<b>(477.548)</b>	<b>56%</b>	<b>(4.386.820)</b>	<b>(3.471.166)</b>	<b>26%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.440.127</b>	<b>2.497.880</b>	<b>-2%</b>	<b>15.295.439</b>	<b>15.645.531</b>	<b>-2%</b>
Resultado estacionamento	1.290.591	1.046.467	23%	7.421.501	6.460.901	15%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.730.718</b>	<b>3.544.346</b>	<b>5%</b>	<b>22.716.940</b>	<b>22.106.432</b>	<b>3%</b>
Benefitorias	(39.688)	(224.706)	-82%	(932.290)	(364.706)	156%
Resultado não operacional	14.852	(59.531)	-	23.259	2.892	704%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.705.882</b>	<b>3.260.109</b>	<b>14%</b>	<b>21.807.909</b>	<b>21.744.617</b>	<b>0%</b>

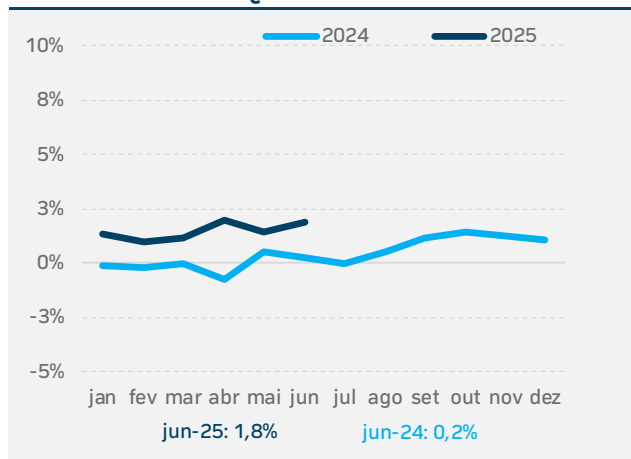
### VENDAS (R\$ MM)



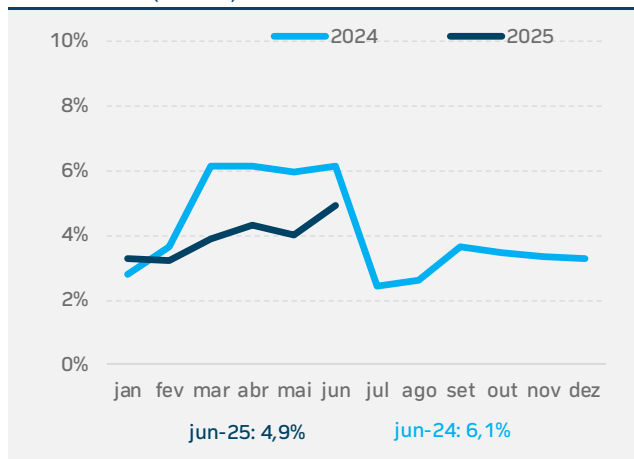
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## BOULEVARD SHOPPING BAURU (5% 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 no início de agosto a dupla sertaneja Chitãozinho & Xororó [realizou](#) no Boulevard Bauru o show da nova turnê “ChX | Uma História de Sucesso”. O evento, que reuniu mais de 5 mil pessoas e alcançou um engajamento de mais de 1,5 milhão de acessos nas redes sociais, consolida o Bauru não apenas como o maior centro de compras da região, mas também como um dos destinos mais atrativos para lazer e entretenimento.

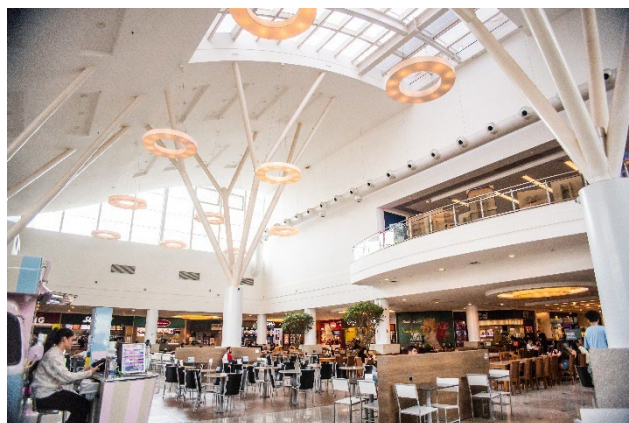
**Movimentações comerciais:** entrada da Case Screen (29 m<sup>2</sup>) saída da Bem Querer Donuts (112 m<sup>2</sup>).

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

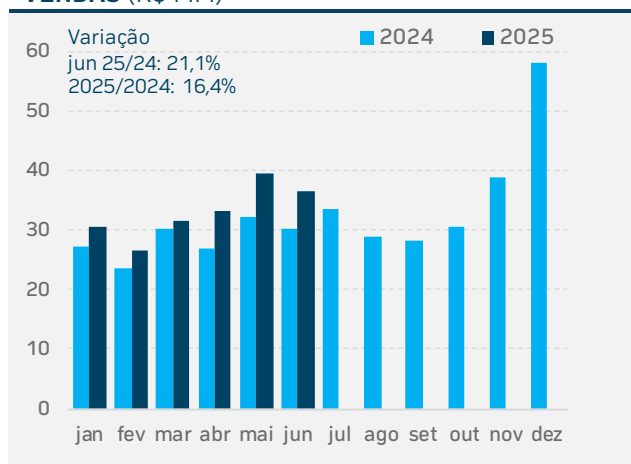




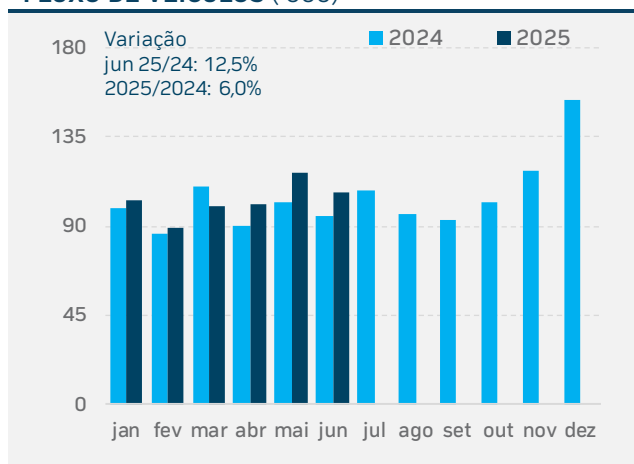
## BOULEVARD SHOPPING BAURU (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Variação vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.221.590	1.005.942	21%	8.366.574	7.784.430	7%
Aluguel complementar	303.875	209.244	45%	1.522.397	1.221.550	25%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	402.401	280.668	43%	2.134.327	1.833.412	16%
Outras receitas	34.828	14.714	-	34.710	96.298	-
<b>Receitas totais</b>	<b>1.962.695</b>	<b>1.510.568</b>	<b>30%</b>	<b>12.058.008</b>	<b>10.935.689</b>	<b>10%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(200.820)	-	-	(1.273.232)	(1.170.175)	9%
Outras despesas	(222.733)	(136.950)	63%	(1.541.343)	(1.154.467)	34%
<b>Despesas totais</b>	<b>(423.552)</b>	<b>(136.950)</b>	<b>209%</b>	<b>(2.814.575)</b>	<b>(2.324.642)</b>	<b>21%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.539.142</b>	<b>1.373.618</b>	<b>12%</b>	<b>9.243.433</b>	<b>8.611.048</b>	<b>7%</b>
Resultado estacionamento	473.788	363.246	30%	2.632.120	2.096.844	26%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.012.930</b>	<b>1.736.864</b>	<b>16%</b>	<b>11.875.552</b>	<b>10.707.892</b>	<b>11%</b>
Benfeitorias	-	(270)	-100%	(2.649)	(114.434)	-98%
Resultado não operacional	56.543	58.723	-4%	84.329	(41.191)	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.069.474</b>	<b>1.795.317</b>	<b>15%</b>	<b>11.957.232</b>	<b>10.552.267</b>	<b>13%</b>

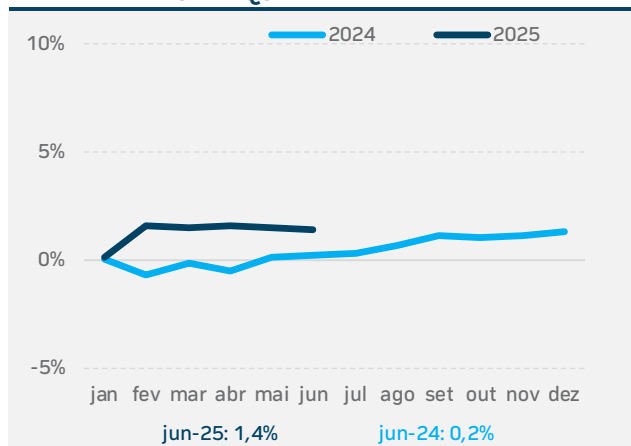
### VENDAS (R\$ MM)



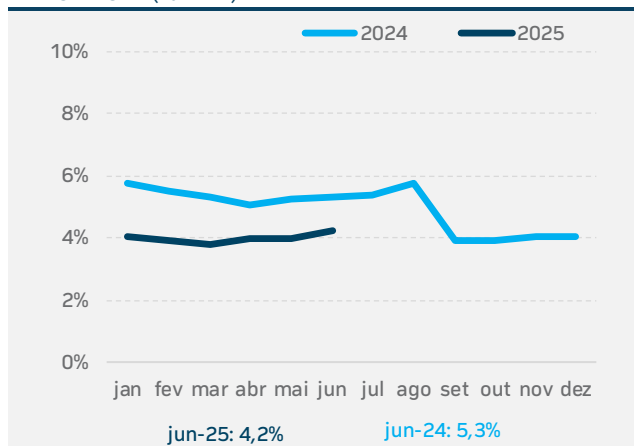
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

Destacamos que o Shopping VillaLobos será patrocinador oficial do [SP Open](#), torneio feminino de tênis na categoria WTA 250 que será disputado pela primeira vez em setembro de 2025 no Parque Villa-Lobos. O SP Open marca o retorno da WTA a São Paulo após 25 anos, quando a cidade recebeu o Brasil Open de 2000.

Dentre outras ações e ativações de marca, o VillaLobos irá [sortear](#) 30 pares de ingressos do evento para os clientes e usuários do programa de benefícios do shopping.

**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

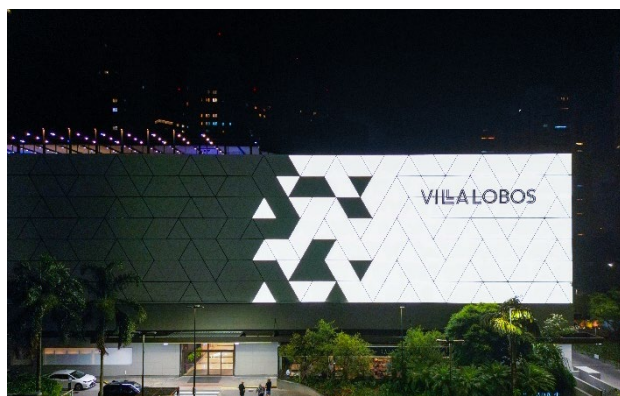
**Principais Operações:** St. Marche, Zara, MAC, Le Lis Blanc, Cinemark, Outback, Ráscal, Cortés.

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

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



Fotos: Maurício Moreno.



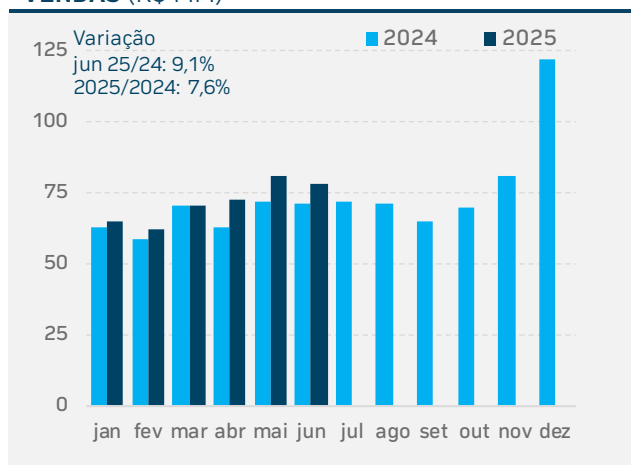
Fotos: Fachada revitalizada.



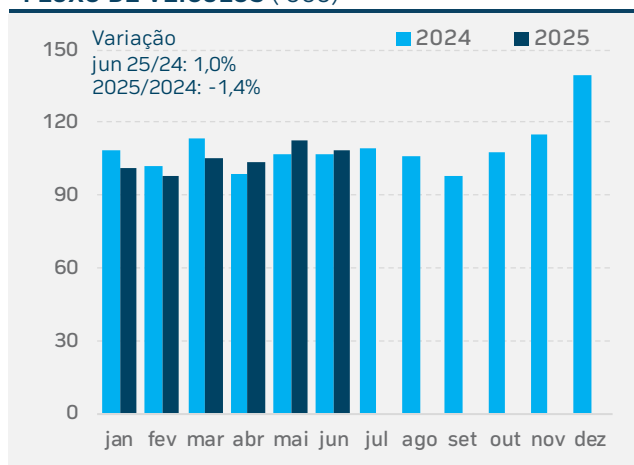
## SHOPPING VILLALOBOS (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.136.525	4.121.288	0%	27.926.099	27.933.614	0%
Aluguel complementar	469.352	367.692	28%	3.017.819	3.083.658	-2%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.795.118	684.139	162%	5.173.374	4.956.046	4%
Outras receitas	382.322	192.401	99%	1.259.008	969.672	30%
<b>Receitas totais</b>	<b>6.783.317</b>	<b>5.365.518</b>	<b>26%</b>	<b>37.376.300</b>	<b>36.942.991</b>	<b>1%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(245.415)	(214.587)	14%	(1.016.044)	(1.021.833)	-1%
Outras despesas	(593.222)	(605.943)	-2%	(3.789.860)	(4.135.302)	-8%
<b>Despesas totais</b>	<b>(838.636)</b>	<b>(820.530)</b>	<b>2%</b>	<b>(4.805.904)</b>	<b>(5.157.135)</b>	<b>-7%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>5.944.680</b>	<b>4.544.988</b>	<b>31%</b>	<b>32.570.396</b>	<b>31.785.856</b>	<b>2%</b>
Resultado estacionamento	1.689.183	1.384.796	22%	9.406.549	8.641.254	9%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>7.633.863</b>	<b>5.929.785</b>	<b>29%</b>	<b>41.976.944</b>	<b>40.427.110</b>	<b>4%</b>
Benefitorias	(638.077)	(171.337)	272%	(4.214.312)	(6.946.126)	-39%
Resultado não operacional	61.075	37.566	63%	206.743	157.050	32%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>7.056.861</b>	<b>5.796.014</b>	<b>22%</b>	<b>37.969.375</b>	<b>33.638.034</b>	<b>13%</b>

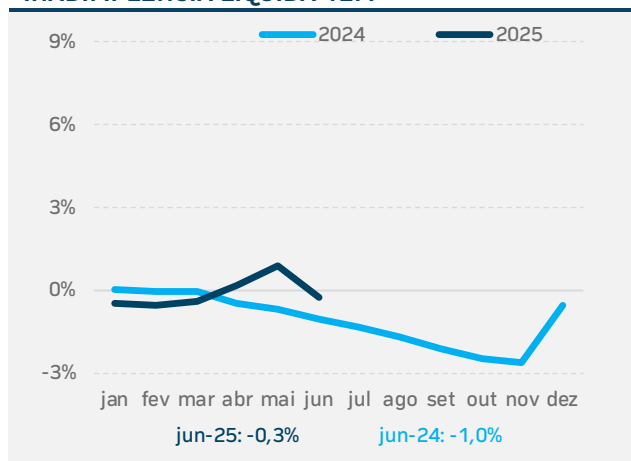
### VENDAS (R\$ MM)



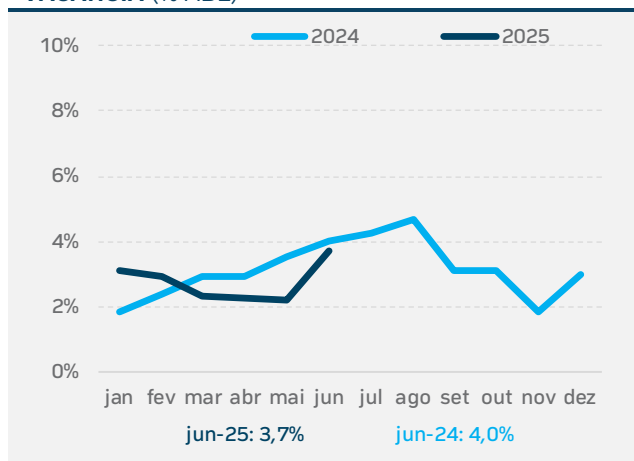
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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:** entrada da Dafyne (670 m<sup>2</sup>) e saída da Super Tubes (101 m<sup>2</sup>).

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

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

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

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



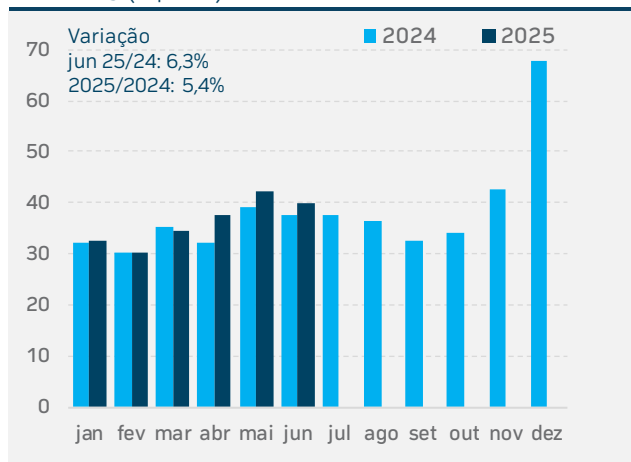
Fotos: Maurício Moreno.



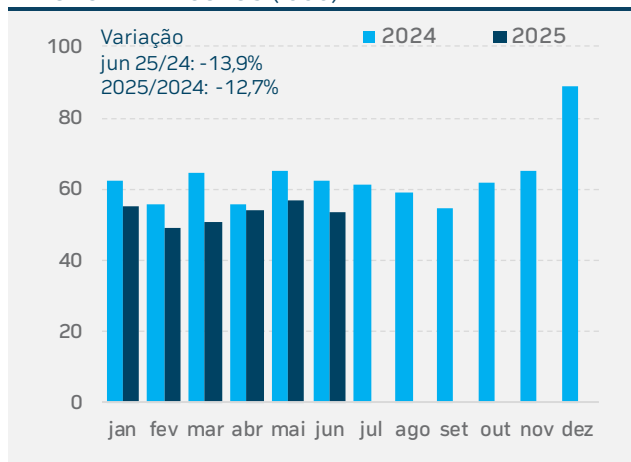
## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (4% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.472.224	2.120.715	17%	15.407.887	14.562.378	6%
Aluguel complementar	149.446	144.563	3%	787.375	700.664	12%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	397.232	420.049	-5%	2.320.736	2.385.065	-3%
Outras receitas	33.095	112.743	-71%	325.563	451.083	-28%
<b>Receitas totais</b>	<b>3.051.997</b>	<b>2.798.070</b>	<b>9%</b>	<b>18.841.560</b>	<b>18.099.190</b>	<b>4%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(77.622)	(86.617)	-10%	(534.696)	(525.470)	2%
Outras despesas	(268.574)	(210.065)	28%	(1.325.225)	(1.200.197)	10%
<b>Despesas totais</b>	<b>(346.196)</b>	<b>(296.682)</b>	<b>17%</b>	<b>(1.859.921)</b>	<b>(1.725.667)</b>	<b>8%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>2.705.801</b>	<b>2.501.388</b>	<b>8%</b>	<b>16.981.639</b>	<b>16.373.523</b>	<b>4%</b>
Resultado estacionamento	445.273	445.346	0%	2.539.433	2.538.470	0%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>3.151.074</b>	<b>2.946.734</b>	<b>7%</b>	<b>19.521.072</b>	<b>18.911.993</b>	<b>3%</b>
Benefitorias	(150.000)	-	-	218.103	-	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>3.001.074</b>	<b>2.946.734</b>	<b>2%</b>	<b>19.739.175</b>	<b>18.911.993</b>	<b>4%</b>

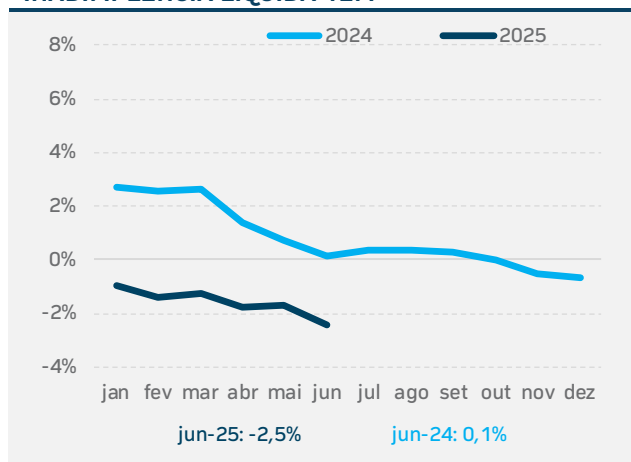
### VENDAS (R\$ MM)



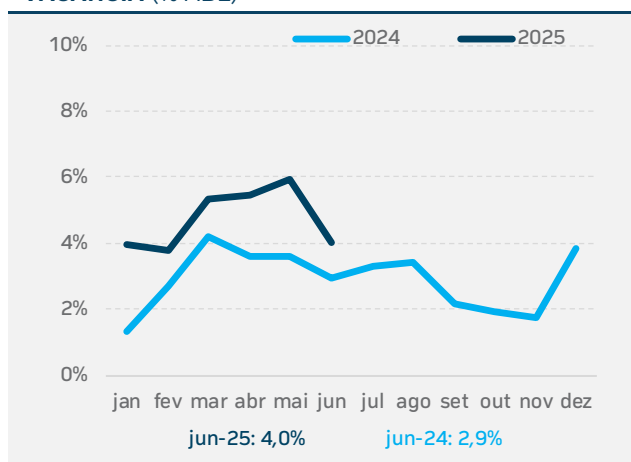
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

**Movimentações comerciais:** entrada da Madrid Shoes & Co (55 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/)

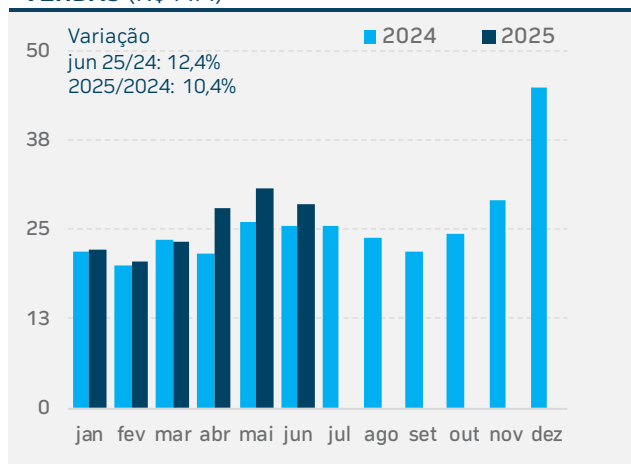




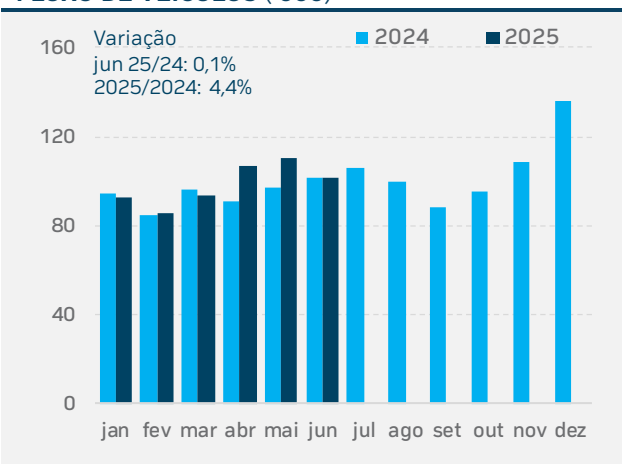
## SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	858.747	716.960	20%	5.632.463	5.338.415	6%
Aluguel complementar	271.125	236.710	15%	1.364.554	1.305.748	5%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	375.090	310.911	21%	2.818.520	2.242.078	26%
Outras receitas	70.824	10.359	584%	220.943	198.844	11%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.575.786</b>	<b>1.274.940</b>	<b>24%</b>	<b>10.036.480</b>	<b>9.085.086</b>	<b>10%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(88.783)	(114.743)	-23%	(469.581)	(586.681)	-20%
Outras despesas	(209.631)	(109.505)	91%	(820.653)	(679.392)	21%
<b>Despesas totais</b>	<b>(298.414)</b>	<b>(224.248)</b>	<b>33%</b>	<b>(1.290.234)</b>	<b>(1.266.073)</b>	<b>2%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.277.373</b>	<b>1.050.692</b>	<b>22%</b>	<b>8.746.246</b>	<b>7.819.013</b>	<b>12%</b>
Resultado estacionamento	541.996	393.007	38%	2.658.834	2.006.505	33%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>1.819.369</b>	<b>1.443.699</b>	<b>26%</b>	<b>11.405.080</b>	<b>9.825.518</b>	<b>16%</b>
Benefitorias	(195.394)	(48.380)	304%	(3.470.742)	(358.930)	867%
Resultado não operacional	(175)	-	-	(22.872)	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.623.800</b>	<b>1.395.319</b>	<b>16%</b>	<b>7.911.466</b>	<b>9.466.589</b>	<b>-16%</b>

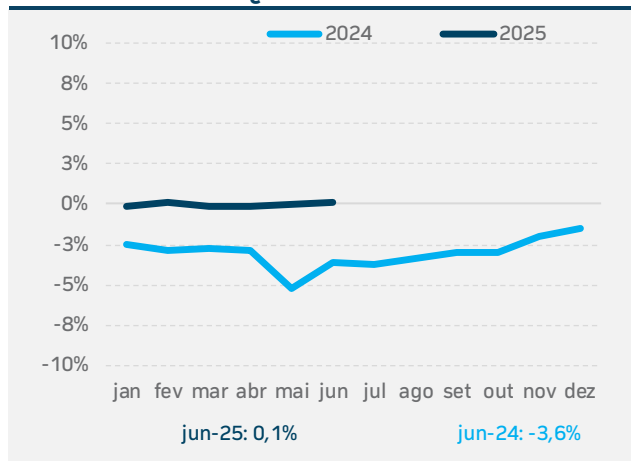
### VENDAS (R\$ MM)



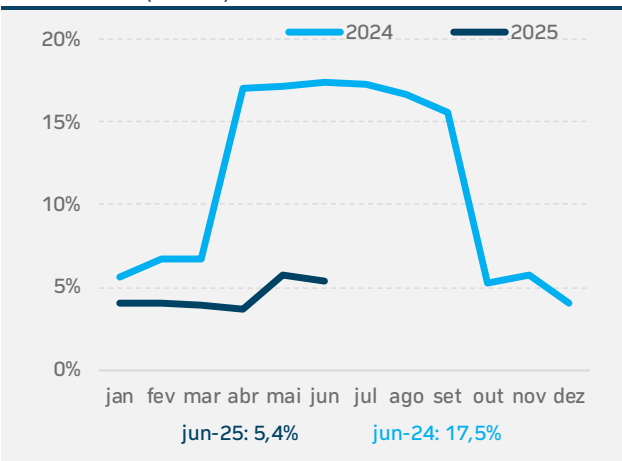
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

Destacamos que os indicadores de vendas e fluxo de veículos de maio/24 e os indicadores de NOI e inadimplência líquida de junho/24 foram fortemente impactados pela tragédia climática ocorrida no Rio Grande do Sul, o que acaba distorcendo as comparações com os indicadores nos mesmos meses de 2025.

**Movimentações comerciais:** entrada da Columbia Sportswear (130 m<sup>2</sup>) e saída da Melissa (86 m<sup>2</sup>).

PARTICIPAÇÃO 18,4%	ABL TOTAL 20,1 mil m <sup>2</sup>	OPERAÇÕES 92	INAUGURAÇÃO 2013	OPERADOR Iguatemi
<b>Principais Operações:</b> Nike Outlet, Adidas, Puma, Hugo Boss, Calvin Klein, Diesel, Dolce & Gabbana e Tommy Hilfiger				
<b>Endereço:</b> Rodovia BR 116 Km 239 – Novo Hamburgo, RS			<a href="http://iguatemi.com.br/ifashionoutleth">iguatemi.com.br/ifashionoutleth</a>	

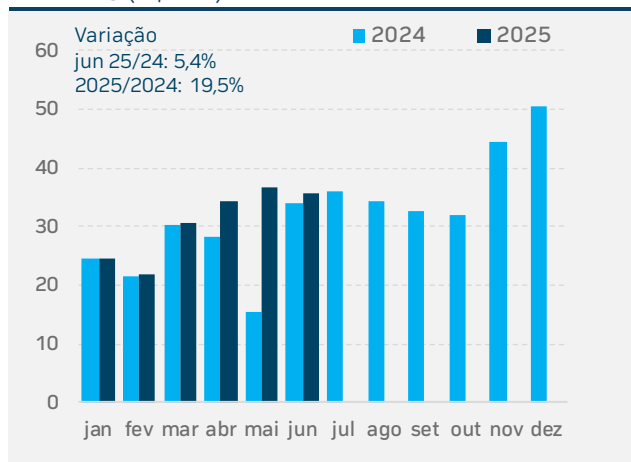




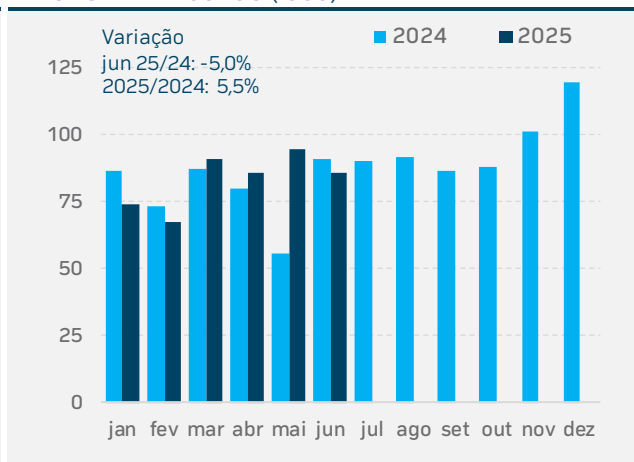
## I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.204.762	387.070	211%	7.629.903	6.339.822	20%
Aluguel complementar	534.071	127.984	317%	2.642.030	2.171.021	22%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	128.040	69.890	83%	805.137	585.989	37%
Outras receitas	70.577	1.245	5569%	119.001	251.840	-53%
<b>Receitas totais</b>	<b>1.937.449</b>	<b>586.189</b>	<b>231%</b>	<b>11.196.070</b>	<b>9.348.672</b>	<b>20%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(101.193)	(44.318)	128%	(451.083)	(358.381)	26%
Outras despesas	(128.569)	(88.977)	44%	(972.573)	(813.639)	20%
<b>Despesas totais</b>	<b>(229.762)</b>	<b>(133.295)</b>	<b>72%</b>	<b>(1.423.656)</b>	<b>(1.172.020)</b>	<b>21%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.707.687</b>	<b>452.894</b>	<b>277%</b>	<b>9.772.414</b>	<b>8.176.652</b>	<b>20%</b>
Resultado estacionamento	382.308	149.802	155%	2.091.006	618.506	238%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.089.995</b>	<b>602.696</b>	<b>247%</b>	<b>11.863.420</b>	<b>8.795.158</b>	<b>35%</b>
Benfeitorias	(29.866)	(173.429)	-83%	(131.081)	(984.558)	-87%
Resultado não operacional	(8.014)	7.108	-	(426.340)	(392.724)	9%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.052.116</b>	<b>436.376</b>	<b>370%</b>	<b>11.305.999</b>	<b>7.417.876</b>	<b>52%</b>

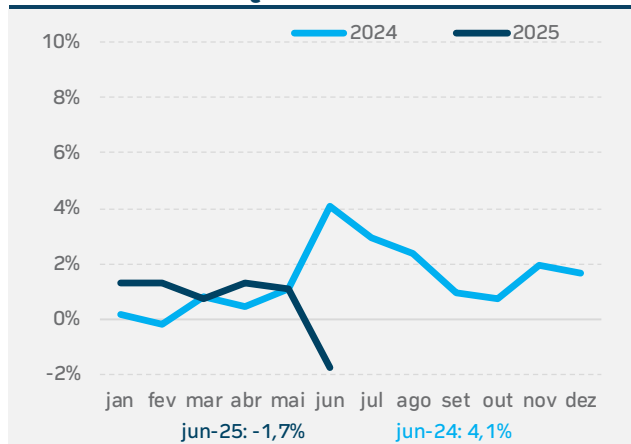
### VENDAS (R\$ MM)



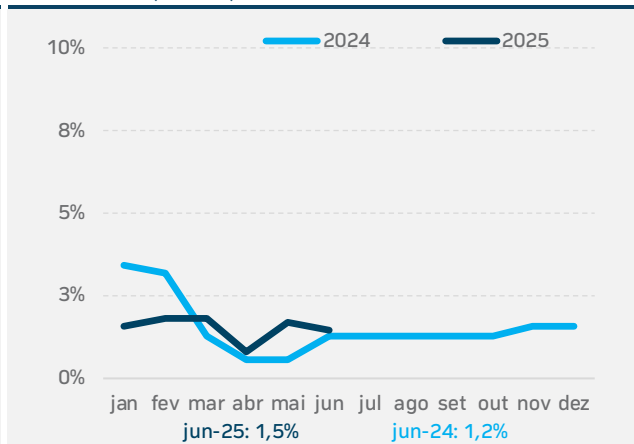
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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:** saída da Bazar André (115 m<sup>2</sup>).

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)



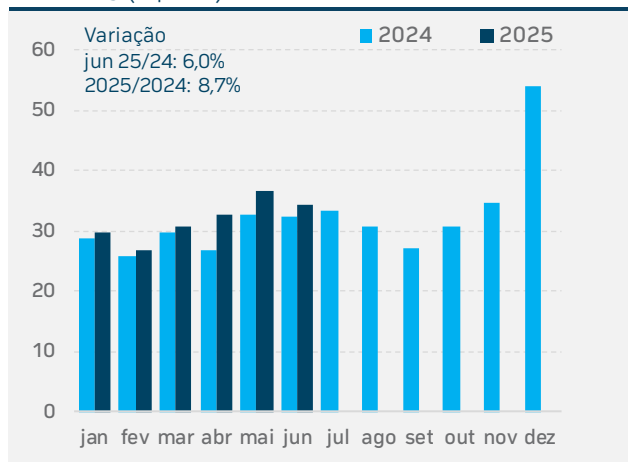
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno



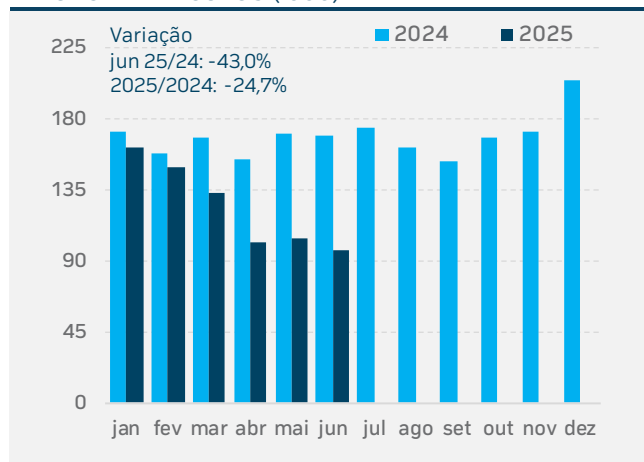
## SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.492.908	1.551.465	-4%	9.206.706	9.603.277	-4%
Aluguel complementar	250.611	177.513	41%	1.331.580	1.065.926	25%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	315.993	321.766	-2%	1.859.089	2.031.176	-8%
Outras receitas	103.883	153.360	-32%	578.560	786.545	-26%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.163.394</b>	<b>2.204.105</b>	<b>-2%</b>	<b>12.975.935</b>	<b>13.486.923</b>	<b>-4%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	49.493	15.925	211%	(398.885)	(591.959)	-33%
Outras despesas	(215.158)	(199.676)	8%	(1.722.471)	(1.303.677)	32%
<b>Despesas totais</b>	<b>(165.665)</b>	<b>(183.751)</b>	<b>-10%</b>	<b>(2.121.355)</b>	<b>(1.895.636)</b>	<b>12%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.997.729</b>	<b>2.020.353</b>	<b>-1%</b>	<b>10.854.579</b>	<b>11.591.287</b>	<b>-6%</b>
Resultado estacionamento	576.698	547.691	5%	3.199.941	2.703.608	18%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.574.428</b>	<b>2.568.044</b>	<b>0%</b>	<b>14.054.520</b>	<b>14.294.895</b>	<b>-2%</b>
Benfeitorias	(619.406)	(572.804)	8%	(2.684.851)	(2.212.332)	21%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.955.021</b>	<b>1.995.240</b>	<b>-2%</b>	<b>11.369.669</b>	<b>12.082.563</b>	<b>-6%</b>

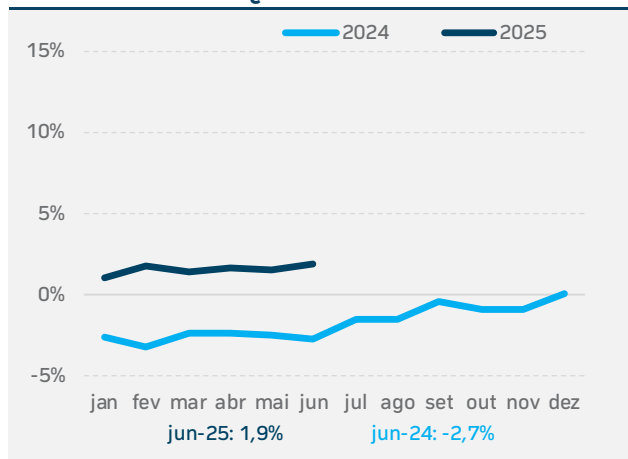
### VENDAS (R\$ MM)



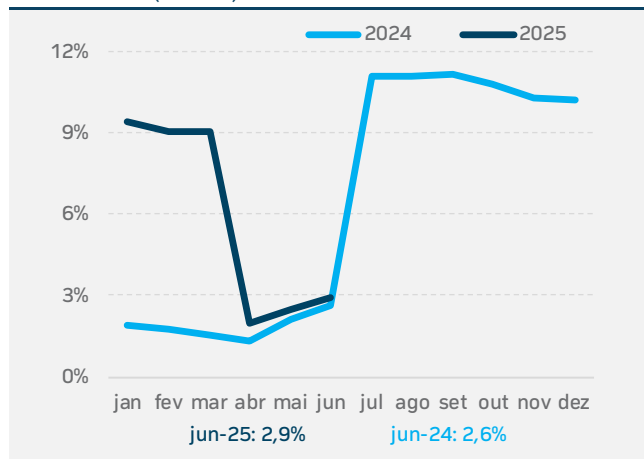
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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:** entrada da Promo Livros (88 m<sup>2</sup>), saídas da Sestini (50 m<sup>2</sup>) e Sampraia (44 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/)



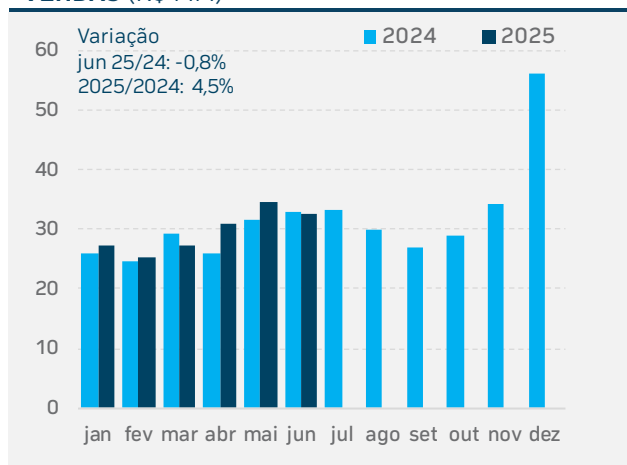
Fotos: Maurício Moreno.



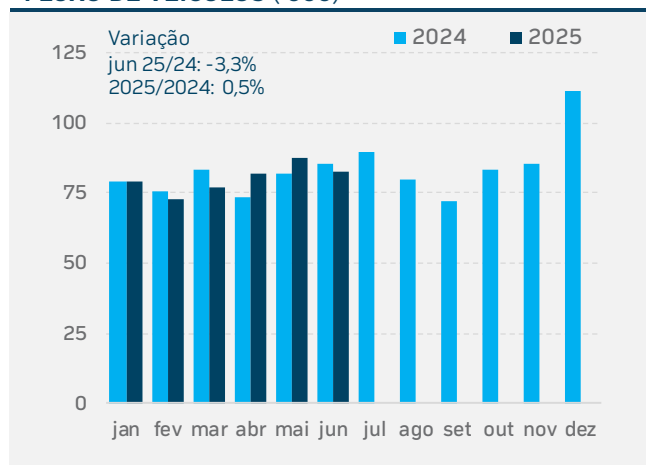
## PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.571.566	1.517.869	4%	10.271.052	9.496.726	8%
Aluguel complementar	331.767	307.440	8%	2.012.456	1.287.871	56%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	317.500	390.098	-19%	2.335.481	1.950.669	20%
Outras receitas	84.487	4.530	1765%	416.611	40.964	917%
<b>Receitas totais</b>	<b>2.305.321</b>	<b>2.219.938</b>	<b>4%</b>	<b>15.035.601</b>	<b>12.776.230</b>	<b>18%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(163.365)	-	-	(708.854)	(1.148.640)	-38%
Outras despesas	(267.400)	(104.051)	157%	(1.869.692)	(1.454.679)	29%
<b>Despesas totais</b>	<b>(430.765)</b>	<b>(104.051)</b>	<b>314%</b>	<b>(2.578.546)</b>	<b>(2.603.318)</b>	<b>-1%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.874.556</b>	<b>2.115.887</b>	<b>-11%</b>	<b>12.457.055</b>	<b>10.172.911</b>	<b>22%</b>
Resultado estacionamento	831.485	256.119	225%	4.466.456	3.450.924	29%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.706.040</b>	<b>2.372.007</b>	<b>14%</b>	<b>16.923.511</b>	<b>13.623.835</b>	<b>24%</b>
Benefitorias	(20.077)	(49.291)	-59%	(1.396.166)	(240.183)	481%
Resultado não operacional	(155.613)	5.174	-	(1.042.503)	(44.800)	2227%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>2.530.350</b>	<b>2.327.890</b>	<b>9%</b>	<b>14.484.842</b>	<b>13.338.852</b>	<b>9%</b>

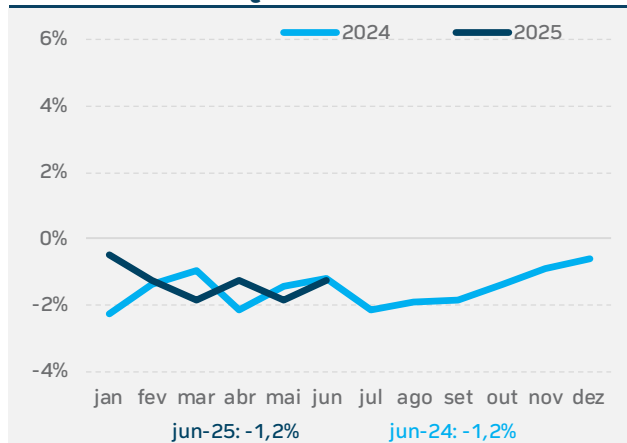
### VENDAS (R\$ MM)



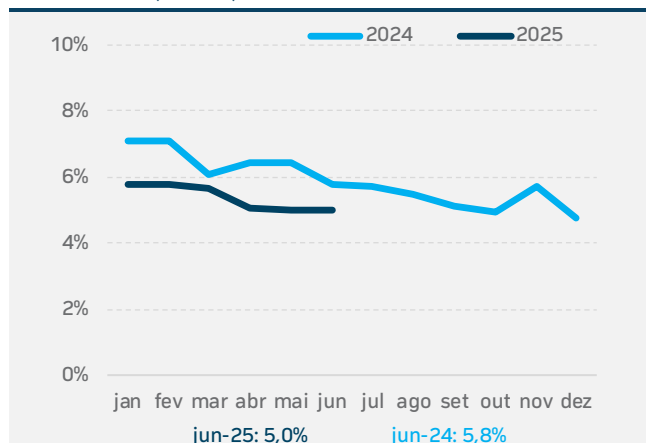
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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 Gallo Man barbearia (33 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)

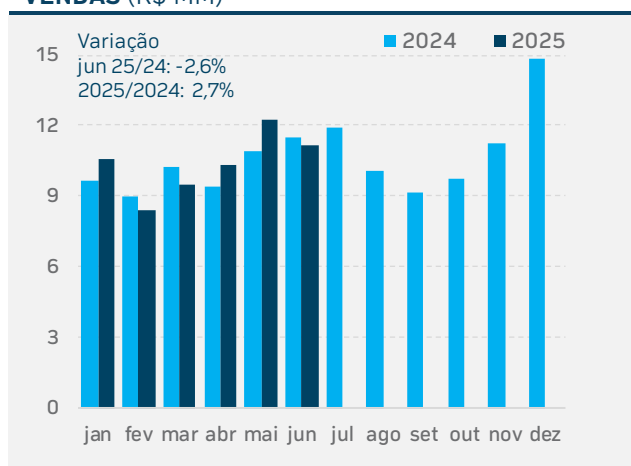




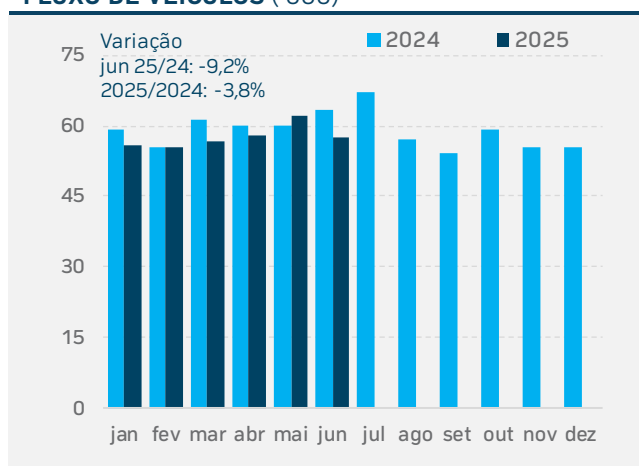
## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Variação vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	141.732	163.322	-13%	1.143.597	1.387.124	-18%
Aluguel complementar	138.037	89.366	54%	583.791	701.133	-17%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	78.489	69.078	14%	500.603	408.654	23%
Outras receitas	509	38.495	-99%	2.203	174.045	-99%
<b>Receitas totais</b>	<b>358.767</b>	<b>360.261</b>	<b>0%</b>	<b>2.230.194</b>	<b>2.670.956</b>	<b>-17%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(761.467)	(807.601)	-6%	(4.619.996)	(4.517.334)	2%
Outras despesas	(57.870)	(77.699)	-26%	(423.763)	(438.766)	-3%
<b>Despesas totais</b>	<b>(819.337)</b>	<b>(885.300)</b>	<b>-7%</b>	<b>(5.043.759)</b>	<b>(4.956.100)</b>	<b>2%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>(460.570)</b>	<b>(525.039)</b>	<b>-12%</b>	<b>(2.813.565)</b>	<b>(2.285.144)</b>	<b>23%</b>
Resultado estacionamento	2.769	2.756	0%	15.426	15.310	1%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>(457.801)</b>	<b>(522.283)</b>	<b>-12%</b>	<b>(2.798.139)</b>	<b>(2.269.834)</b>	<b>23%</b>
Benefeitorias	(42.000)	(96.082)	-56%	(394.800)	(283.210)	39%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>(499.801)</b>	<b>(618.365)</b>	<b>-19%</b>	<b>(3.192.939)</b>	<b>(2.553.044)</b>	<b>25%</b>

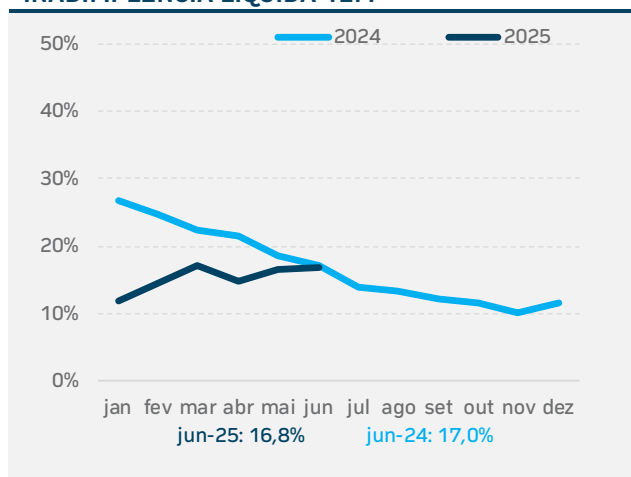
### VENDAS (R\$ MM)



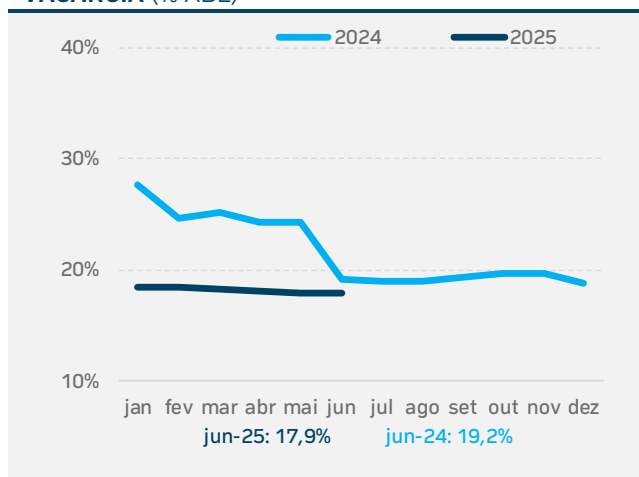
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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.

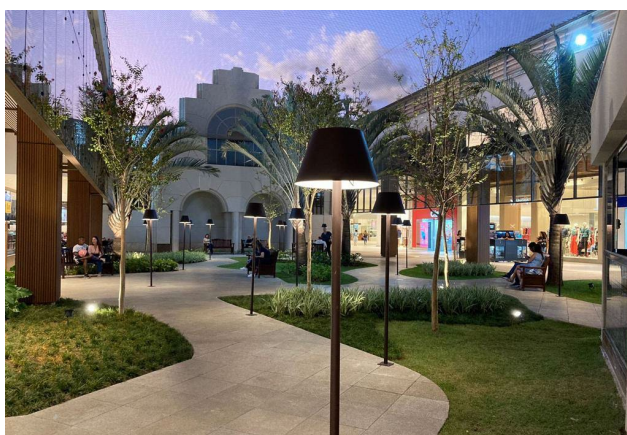
**Movimentações comerciais:** entrada da Natura (72 m<sup>2</sup>) e saídas da Elite Air Soft (68 m<sup>2</sup>) e Itambé Eco Resort (61 m<sup>2</sup>).

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

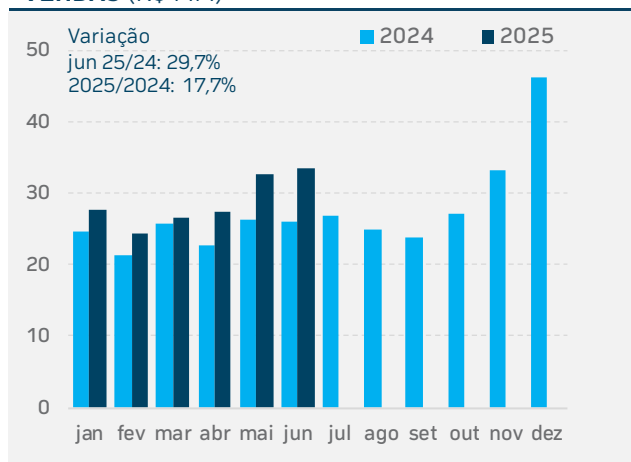




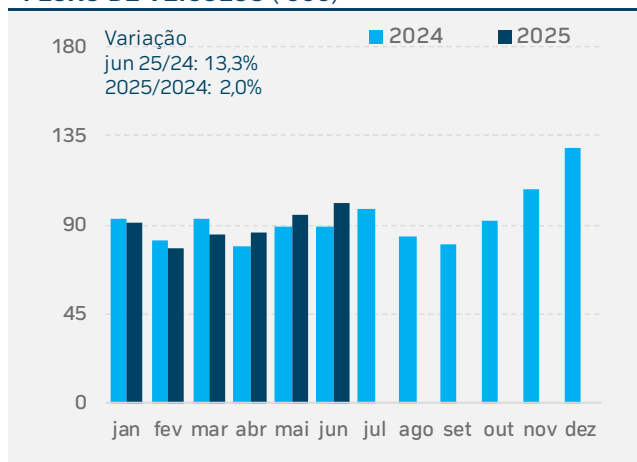
## FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-25	Realizado jun-24	Varição vs. jun-24	Acum. jun-25	Acum. jun-24	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.094.940	1.424.078	-23%	7.560.153	7.092.427	7%
Aluguel complementar	273.223	134.253	104%	1.525.919	1.132.858	35%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	347.901	305.538	14%	2.039.977	1.612.124	27%
Outras receitas	31.743	10.651	-	158.723	60.297	-
<b>Receitas totais</b>	<b>1.747.807</b>	<b>1.874.520</b>	<b>-7%</b>	<b>11.284.772</b>	<b>9.897.706</b>	<b>14%</b>
Encargos de lojas vagas e contratuais	(107.508)	(68.544)	57%	(367.383)	(299.234)	23%
Outras despesas	(208.993)	(64.733)	223%	(1.219.181)	(940.830)	30%
<b>Despesas totais</b>	<b>(316.500)</b>	<b>(133.277)</b>	<b>137%</b>	<b>(1.586.564)</b>	<b>(1.240.064)</b>	<b>28%</b>
<b>Resultado sem estacionamento</b>	<b>1.431.307</b>	<b>1.741.243</b>	<b>-18%</b>	<b>9.698.208</b>	<b>8.657.641</b>	<b>12%</b>
Resultado estacionamento	625.198	424.550	47%	3.108.280	2.506.033	24%
<b>Resultado operacional (NOI)</b>	<b>2.056.505</b>	<b>2.165.792</b>	<b>-5%</b>	<b>12.806.488</b>	<b>11.163.674</b>	<b>15%</b>
Benefitorias	(318.281)	(9.156)	3376%	(1.244.019)	(293.603)	324%
Resultado não operacional	23.877	21.839	9%	(81.328)	(98.906)	-18%
<b>Fluxo de caixa total</b>	<b>1.762.101</b>	<b>2.178.476</b>	<b>-19%</b>	<b>11.481.141</b>	<b>10.771.165</b>	<b>7%</b>

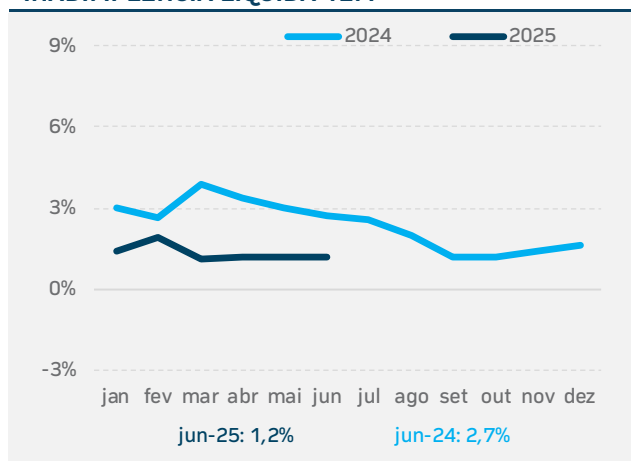
### VENDAS (R\$ MM)



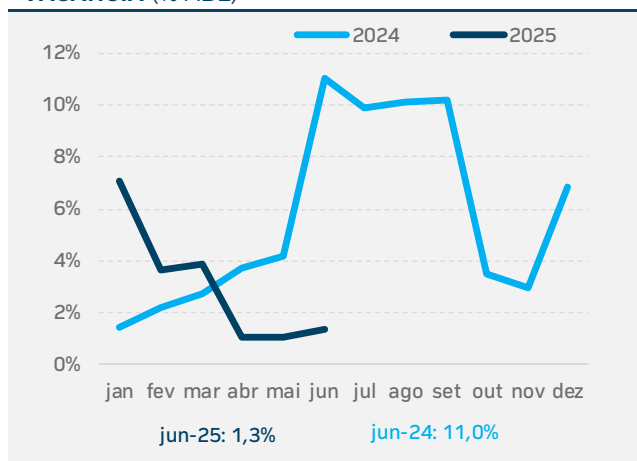
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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

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

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

<b>PARTICIPAÇÃO</b> 25,6%	<b>ABL TOTAL</b> 50,5 mil m <sup>2</sup>	<b>OPERAÇÕES</b> 151	<b>INAUGURAÇÃO</b> 2006	<b>OPERADOR</b> Plena Malls
------------------------------	---	-------------------------	----------------------------	--------------------------------

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

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

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



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

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

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

**Principais Operações:** Playcenter Family, Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, 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.

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

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

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

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

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

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

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

**Megalojas:** lojas especializadas com área entre 500 a 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.

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

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

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



## DOCUMENTOS

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

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



# hedge.

INVESTMENTS

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

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