

# Hedge Brasil Shopping FII

## HGBS11



NOVEMBRO DE 2023

## Relatório Gerencial

**SUMÁRIO NAVEGÁVEL**

pág.

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS              | 3  |
| PALAVRA DA GESTORA                                  | 4  |
| MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING | 6  |
| PRINCIPAIS DESTAQUES                                | 7  |
| DESEMPENHO DO FUNDO                                 | 12 |
| CARTEIRA DE INVESTIMENTOS                           | 16 |
| SHOPPING PENHA                                      | 19 |
| SHOPPING WEST PLAZA                                 | 21 |
| SHOPPING JARDIM SUL                                 | 23 |
| MOOCA PLAZA SHOPPING                                | 25 |
| TIVOLI SHOPPING CENTER                              | 27 |
| SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING                         | 29 |
| SHOPPING VILLALOBOS                                 | 31 |
| I FASHION OUTLET                                    | 33 |
| SHOPPING PRAÇA DA MOÇA                              | 35 |
| SANTANA PARQUE SHOPPING                             | 37 |
| SUZANO SHOPPING                                     | 39 |
| GOIABEIRAS SHOPPING CENTER                          | 41 |
| FRANCA SHOPPING                                     | 42 |
| SHOPPING PARQUE D. PEDRO                            | 44 |
| FLORIPA SHOPPING                                    | 46 |
| GRAND PLAZA SHOPPING                                | 47 |
| VIA PARQUE SHOPPING                                 | 48 |
| GLOSSÁRIO                                           | 49 |
| EVENTOS, COMUNICADOS E FATOS RELEVANTES             | 50 |
| DOCUMENTOS                                          | 51 |

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

## OBJETIVO DO FUNDO

O **Hedge Brasil Shopping FII** tem como objetivo auferir rendimentos pela aquisição e exploração comercial de participações em shopping centers construídos e em operação com pelo menos 15.000 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

### COTA PATRIMONIAL

**R\$ 224,62**

### COTA DE MERCADO

**R\$ 223,21**

### VALOR DE MERCADO

**R\$ 2,8 bi**

### QUANTIDADE DE COTAS

**12.729.800**

### QUANTIDADE DE COTISTAS

**102.934**

### ABL PRÓPRIA <sup>1</sup>

**212,5 mil m<sup>2</sup>**

### INÍCIO DAS ATIVIDADES

Novembro de 2006

### ADMINISTRADORA

Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.

### GESTORA

Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.

### TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão)

0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas

### TAXA DE PERFORMANCE

Não há

### OFERTAS CONCLUÍDAS

Nove emissões de cotas realizadas

### CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO

HGBS11

### TIPO ANBIMA

FII Renda Gestão Ativa – Shoppings

### PRAZO

Indeterminado

### PÚBLICO ALVO

Investidores em geral

## FAÇA PARTE DO NOSSO MAILING



**Cadastre-se**

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

## RELAÇÃO COM INVESTIDORES

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



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

Fonte: Hedge / Administradoras dos shoppings / Economática; Data base das informações: 30/11/2023.

## PALAVRA DA GESTORA

### CENÁRIO MACRO E POLÍTICO

Com uma impressionante alta de 12,54%, impulsionada pela expressiva entrada de R\$ 21,02 bilhões de investidores estrangeiros, o índice Bovespa foi o grande destaque de novembro e acumula um retorno de 16,04% no ano. Com esse movimento o IBOVESPA ultrapassou o IFIX, que subiu apenas 0,66% no mês e agora acumula uma alta de 10,79% no ano, assumindo a liderança entre os ativos de renda variável. Cabe destacar também o fortalecimento do real em relação ao dólar de 2,52% em novembro, chegando a 6,93% em 2023 quando medida pelo dólar comercial e a queda ao redor de 100 pontos-base nos juros futuros mais curtos (no DI JAN/26, -106 pontos-base no mês e -262 pontos-base no ano). Cabe lembrar que o CDI acumulado no ano encontra-se em 12,04%.

O gatilho para esse movimento de alta, sem dúvida alguma, veio do exterior, principalmente do mercado americano. A divulgação de dados econômicos que demonstram que a inflação vem dando sinais de baixa e a confirmação que a taxa de juros no patamar atual de 5,25/5,50% vem cumprindo o seu papel de desacelerar a economia, trouxeram para os agentes financeiros uma maior convicção de que o ciclo de alta de juros na maior economia do mundo está encerrado e que já no meio de 2024 poderemos ver o banco central americano (FED) começar a baixar a taxa de juros. Essa percepção fez com que a taxa de juros dos *Treasury Bonds* de 10 anos emitidos pelo tesouro americano caísse de um nível um pouco acima de 5% para algo ao redor de 4,30%, impulsionando os mercados globais, tanto de renda variável quanto de renda fixa.

Enquanto isso, no campo doméstico as coisas vão caminhando lentamente e devemos ter a aprovação final do texto da reforma tributária apenas nas últimas sessões da Câmara dos Deputados antes do recesso parlamentar, que se inicia em 22 de dezembro. Essa reforma, que foi bastante modificada em relação ao seu texto original, terá um impacto menor do que se imaginava inicialmente, principalmente devido às várias exceções setoriais que foram criadas e, mais recentemente, devido ao aumento de ICMS preventivo que alguns estados pretendem fazer. Enfim, pelo menos alguma simplificação tributária haverá, mas com certeza teremos que voltar nesse tema nos próximos anos, assim como teremos que voltar a falar sobre reforma da previdência em breve. A outra pauta importante foi a conclusão da tramitação do PL 4.173, que tratava, entre outros pontos, da tributação de fundos *offshore* e fundos exclusivos e alterações pontuais nas exigências para que os fundos imobiliários e fiagros mantivessem a isenção de imposto nos dividendos pagos para pessoas físicas, com o aumento do número de investidores mínimo (de 50 para 100) e a inclusão de um teto para investidores com grau de parentesco até o segundo grau no mesmo fundo (30 %), sendo que as novas medidas entrarão em vigor já em 2024.

Teremos também nas últimas sessões do Congresso a definição do orçamento do governo federal para 2024 e com isso a última grande batalha parlamentar de 2023 que diz respeito à inclusão de uma previsão de déficit primário zero nas contas do governo. Essa questão ganha relevância porque, pelas regras do dito arcabouço fiscal, aprovado pelo Congresso em 2023, o eventual não cumprimento da meta fiscal leva ao contingenciamento das despesas do governo em 2024. Essa limitação orçamentária em ano em que ocorrerão as eleições municipais tira o sono da classe política e por isso faz com que haja muita pressão do Legislativo, e mesmo de áreas do governo federal, para que a meta seja fixada em níveis mais alinhados com as previsões dos agentes econômicos, algo entre 0,60% e 0,90% de déficit primário para o exercício de 2024. A diferença entre esses dois cenários está em um contingenciamento eventual de R\$ 23 bilhões a R\$ 53 bilhões. Como se vê, são números bastante expressivos.

Isso nos leva ao ponto que mais preocupa, no atual estágio: a política fiscal expansionista que o governo vem deixando claro que pretende implementar. O alerta cabe porque temos um bom momento em que as principais economias do mundo começam um ciclo de afrouxamento na política monetária com previsão de queda nas taxas de juros e maior acomodação da inflação, como podemos perceber em algumas *commodities* de energia e mesmo no mercado de grãos que acumulam queda razoável no ano e começamos a notar no setor de serviços e na economia em geral, como apontou a alta de apenas 0,10% do PIB brasileiro do terceiro trimestre de 2023 em relação ao segundo trimestre recentemente divulgado. Isso abre um espaço para que o Banco Central do Brasil (BACEN) possa continuar cortando os juros em 0,50% por reunião e caminhe para uma taxa terminal próxima aos 9,00% como já apontam, tanto a pesquisa FOCUS do BACEN (9,25%) quanto o mercado futuro de juros da B3, expresso no vencimento de janeiro de 2025 (9,50%). Em nossa análise, é imperativo que o governo federal entenda que uma política fiscal expansionista impede que o BACEN possa praticar uma política monetária mais agressiva que leve os juros a patamares que incentivem um maior crescimento da nossa economia. O cenário externo é muito favorável ao Brasil, que com um posicionamento correto em relação a práticas sociais e econômicas, pode se beneficiar muito e entrar em um ciclo de crescimento positivo e constante e sair do eterno



voo da galinha que temos vivenciado nas últimas décadas com curtos períodos de crescimento seguidos de estagnação ou mesmo recuos no desenvolvimento econômico.

Acreditamos que o momento favorável para a renda variável deve continuar. Em especial o mercado de fundos imobiliários, que ficou um pouco defasado em relação ao investimento em ações em novembro, devendo fazer um *catch up* e ter uma boa valorização em dezembro. Notamos que alguns segmentos do IFIX ainda apresentam descontos, quando comparamos o valor de mercado em que eles têm negociado com o valor contábil de suas cotas, especialmente depois das atualizações de valor patrimonial realizadas recentemente pela maioria dos fundos de investimento imobiliário. Isso mostra que além de *dividend yield* atrativos, entre 9% e 12% dependendo do produto e do segmento e atuação, os FII devem ter ganhos de capital nos próximos meses.

Gostaríamos de desejar a todos os nossos investidores e amigos boas festas e um final de ano com muita alegria, paz e harmonia

Mais uma vez agradecemos a confiança em nós depositada.

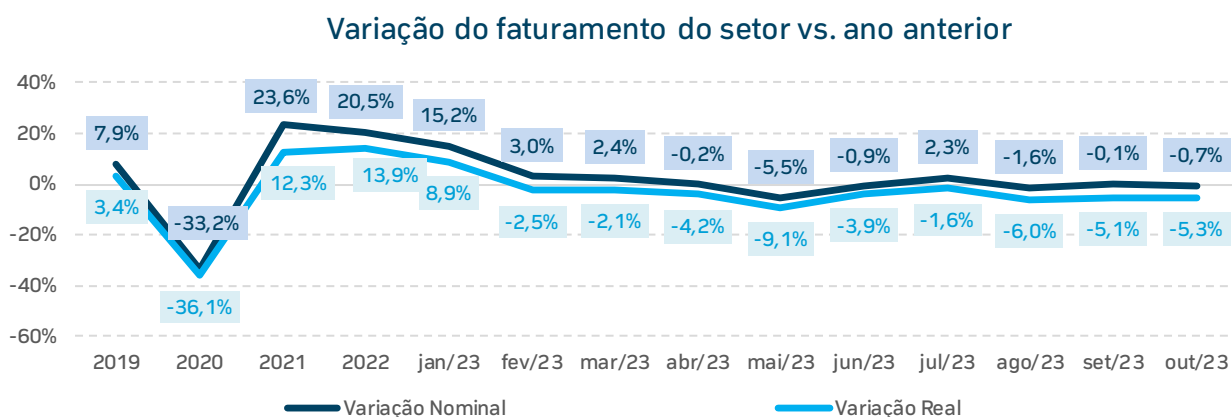
**Equipe de Gestão da Hedge Investments**

## MERCADO DE SHOPPING CENTERS E HEDGE BRASIL SHOPPING

### MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em outubro, o mercado de shoppings brasileiro apresentou retração de faturamento de 0,7% quando comparado ao mesmo mês de 2022, em termos nominais. Já em termos reais, ou seja, levando-se em consideração a inflação no período, houve uma retração de 5,3%.

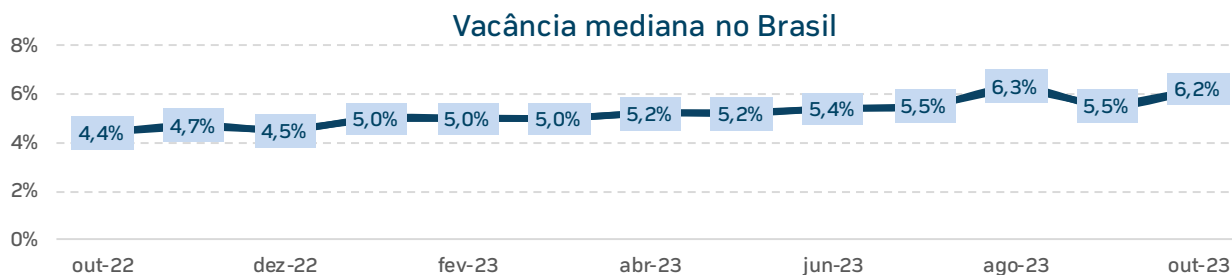
Abaixo, trazemos as variações do faturamento do setor comparado com os anos anteriores, em termos reais e nominais.



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

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

| Vacância (Mediana) | Brasil | Norte/Nordeste | Centro-Oeste | Sudeste | Sul  |
|--------------------|--------|----------------|--------------|---------|------|
| Out/23             | 6,2%   | 6,6%           | 5,0%         | 5,2%    | 6,3% |
| Set/23             | 5,5%   | 6,5%           | 4,6%         | 4,8%    | 5,8% |



Fonte: Abrasce.

## PRINCIPAIS DESTAQUES

### INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de outubro. Destacamos que a aquisição de 60% do Shopping Capim Dourado será refletida nos indicadores operacionais de novembro, ou seja, a partir do relatório gerencial de dezembro.

**VENDAS:** O portfólio do Fundo apresentou vendas/m<sup>2</sup> de R\$ 1.153 em outubro, o que representa um crescimento de 4,9% considerando o portfólio atual vs. portfólio de outubro de 2022. No acumulado do ano, há crescimento de 9,3% vs. mesmo período de 2022. Vale mencionar que no período foram incluídos na base os shoppings Floripa e Jardim Sul e, se considerarmos o portfólio atual, observaríamos um crescimento de 1,5% em comparação ao mesmo mês de 2022 e, no acumulado do ano, um crescimento de 6,7% vs. mesmo período de 2022.

**VACÂNCIA:** O Fundo encerrou outubro com 7,0% da ABL vaga vs. 7,4% em setembro. Os principais responsáveis pela redução da vacância foram os shoppings Penha e Goiabeiras.

**NOI/M<sup>2</sup>:** Em outubro, o NOI/m<sup>2</sup> do Fundo foi de R\$ 78,7 /m<sup>2</sup>, um crescimento de 8,9% considerando portfólio atual vs. o portfólio de outubro de 2022. No acumulado do ano, o crescimento é de 9,7% vs. mesmo período de 2022.

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

| Outubro - 2023            |               |          |                |             | VENDAS (100%)      |                               |               | NOI (100%)         |                               |                    |
|---------------------------|---------------|----------|----------------|-------------|--------------------|-------------------------------|---------------|--------------------|-------------------------------|--------------------|
| Portfólio <sup>1</sup>    | % da Carteira | Part.    | ABL (100%)     | Vacância    | R\$/m <sup>2</sup> | R\$/m <sup>2</sup> vs. out/22 | YTD vs. 2022. | R\$/m <sup>2</sup> | R\$/m <sup>2</sup> vs. out/22 | YTD vs. 2022       |
| Penha                     | 14%           | 88%      | 29.769         | 4,9%        | 1.419              | -1,4%                         | 5,9%          | 79,2               | -7,6%                         | 6,3%               |
| West Plaza <sup>2</sup>   | 11%           | 89%      | 36.779         | 13,2%       | 614                | -15,0%                        | -3,6%         | 49,2               | 1,3%                          | -0,7%              |
| Pq D. Pedro <sup>2</sup>  | 11%           | 10%      | 126.518        | 1,9%        | 1.279              | 2,7%                          | 10,2%         | 123,8              | 4,4%                          | 9,9%               |
| Jardim Sul                | 10%           | 40%      | 28.739         | 3,5%        | 1.867              | 5,3%                          | 10,3%         | 126,5              | -0,9%                         | 13,2%              |
| Mooca                     | 8%            | 20%      | 42.070         | 0,8%        | 1.821              | 7,3%                          | 9,0%          | 154,6              | 29,6%                         | 14,3%              |
| Tivoli                    | 8%            | 59%      | 25.890         | 1,8%        | 1.236              | 3,4%                          | 7,4%          | 92,4               | 9,3% <sup>5</sup>             | 15,2% <sup>5</sup> |
| São Bernardo              | 8%            | 35%      | 42.901         | 1,5%        | 1.020              | 0,6%                          | 6,2%          | 73,0               | 3,3%                          | 9,1%               |
| Villa Lobos               | 6%            | 15%      | 28.214         | 1,5%        | 2.294              | 2,2%                          | 11,4%         | 205,6              | 0,3%                          | 13,3%              |
| IFONH                     | 5%            | 49%      | 20.048         | 2,7%        | 1.595              | 17,8%                         | 15,2%         | 77,7               | 29,2%                         | 13,8%              |
| Pr. da Moça               | 4%            | 23%      | 30.128         | 1,7%        | 1.161              | 1,4%                          | 5,2%          | 90,3               | 7,0%                          | 3,7% <sup>6</sup>  |
| Floripa <sup>2</sup>      | 4%            | 25%      | 47.960         | 3,1%        | 958 <sup>4</sup>   | -0,1%                         | 7,8%          | 57,1               | 10,7%                         | 21,0%              |
| Santana                   | 3%            | 15%      | 26.565         | 10,9%       | 1.076              | 5,7%                          | 2,7%          | 72,4               | -10,5%                        | -8,2%              |
| Suzano                    | 2%            | 15%      | 25.031         | 1,2%        | 1.190              | 10,2%                         | 7,3%          | 97,7               | 2,8%                          | -0,7%              |
| Goiabeiras                | 1%            | 54%      | 26.320         | 29,7%       | 350                | 9,1%                          | 0,5%          | -15,7              | na                            | na                 |
| Franca                    | 0,03%         | 0%       | 18.738         | 2,2%        | 1.374              | 5,5%                          | 8,6%          | 92,9               | 3,8%                          | 22,3%              |
| <b>HGBS<sup>1 3</sup></b> | <b>-</b>      | <b>-</b> | <b>176.949</b> | <b>7,0%</b> | <b>1.153</b>       | <b>4,9%</b>                   | <b>9,3%</b>   | <b>78,7</b>        | <b>8,9%</b>                   | <b>9,7%</b>        |

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

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

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

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

<sup>5</sup> Tivoli: Excluindo recebimentos não recorrentes da base de 2023, o crescimento seria de 3,8% vs. out-22 e 9,7% no acumulado do ano.

<sup>6</sup> Praça da Moça: Excluindo recebimentos não recorrentes da base de 2022, o crescimento seria de 9,8% no acumulado do ano.

Fonte: Hedge, Administradoras.

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

Conforme [Fato Relevante](#) divulgado em 18 de novembro, foi concluída a aquisição da fração ideal de 60% do Shopping Capim Dourado, localizado em Palmas, Estado do Tocantins.

O valor de referência da transação foi de R\$ 181.273.301,00, que representa um cap rate de 9,25%, considerando o NOI Caixa estimado para o ano de 2023. Ainda, o Preço poderá ser ajustado, baseado no NOI Caixa recorrente do Shopping dos doze meses posteriores ao fechamento da operação e um *cap rate* de 9,25%, a ser pago no início de 2025.

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

Toda e qualquer negociação para aquisição de ativos visa a não somente permitir o acesso a novos empreendimentos, mas, também, tem como premissa manter ou aumentar a distribuição de rendimentos recorrentes do Fundo.

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

### FICHA TÉCNICA: SHOPPING CAPIM DOURADO

| VACÂNCIA          | ABL TOTAL               | INAUGURAÇÃO | OPERADOR   |
|-------------------|-------------------------|-------------|------------|
| 3,5% (outubro-23) | 39,2 mil m <sup>2</sup> | 2010        | Soul Malls |

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

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

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

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



## PROPOSTAS DE AQUISIÇÃO DA FRAÇÃO IDEAL DE 65% DO BOULEVARD SHOPPING BAURU

No dia 3 de outubro de 2023 foi divulgado ao mercado por meio do [Fato Relevante](#) que o Fundo firmou Compromisso de Venda e Compra para aquisição de participação equivalente a 43% do Boulevard Shopping Bauru, localizado na cidade de Bauru, interior do estado de São Paulo, transação já aprovada pelo CADE e pendente apenas da finalização de diligência interna. Adicionalmente, em 13 de novembro, foi [anunciado](#) uma nova transação de 22% do Boulevard Shopping Bauru, totalizando uma participação de 65% no empreendimento.

O valor de referência de ambas as transações é de R\$152.091.418,48, que representa um cap rate de 9,0%, considerando o NOI Caixa estimado para o ano de 2023. Ainda, o vendedor fará jus ao eventual recebimento de um *Earn-Out*, a ser pago até 28 de fevereiro de 2025, baseado no valor calculado considerando o NOI Caixa recorrente do Shopping para o ano de 2024 e um cap rate de 9,0%.

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

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

### FICHA TÉCNICA: BOULEVARD SHOPPING BAURU

| VACÂNCIA          | ABL TOTAL               | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|-------------------|-------------------------|-------------|----------|
| 6,4% (outubro-23) | 34,7 mil m <sup>2</sup> | 2012        | ALLOS    |

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

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

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

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



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

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

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

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

A aquisição foi aprovada pelo CADE, sem nenhuma restrição. Neste contexto, informamos que o processo segue conforme esperado, restando agora a etapa de diligência, condição necessária para a conclusão da operação.

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

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

### FICHA TÉCNICA: SHOPPING JARDIM SUL

| VACÂNCIA          | ABL TOTAL               | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|-------------------|-------------------------|-------------|----------|
| 3,5% (outubro-23) | 28,7 mil m <sup>2</sup> | 1990        | ALLOS    |

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

**Lazer:** UCI Cinemas.

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

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



## GESTÃO ATIVA E GERAÇÃO DE RESULTADO NÃO RECORRENTE

No relatório de julho, mencionamos o otimismo com o ciclo de mercado que se iniciou com o primeiro corte de juros em mais de três anos e que buscaríamos aproveitar este cenário, realizando a reciclagem de ativos do portfólio e compra de novos ativos com maiores retornos prospectivos. Já havíamos anunciado a operação do JRDM11 que gerou ao Fundo um lucro de R\$ 1,00 / cota, considerando as 10.000.000 de cotas do Fundo no momento da operação. Durante o mês de agosto, anunciamos a venda parcial de mais dois ativos, que deverá gerar ao Fundo R\$ 4,95 / cota, já considerando as 12.729.800 cotas após a 9ª Emissão, e sem considerar ainda a correção das parcelas a prazo pelo IPCA.

Para maiores informações, recomendamos a leitura do relatório gerencial de [agosto](#).

| Lucro não recorrente / cota | JRDM11*  | IFONH    | HPDP11   | Total    |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|
| 2º semestre de 2023         | R\$ 1,00 | R\$ 1,55 | R\$ 1,36 | R\$ 3,91 |
| 1º semestre de 2024         | -        | R\$ 0,52 | R\$ 1,00 | R\$ 1,52 |
| 2º semestre de 2024         | -        | R\$ 0,52 | -        | R\$ 0,52 |
| Total até dez/24            | R\$ 1,00 | R\$ 2,59 | R\$ 2,36 | R\$ 5,95 |

Fonte: Hedge. Valores não consideram a variação do IPCA a ser aplicada sobre as parcelas a prazo.

\* Considerando o total atual de 12.729.800 cotas, o lucro seria de R\$ 0,79 / cota.

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

## DESEMPENHO DO FUNDO

### RESULTADO

Em novembro o resultado do Fundo foi de R\$ 2,26 / cota, impactado pelo lucro com a venda de HPDP11. O Fundo distribuirá R\$ 2,00 / cota como rendimento referente ao mês de novembro de 2023, considerando as 12.729.800 cotas no fechamento. O pagamento será realizado em 14 de dezembro de 2023, aos detentores de cotas em 30 de novembro de 2023.

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

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

| HGBS 11                             | nov-23             | R\$ / Cota    | 2023                | R\$ / Cota<br>Médio Mensal |
|-------------------------------------|--------------------|---------------|---------------------|----------------------------|
| <b>Receita Imobiliária</b>          | <b>14.411.354</b>  | <b>1,13</b>   | <b>154.726.268</b>  | <b>1,37</b>                |
| Imóveis                             | 11.151.127         | 0,88          | 113.972.018         | 1,01                       |
| FIs Estratégicos - Rendimento       | 3.260.227          | 0,26          | 40.754.250          | 0,36                       |
| <b>Outras Receitas</b>              | <b>5.527.261</b>   | <b>0,43</b>   | <b>30.101.459</b>   | <b>0,27</b>                |
| FIs Líquidos - Rendimento           | 1.054.319          | 0,08          | 13.365.084          | 0,12                       |
| CRI                                 | 593.084            | 0,05          | 6.667.301           | 0,06                       |
| LCI                                 | 25.070             | 0,00          | 25.070              | 0,00                       |
| Renda Fixa                          | 3.854.788          | 0,30          | 10.044.004          | 0,09                       |
| <b>Total de Despesas</b>            | <b>(3.128.373)</b> | <b>(0,25)</b> | <b>(25.874.341)</b> | <b>(0,23)</b>              |
| Despesas operacionais               | (1.242.674)        | (0,10)        | (16.110.173)        | (0,14)                     |
| Despesas financeiras                | (1.885.699)        | (0,15)        | (9.764.168)         | (0,09)                     |
| <b>Resultado Operacional</b>        | <b>16.810.243</b>  | <b>1,32</b>   | <b>158.953.386</b>  | <b>1,41</b>                |
| <b>Lucro Operações</b>              | <b>11.898.292</b>  | <b>0,93</b>   | <b>20.780.996</b>   | <b>0,18</b>                |
| Imóveis                             | -                  | -             | -                   | -                          |
| FIs Estratégicos - Ganho de Capital | 11.899.181         | 0,93          | 21.904.573          | 0,19                       |
| FIs Líquidos - Ganho de Capital     | 175                | 0,00          | (1.121.782)         | (0,01)                     |
| IR Ganho FIs                        | (1.064)            | (0,00)        | (1.795)             | (0,00)                     |
| <b>Resultado</b>                    | <b>28.708.535</b>  | <b>2,26</b>   | <b>179.734.382</b>  | <b>1,59</b>                |
| Rendimento Recibos*                 | -                  | -             | 8.394.852           | -                          |
| <b>Rendimento HGBS11</b>            | <b>25.459.600</b>  | <b>2,00</b>   | <b>186.459.600</b>  | <b>1,65</b>                |

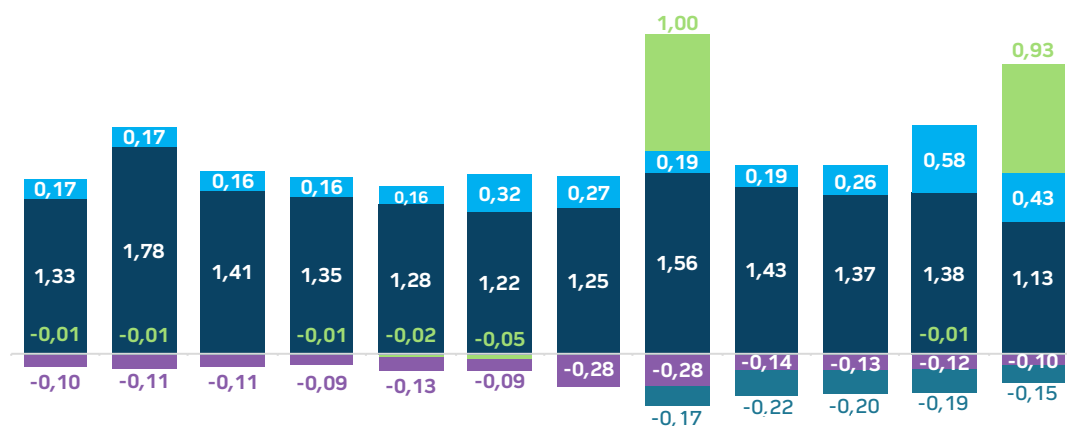
**Renda Imobiliária:** Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIs Estratégicos – Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIs Líquidos - Rendimento: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

Fonte: Hedge

\* Rendimento distribuído aos detentores de recibos da 9ª Emissão de cotas do Fundo.

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

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



|                     | dez-22 | jan-23 | fev-23 | mar-23 | abr-23 | mai-23 | jun-23 | jul-23 | ago-23 | set-23 | out-23 | nov-23* | Média 12m |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|-----------|
| Resultado Total     | 1,39   | 1,82   | 1,46   | 1,41   | 1,29   | 1,39   | 1,23   | 2,30   | 1,26   | 1,29   | 1,64   | 2,26    | 1,56      |
| Rendimento          | 1,40   | 1,40   | 1,40   | 1,40   | 1,45   | 1,45   | 1,45   | 1,55   | 2,00   | 2,00   | 2,00   | 2,00    | 1,63      |
| Resultado Acumulado | 1,54   | 1,96   | 2,02   | 2,03   | 1,88   | 1,82   | 1,60   | 2,35   | 1,61   | 0,82   | 0,08   | 0,31    | -         |

\* Em novembro ocorreu a integralização das cotas da 9ª Emissão, levando o total de cotas do fundo para 12.729.800.

## PROJEÇÃO DE RESULTADOS

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

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

## RENTABILIDADE

A rentabilidade do Fundo é apresentada de duas formas:

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

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

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

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

No fechamento do mês, o valor de mercado da cota do fundo foi de **R\$ 223,21**.

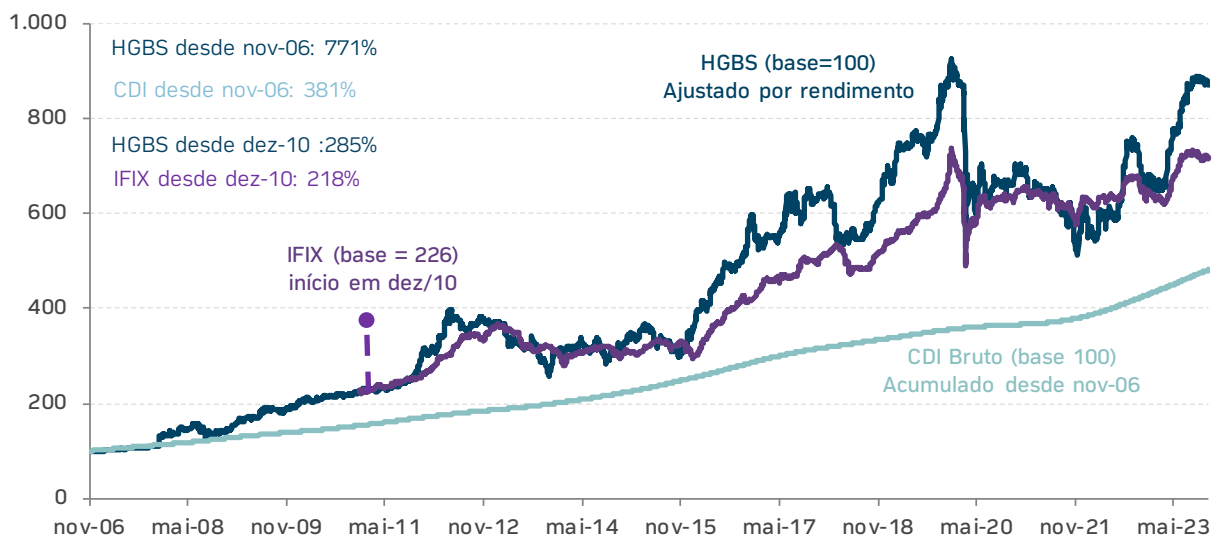
| Hedge Brasil Shopping FII     | nov/23        | 2023          | 12 meses      | Início                    |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------|
| <b>Cota Aquisição (R\$)</b>   | <b>228,62</b> | <b>190,14</b> | <b>190,85</b> | <b>100,00</b>             |
| Renda Acumulada               | 0,9%          | 9,2%          | 9,9%          | 239,2%                    |
| Ganho de Capital Líquido      | -2,4%         | 13,9%         | 13,6%         | 98,6%                     |
| TIR LÍQ. (Renda + Venda)      | -1,5%         | 24,1%         | 23,4%         | 1089,9%                   |
| TIR LÍQ. (Renda + Venda) a.a. | -17,3%        | 26,8%         | 23,4%         | 15,7%                     |
| <b>% CDI Líquido</b>          | <b>-</b>      | <b>237,5%</b> | <b>209,0%</b> | <b>389,2%</b>             |
| <b>Retorno Total Bruto</b>    | <b>-1,5%</b>  | <b>26,6%</b>  | <b>26,9%</b>  | <b>362,4%</b>             |
| <b>IFIX</b>                   | <b>0,7%</b>   | <b>10,8%</b>  | <b>10,8%</b>  | <b>217,7%<sup>1</sup></b> |
| <b>% IFIX</b>                 | <b>-</b>      | <b>256,0%</b> | <b>248,9%</b> | <b>131,0%<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

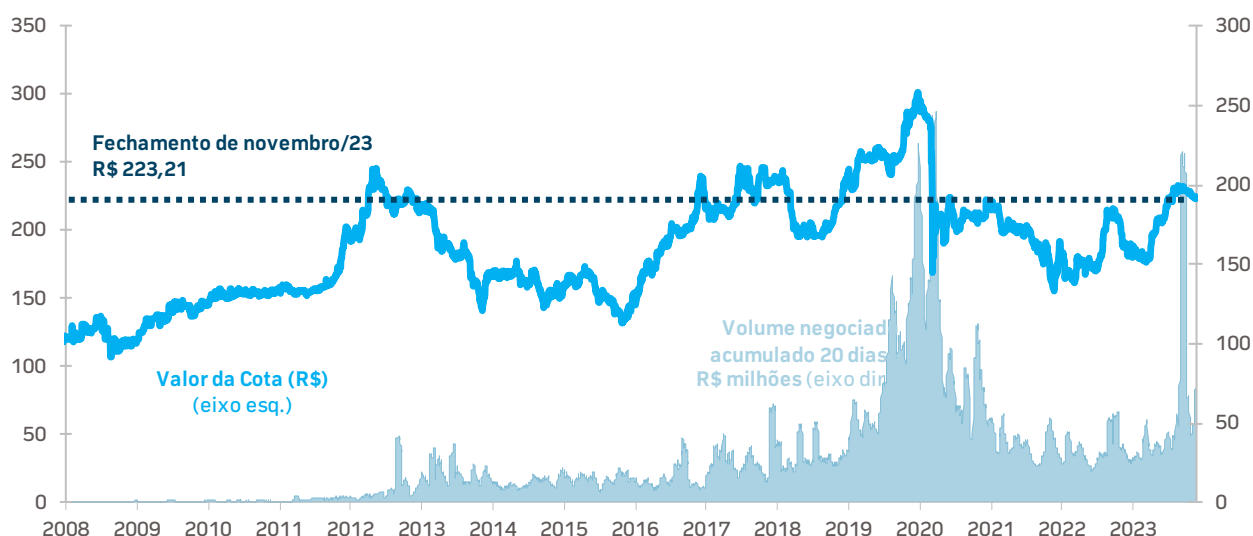
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Economática

## LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

| Negociação B3                  | nov/23 | 2023  | 12 meses |
|--------------------------------|--------|-------|----------|
| Presença em pregões            | 100%   | 100%  | 100%     |
| Volume negociado (R\$ milhões) | 72,7   | 672,7 | 701,2    |
| Giro (em % do total de cotas)  | 3,2%   | 31,4% | 32,9%    |



Fonte: Hedge / B3 / Economática

## CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

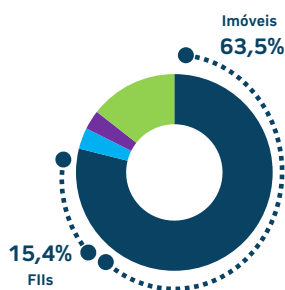
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 18 shopping centers, distribuídos em treze cidades e seis estados, sendo 13 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11.

Destacamos que a carteira já reflete a subscrição de cotas da 9ª Emissão bem como a aquisição de 60% do Shopping Capim Dourado. O restante do montante captado está alocado em renda fixa, até que sejam concluídas as compras de ativos.

### DIVERSIFICAÇÃO (% DA CARTEIRA)

78,9% da carteira de ativos do Fundo está alocada em Ativos Imobiliários e 21,1% em Fundos de Investimento Imobiliário Líquidos (FII), Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI), Letras de Crédito Imobiliário (LCI) e outros ativos de renda fixa (RF).

### DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA

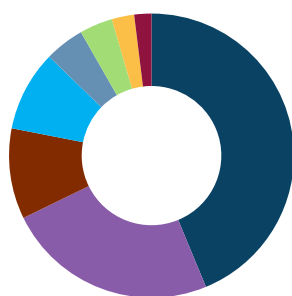


|               |       |
|---------------|-------|
| Estratégicos  | 78,9% |
| FIIs Líquidos | 3,5%  |
| CRIs e LCIs   | 3,2%  |
| Fundos RF     | 14,4% |

### DIVERSIFICAÇÃO POR ATIVOS



### DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES



|             |     |
|-------------|-----|
| ALLOS       | 43% |
| AD Shopping | 25% |
| Lumine      | 10% |
| Soul Malls  | 9%  |
| Iguatemi    | 4%  |
| Plena Malls | 4%  |
| SYN         | 3%  |
| HBR         | 2%  |

A seguir, observa-se a diversificação dos ativos no Brasil, 81% da carteira de ativos imobiliários do HGBS está concentrada no estado de São Paulo, o estado com o maior PIB do país e o segundo PIB per capita da Federação.

|                   |     |
|-------------------|-----|
| São Paulo         | 81% |
| Tocantins         | 8%  |
| Rio Grande do Sul | 4%  |
| Santa Catarina    | 4%  |
| Rio de Janeiro    | 2%  |
| Mato Grosso       | 1%  |



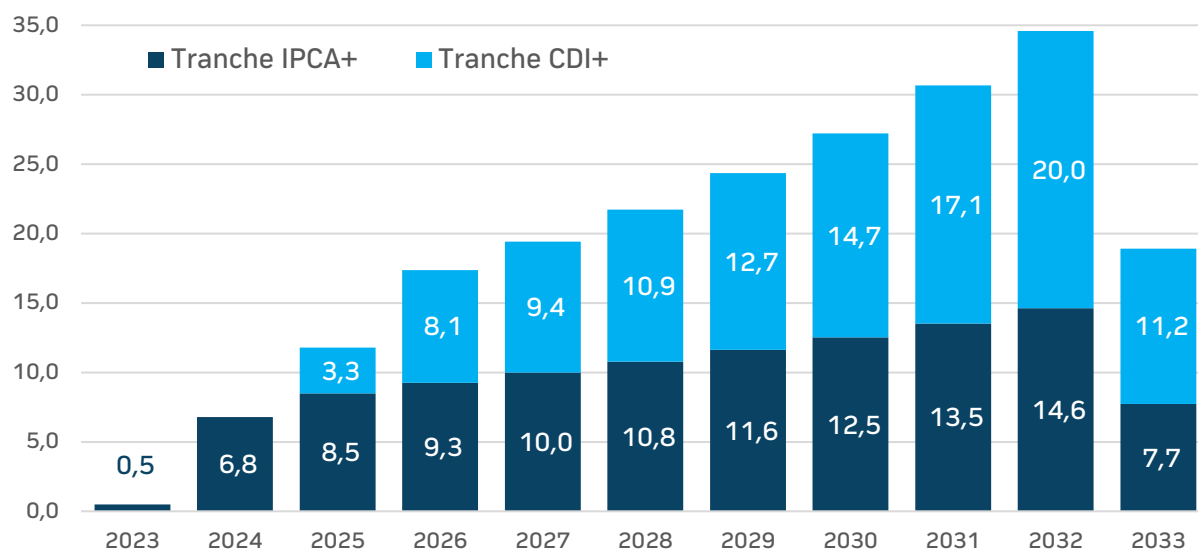
Fonte: Hedge

## ALAVANCAGEM DO FUNDO

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

|                            |                                                         |                                                         |
|----------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <b>Relação Dívida / PL</b> | 7,5%                                                    |                                                         |
| <b>Tipo de alavancagem</b> | CRI                                                     | CRI                                                     |
| <b>Séries</b>              | 174ª e 196ª da TrueSec                                  | 197ª e 198ª da TrueSec                                  |
| <b>Código IF</b>           | <a href="#">23F2356215</a> / <a href="#">23F2354249</a> | <a href="#">23F2356518</a> / <a href="#">23F2356527</a> |
| <b>Saldo devedor</b>       | R\$ 105.931.264,44                                      | R\$ 107.677.244,57                                      |
| <b>Garantia</b>            | Cotas de FIs detidas pelo HGBS                          | Cotas de FIs detidas pelo HGBS                          |
| <b>Taxa de emissão</b>     | IPCA + 8,0% a.a.                                        | CDI + 2,4% a.a.                                         |
| <b>Data de emissão</b>     | 23/06/2023                                              | 23/06/2023                                              |
| <b>Vencimento</b>          | 27/06/2033                                              | 27/06/2033                                              |

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



Fonte: Hedge, True Securitizadora

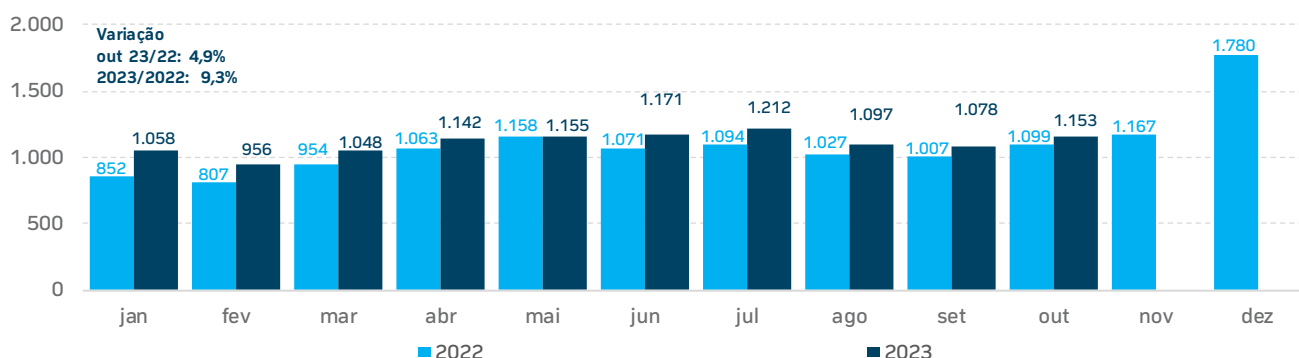
## INDICADORES OPERACIONAIS – CONSOLIDADO

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

Destacamos que a aquisição de 60% do Shopping Capim Dourado será refletida nos indicadores operacionais de novembro, ou seja, a partir do relatório gerencial de dezembro.

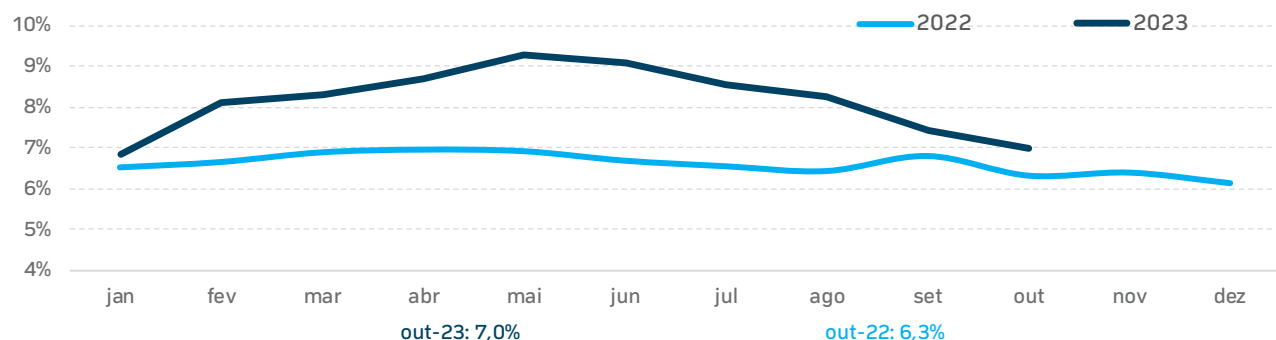
### VENDAS TOTAIS / M<sup>2</sup> (R\$)

Destacamos que no período foram incluídos na base os shoppings Floripa e Jardim Sul e, se considerarmos o portfólio atual, observaríamos um crescimento de 1,5% em comparação ao mesmo mês de 2022 e, no acumulado do ano, um crescimento de 6,7% vs. mesmo período de 2022.



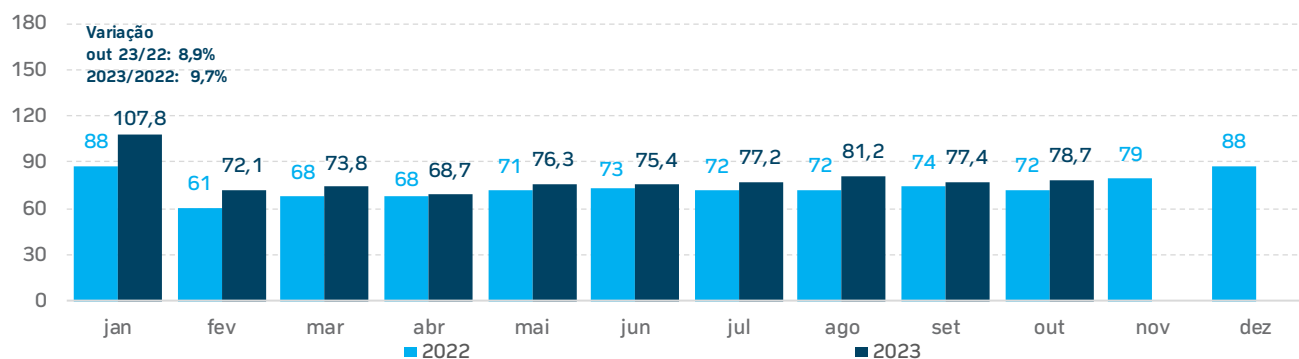
### VACÂNCIA (% ABL)

A vacância do Fundo encerrou o mês em 7,0% vs. 7,4% no mês anterior. Os principais responsáveis pela redução da vacância foram os shoppings Penha e Goiabeiras.



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

Os destaques do mês foram: Mooca (29,6%), Novo Hamburgo (29,2%) e Tivoli (9,3%).



Fonte: Hedge, Administradores

## SHOPPING PENHA (14% DA CARTEIRA)

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

Destacamos que o resultado operacional de outubro de 2022 contava com recebimentos não recorrentes relacionados à recuperação de aluguéis, o que elevou a base de comparação para out-23. Retirando o efeito destes recebimentos, temos um resultado operacional com crescimento de 1,3% vs. outubro de 2022.

**Movimentações comerciais:** entradas da Polo Wear (335 m<sup>2</sup>), Constance (118 m<sup>2</sup>), Promolivros (72 m<sup>2</sup>), Probel (71 m<sup>2</sup>), Dark Entretenimento (nova área fixa de 47 m<sup>2</sup>, mantendo ainda a área anterior de 70 m<sup>2</sup>), King Sneakers (41 m<sup>2</sup>) e CDF Computadores (35 m<sup>2</sup>), saída da Venice Ink (45 m<sup>2</sup>), classificação de reserva técnica de uma área de 136 m<sup>2</sup>.

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

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

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

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

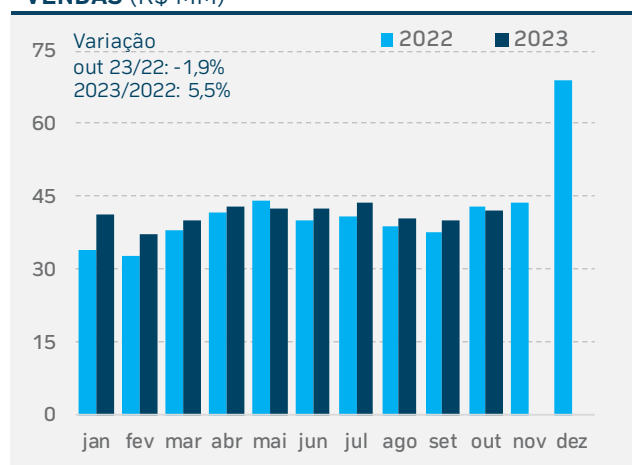


Fotos: Maurício Moreno

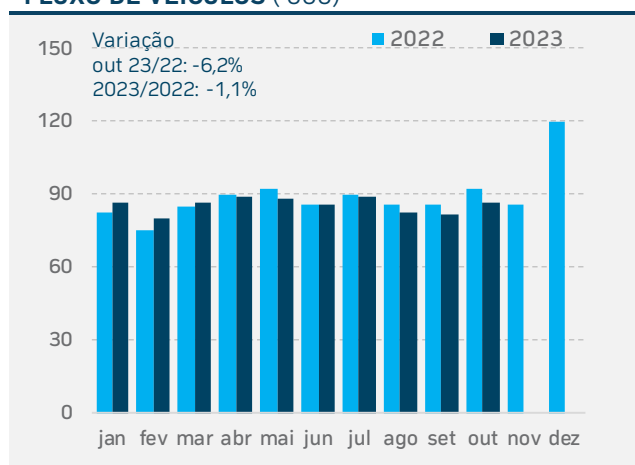
## SHOPPING PENHA (14% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>out-23 | Realizado<br>out-22 | Variação<br>vs. out-22 | Acum.<br>out-23    | Acum.<br>out-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.907.793           | 2.204.612           | -13%                   | 19.690.243         | 19.417.158         | 1%                    |
| Aluguel complementar                  | 104.836             | 69.232              | 51%                    | 1.629.321          | 1.510.299          | 8%                    |
| Aluguel quiosques/stands              | 439.281             | 342.163             | 28%                    | 4.158.913          | 3.627.187          | 15%                   |
| Outras receitas                       | 14.014              | 61.369              | -77%                   | 431.468            | 407.781            | 6%                    |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>2.465.924</b>    | <b>2.677.375</b>    | <b>-8%</b>             | <b>25.909.945</b>  | <b>24.962.425</b>  | <b>4%</b>             |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (221.363)           | (130.170)           | 70%                    | (2.255.932)        | (1.561.271)        | 44%                   |
| Outras despesas                       | (251.404)           | (200.622)           | 25%                    | (2.132.223)        | (2.216.774)        | -4%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(472.767)</b>    | <b>(330.792)</b>    | <b>43%</b>             | <b>(4.388.155)</b> | <b>(3.778.045)</b> | <b>16%</b>            |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.993.157</b>    | <b>2.346.583</b>    | <b>-15%</b>            | <b>21.521.790</b>  | <b>21.184.380</b>  | <b>2%</b>             |
| Resultado estacionamento              | 363.330             | 215.090             | 69%                    | 3.750.480          | 2.656.774          | 41%                   |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.356.486</b>    | <b>2.561.672</b>    | <b>-8%</b>             | <b>25.272.271</b>  | <b>23.841.154</b>  | <b>6,0%</b>           |
| Benfeitorias                          | (52.305)            | (81.012)            | -35%                   | (1.770.812)        | (2.339.545)        | -24%                  |
| Resultado não operacional             | -                   | -                   | -                      | (436.431)          | -                  | -                     |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>2.304.181</b>    | <b>2.480.661</b>    | <b>-7%</b>             | <b>23.065.027</b>  | <b>21.501.610</b>  | <b>7%</b>             |

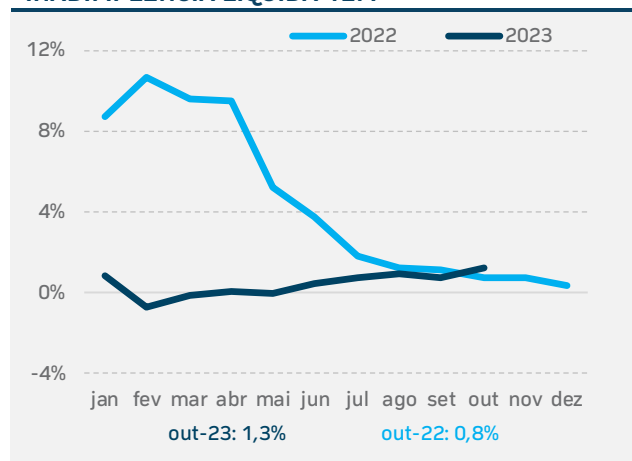
### VENDAS (R\$ MM)



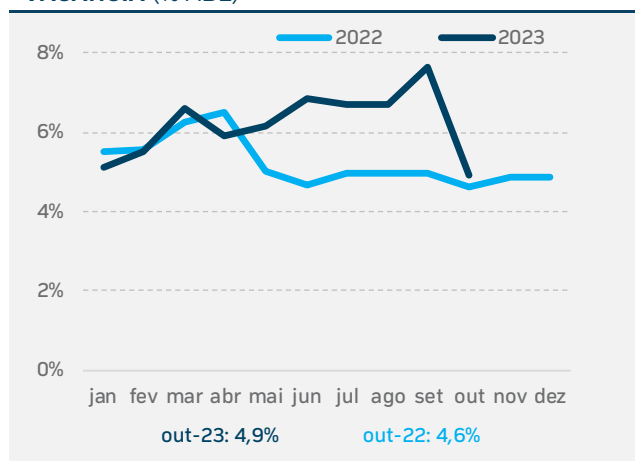
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



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

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

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

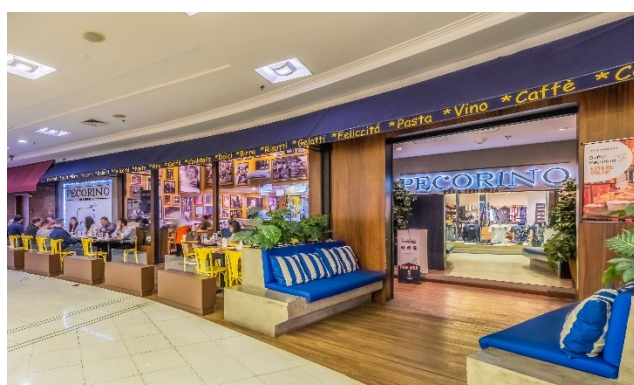
**Movimentações comerciais:** entradas da Leo Cosméticos (296 m²) e Lavanderia Omo (32 m²), saídas da Decor Social (339 m²) e Samsung (75 m²), troca da área de locação da Ikan.

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL   | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|--------------|-------------|-----------|-------------|----------|
| 88,8%        | 36,8 mil m² | 165       | 1991        | Lumine   |

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

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

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

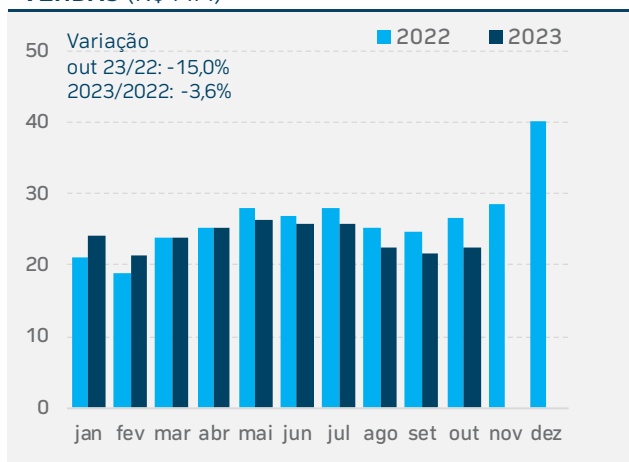


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.

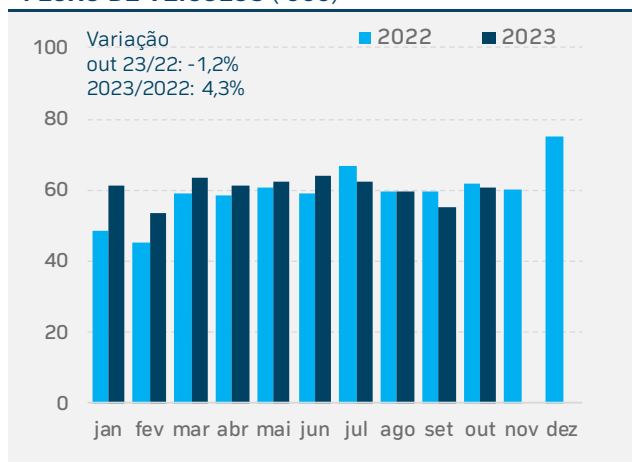
## SHOPPING WEST PLAZA (11% da carteira – 9% via imóvel e 2% via cotas do FII WPLZ11)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23 | Realizado out-22 | Variação vs. out-22 | Acum. out-23       | Acum. out-22       | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.424.072        | 1.496.610        | -5%                 | 14.546.585         | 13.013.492         | 12%                |
| Aluguel complementar                  | 143.238          | 200.522          | -29%                | 1.996.047          | 2.263.565          | -12%               |
| Aluguel quiosques/stands              | 253.918          | 258.346          | -2%                 | 2.432.274          | 3.416.656          | -29%               |
| Outras receitas                       | 77.795           | 1.432            | -                   | 335.619            | 185.914            | 81%                |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.899.022</b> | <b>1.956.910</b> | <b>-3%</b>          | <b>19.310.525</b>  | <b>18.879.627</b>  | <b>2%</b>          |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (422.954)        | (501.000)        | -16%                | (4.747.632)        | (4.016.503)        | 18%                |
| Outras despesas                       | (283.036)        | (216.074)        | 31%                 | (2.595.014)        | (2.169.593)        | 20%                |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(705.989)</b> | <b>(717.074)</b> | <b>-2%</b>          | <b>(7.342.646)</b> | <b>(6.186.096)</b> | <b>19%</b>         |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.193.033</b> | <b>1.239.836</b> | <b>-4%</b>          | <b>11.967.879</b>  | <b>12.693.531</b>  | <b>-6%</b>         |
| Resultado estacionamento              | 617.112          | 546.418          | 13%                 | 5.508.754          | 4.913.157          | 12%                |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>1.810.145</b> | <b>1.786.255</b> | <b>1%</b>           | <b>17.476.634</b>  | <b>17.606.687</b>  | <b>-1%</b>         |
| Benfeitorias                          | (1.001.355)      | (13.236)         | 7465%               | (6.686.925)        | (165.590)          | 3938%              |
| Resultado não operacional             | (339.642)        | -                | -                   | (2.218.724)        | -                  | -                  |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>469.148</b>   | <b>1.773.018</b> | <b>-74%</b>         | <b>8.570.985</b>   | <b>17.441.098</b>  | <b>-51%</b>        |

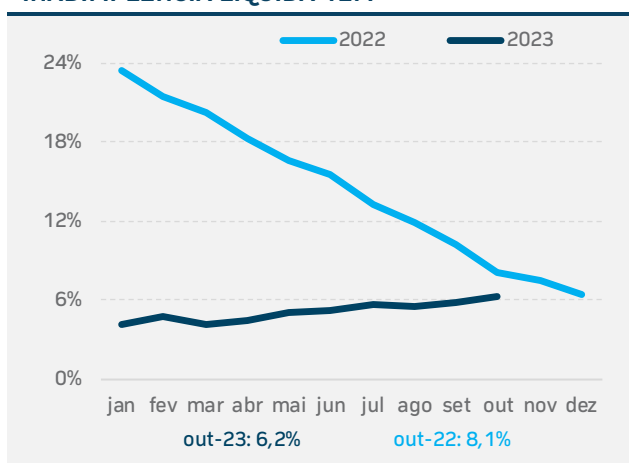
### VENDAS (R\$ MM)



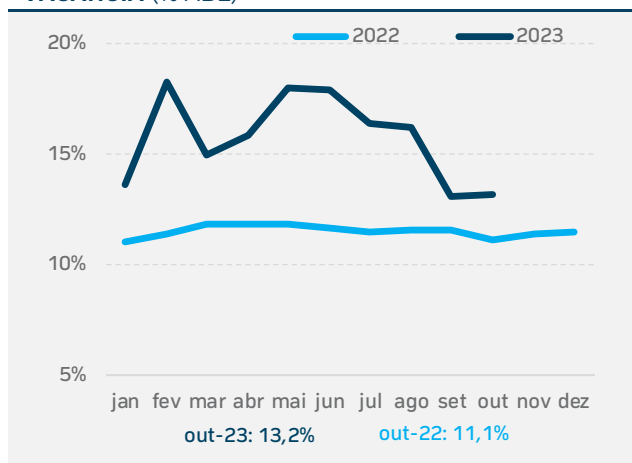
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING JARDIM SUL (10% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** entrada da operação Luz da Luza (60 m<sup>2</sup>) e saídas da Valisere (52 m<sup>2</sup>) e Norah Acessórios (14 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|----------|
| 40%          | 28,7 mil m <sup>2</sup> | 172       | 1990        | ALLOS    |

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

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

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

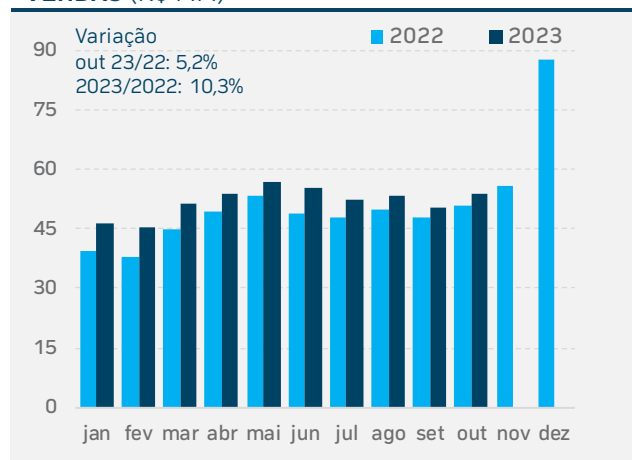


Fotos: Maurício Moreno

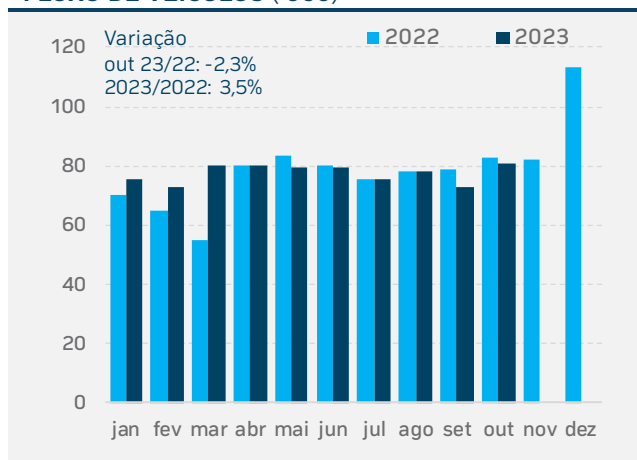
## SHOPPING JARDIM SUL (10% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23 | Realizado out-22 | Variação vs. out-22 | Acum. out-23       | Acum. out-22       | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 2.525.940        | 2.576.581        | -2%                 | 28.272.237         | 26.504.038         | 7%                 |
| Aluguel complementar                  | 140.194          | 123.324          | 14%                 | 1.658.912          | 1.558.470          | 6%                 |
| Aluguel quiosques/stands              | 672.939          | 501.611          | 34%                 | 5.620.236          | 4.294.829          | 31%                |
| Outras receitas                       | 48.159           | 15.295           | 215%                | 791.203            | 263.102            | 201%               |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>3.387.232</b> | <b>3.216.812</b> | <b>5%</b>           | <b>36.342.588</b>  | <b>32.620.439</b>  | <b>11%</b>         |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (95.065)         | (108.964)        | -13%                | (1.006.236)        | (1.091.734)        | -8%                |
| Outras despesas                       | (459.703)        | (229.639)        | 100%                | (5.051.155)        | (4.841.135)        | 4%                 |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(554.768)</b> | <b>(338.602)</b> | <b>64%</b>          | <b>(6.057.391)</b> | <b>(5.932.869)</b> | <b>2%</b>          |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>2.832.464</b> | <b>2.878.210</b> | <b>-2%</b>          | <b>30.285.198</b>  | <b>26.687.571</b>  | <b>13%</b>         |
| Resultado estacionamento              | 803.424          | 792.329          | 1%                  | 8.516.459          | 7.592.660          | 12%                |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>3.635.887</b> | <b>3.670.538</b> | <b>-1%</b>          | <b>38.801.657</b>  | <b>34.280.231</b>  | <b>13%</b>         |
| Benfeitorias                          | (462.252)        | (1.879.127)      | -75%                | (4.454.934)        | (6.257.458)        | -29%               |
| Resultado não operacional             | 13.347           | (20.436)         | -                   | (271.179)          | (232.344)          | 17%                |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>3.186.983</b> | <b>1.770.975</b> | <b>80%</b>          | <b>34.075.544</b>  | <b>27.790.430</b>  | <b>23%</b>         |

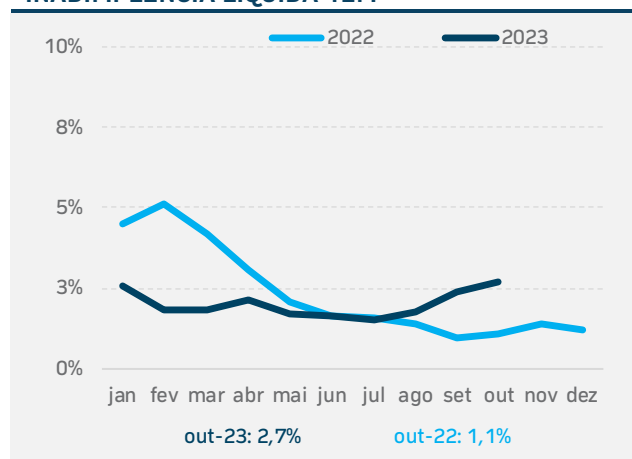
### VENDAS (R\$ MM)



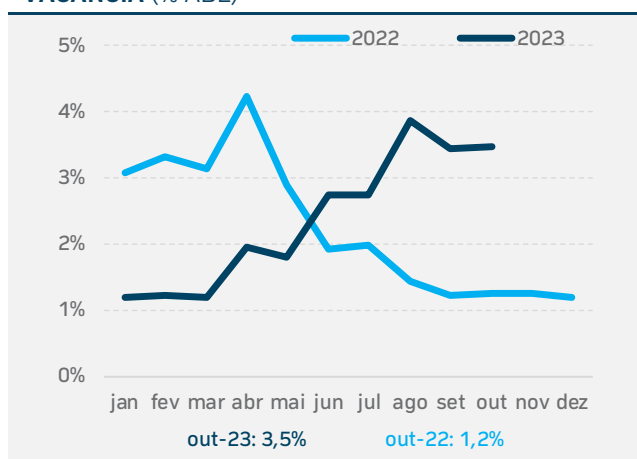
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## MOOCA PLAZA SHOPPING (8% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** entrada da Maha Store (50 m<sup>2</sup>).

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

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

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

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

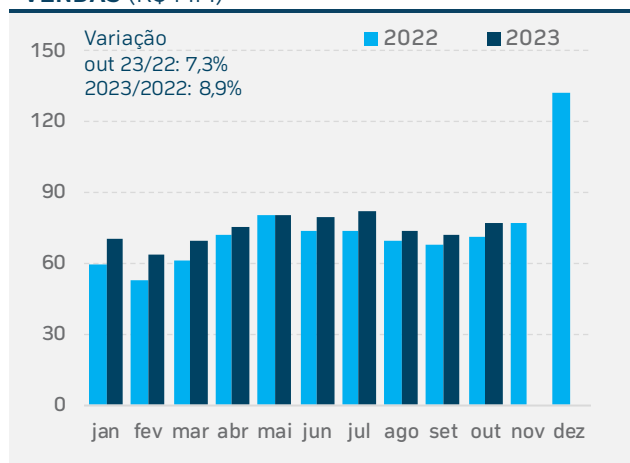


Fotos: Maurício Moreno.

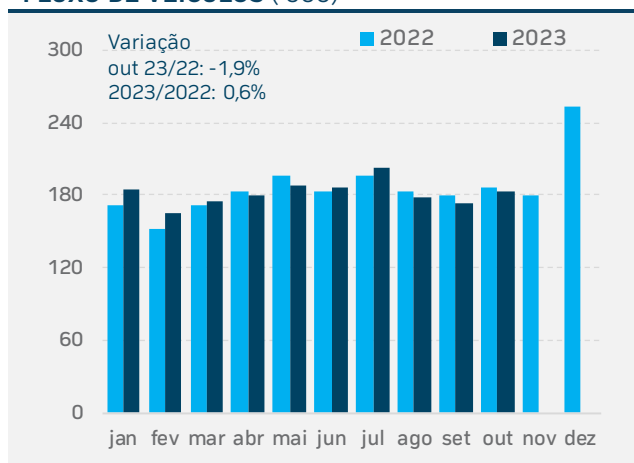
## MOOCA PLAZA SHOPPING (8% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23   | Realizado out-22   | Variação vs. out-22 | Acum. out-23        | Acum. out-22        | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 5.077.029          | 4.418.394          | 15%                 | 48.460.855          | 45.711.455          | 6%                 |
| Aluguel complementar                  | 224.756            | 144.574            | 55%                 | 4.184.540           | 2.757.289           | 52%                |
| Aluguel quiosques/stands              | 791.330            | 707.309            | 12%                 | 6.791.842           | 6.808.889           | 0%                 |
| Outras receitas                       | 213.158            | 103.918            | 105%                | 1.969.104           | 1.224.411           | 61%                |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>6.306.273</b>   | <b>5.374.195</b>   | <b>17%</b>          | <b>61.406.340</b>   | <b>56.502.043</b>   | <b>9%</b>          |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (223.628)          | (39.350)           | 468%                | (675.780)           | (956.502)           | -29%               |
| Outras despesas                       | (1.290.841)        | (1.655.750)        | -22%                | (14.004.261)        | (13.646.643)        | 3%                 |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(1.514.469)</b> | <b>(1.695.100)</b> | <b>-11%</b>         | <b>(14.680.040)</b> | <b>(14.603.145)</b> | <b>1%</b>          |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>4.791.804</b>   | <b>3.679.095</b>   | <b>30%</b>          | <b>46.726.300</b>   | <b>41.898.898</b>   | <b>12%</b>         |
| Resultado estacionamento              | 1.559.358          | 1.339.740          | 16%                 | 15.383.076          | 12.623.482          | 22%                |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>6.351.162</b>   | <b>5.018.835</b>   | <b>27%</b>          | <b>62.109.376</b>   | <b>54.522.380</b>   | <b>14%</b>         |
| Benfeitorias                          | (438)              | (437.867)          | -100%               | (1.328.258)         | (2.042.656)         | -35%               |
| Resultado não operacional             | 165.495            | 32.229             | 414%                | (26.131)            | 185.351             | -                  |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>6.516.219</b>   | <b>4.613.197</b>   | <b>41%</b>          | <b>60.754.987</b>   | <b>52.665.075</b>   | <b>15%</b>         |

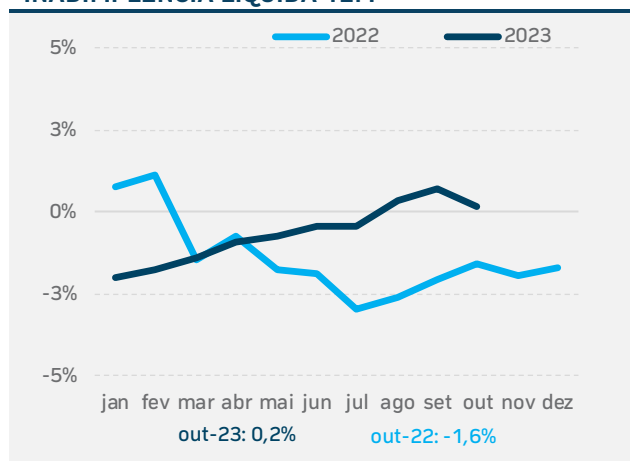
### VENDAS (R\$ MM)



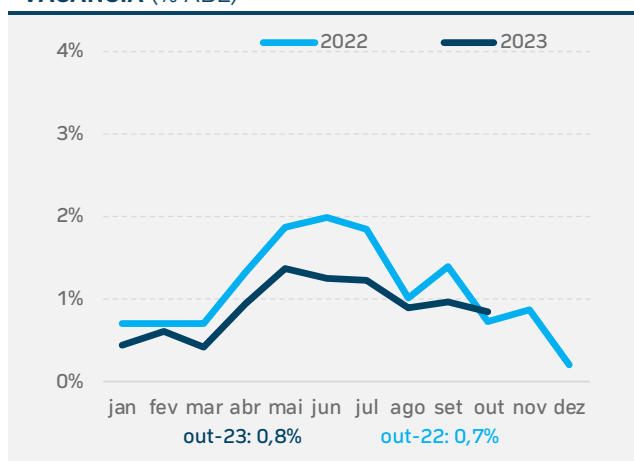
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## TIVOLI SHOPPING CENTER (8% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** destacamos que o aumento da vacância ocorreu devido à movimentação estratégica do mix de lojistas citada no último relatório, onde a Kalunga entrou em uma nova área proveniente de uma redução da Lojas Americanas, sem afetar vacância, desocupando a sua antiga área e possibilitando a entrada do Outback. Com isso, também foi desocupada uma área de 327 m<sup>2</sup>, localizada em um ponto estratégico do shopping, que já está em fase avançada de negociações. As demais movimentações foram: entradas da Brinks Planet (59 m<sup>2</sup>) e Dark Entretenimento (47 m<sup>2</sup>), saídas da Digital Acessórios (42 m<sup>2</sup>) e Duckbill (28 m<sup>2</sup>).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR    |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|-------------|
| 59%          | 25,9 mil m <sup>2</sup> | 145       | 1998        | AD Shopping |

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

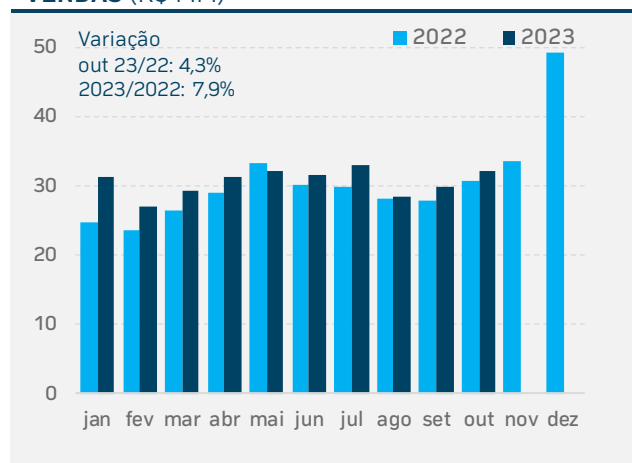


Fotos: Maurício Moreno

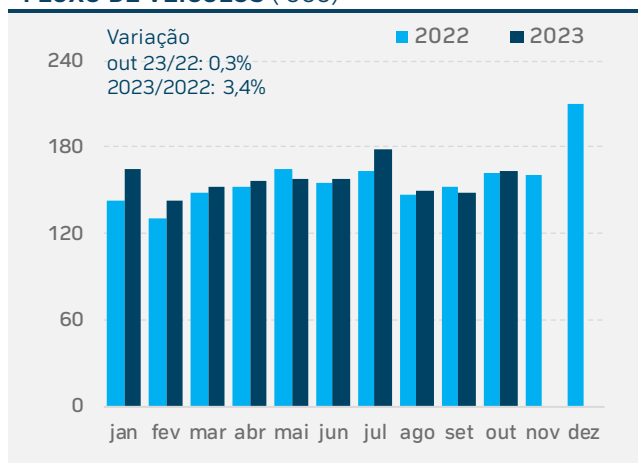
## TIVOLI SHOPPING CENTER (8% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23 | Realizado out-22 | Variação vs. out-22 | Acum. out-23       | Acum. out-22       | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.705.614        | 1.591.398        | 7%                  | 14.238.375         | 12.937.527         | 10%                |
| Aluguel complementar                  | 97.865           | 70.175           | 39%                 | 1.662.685          | 1.500.305          | 11%                |
| Aluguel quiosques/stands              | 236.669          | 256.939          | -8%                 | 2.303.151          | 2.133.178          | 8%                 |
| Outras receitas                       | 156.489          | 18.669           | 738%                | 1.449.808          | 320.487            | 352%               |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>2.196.638</b> | <b>1.937.181</b> | <b>13%</b>          | <b>19.654.020</b>  | <b>16.891.496</b>  | <b>16%</b>         |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (43.128)         | (40.885)         | 5%                  | (408.745)          | (516.591)          | -21%               |
| Outras despesas                       | (246.942)        | (156.901)        | 57%                 | (2.293.354)        | (1.832.532)        | 25%                |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(290.070)</b> | <b>(197.786)</b> | <b>47%</b>          | <b>(2.702.099)</b> | <b>(2.349.123)</b> | <b>15%</b>         |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.906.568</b> | <b>1.739.395</b> | <b>10%</b>          | <b>16.951.920</b>  | <b>14.542.373</b>  | <b>17%</b>         |
| Resultado estacionamento              | 484.662          | 429.221          | 13%                 | 4.561.032          | 4.036.484          | 13%                |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.391.230</b> | <b>2.168.617</b> | <b>10%</b>          | <b>21.512.952</b>  | <b>18.578.857</b>  | <b>16%</b>         |
| Benfeitorias                          | (642.903)        | (319.756)        | 101%                | (1.356.689)        | (2.367.134)        | -43%               |
| Resultado não operacional             | -                | -                | -                   | -                  | -                  | -                  |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>1.748.327</b> | <b>1.848.860</b> | <b>-5%</b>          | <b>20.156.263</b>  | <b>16.211.723</b>  | <b>24%</b>         |

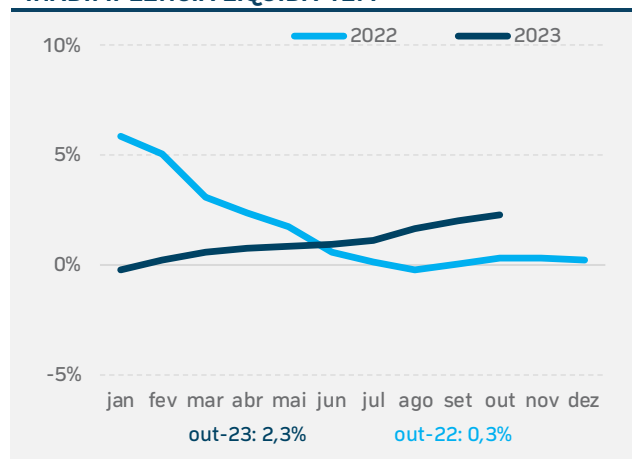
### VENDAS (R\$ MM)



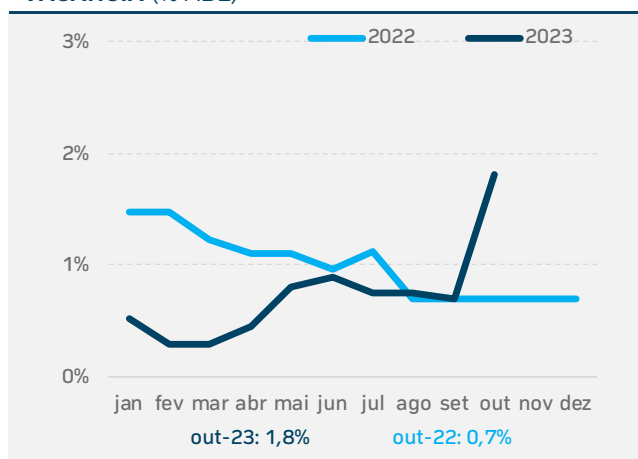
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



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

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

**Movimentações comerciais:** entradas da Tim (61 m<sup>2</sup>) e Brasil Cacau (40 m<sup>2</sup>), saída da Queen Nails (29 m<sup>2</sup>).

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

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

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

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

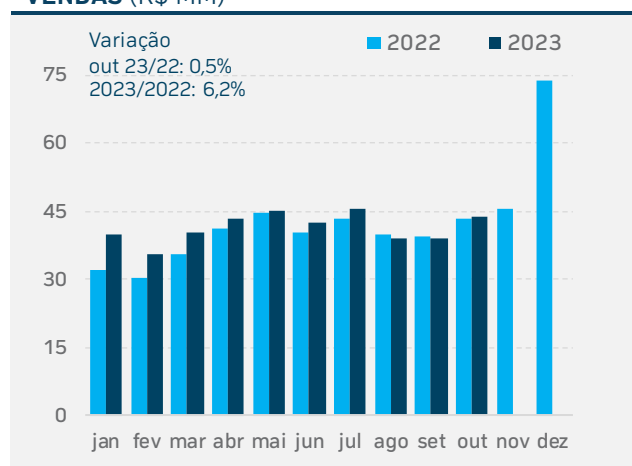


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.

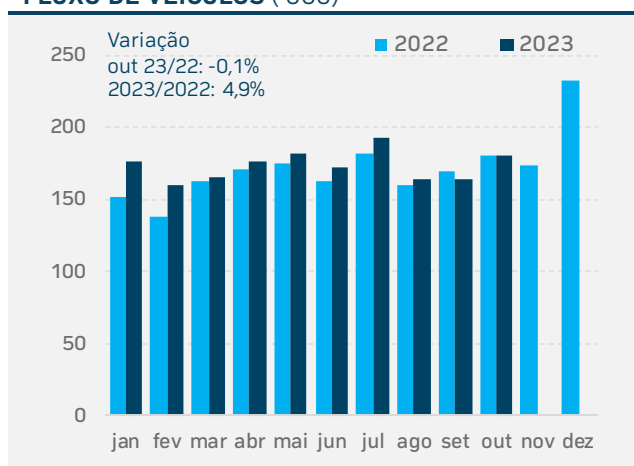
## SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (8% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23 | Realizado out-22 | Variação vs. out-22 | Acum. out-23       | Acum. out-22       | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 2.194.363        | 2.196.458        | 0%                  | 23.016.900         | 22.193.665         | 4%                 |
| Aluguel complementar                  | 140.604          | 114.266          | 23%                 | 1.832.097          | 1.845.920          | -1%                |
| Aluguel quiosques/stands              | 400.857          | 332.504          | 21%                 | 4.216.869          | 3.273.587          | 29%                |
| Outras receitas                       | 95.942           | 37.697           | 155%                | 601.688            | 445.399            | 35%                |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>2.831.766</b> | <b>2.680.925</b> | <b>6%</b>           | <b>29.667.555</b>  | <b>27.758.571</b>  | <b>7%</b>          |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (47.925)         | 26.535           | -                   | (1.280.711)        | (1.121.703)        | 14%                |
| Outras despesas                       | (536.511)        | (459.647)        | 17%                 | (4.082.274)        | (3.575.206)        | 14%                |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(584.436)</b> | <b>(433.112)</b> | <b>35%</b>          | <b>(5.362.984)</b> | <b>(4.696.909)</b> | <b>14%</b>         |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>2.247.330</b> | <b>2.247.813</b> | <b>0%</b>           | <b>24.304.570</b>  | <b>23.061.662</b>  | <b>5%</b>          |
| Resultado estacionamento              | 884.977          | 786.072          | 13%                 | 9.540.062          | 7.956.733          | 20%                |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>3.132.307</b> | <b>3.033.885</b> | <b>3%</b>           | <b>33.844.633</b>  | <b>31.018.395</b>  | <b>9%</b>          |
| Benfeitorias                          | -                | -                | -                   | (40.283)           | (178.076)          | -77%               |
| Resultado não operacional             | 22.041           | 17.998           | 22%                 | 192.626            | 56.850             | 239%               |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>3.154.348</b> | <b>3.051.884</b> | <b>3%</b>           | <b>33.996.976</b>  | <b>30.897.169</b>  | <b>10%</b>         |

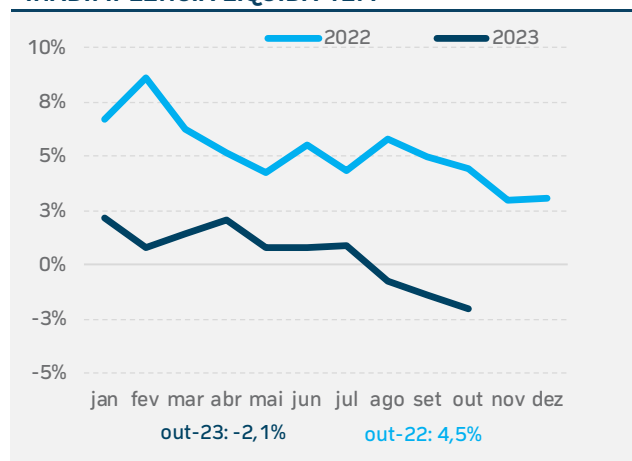
### VENDAS (R\$ MM)



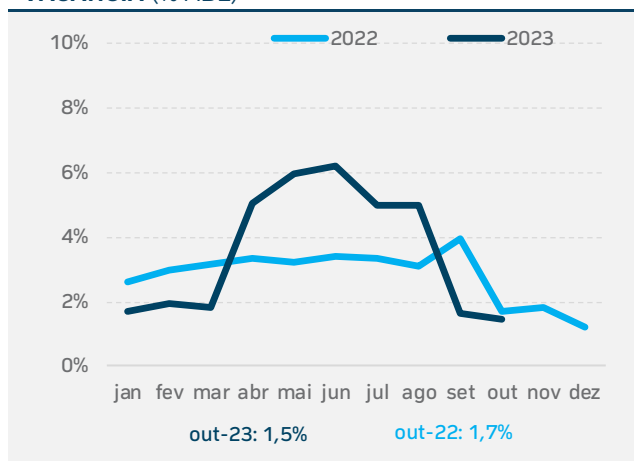
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING VILLALOBOS (6% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** entradas da Espaço Laser (60 m<sup>2</sup>) e Mei Mei (44 m<sup>2</sup>), saída da Samsung (77 m<sup>2</sup>).

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

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

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

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

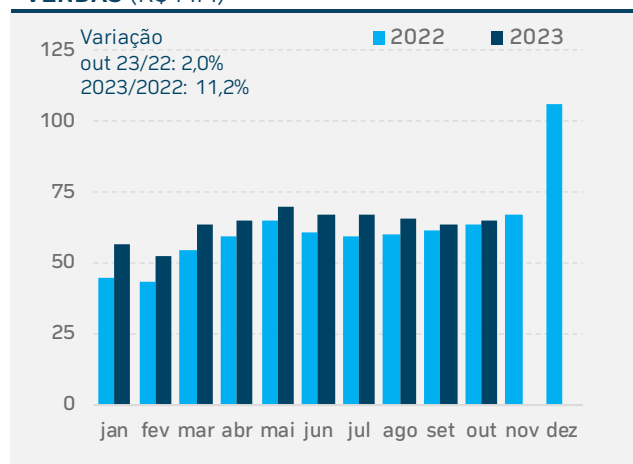


Fotos: Maurício Moreno.

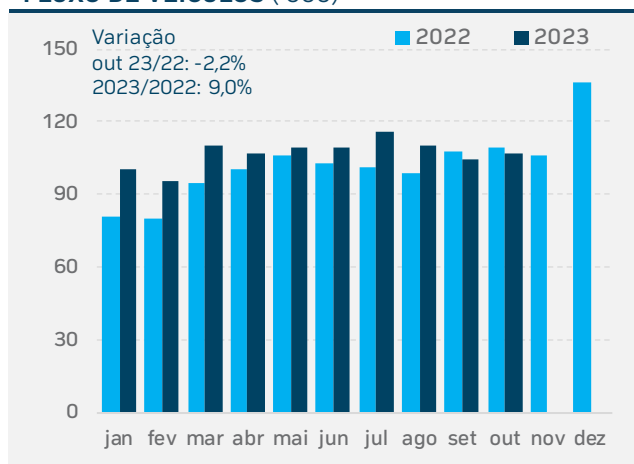
## SHOPPING VILLALOBOS (7% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23 | Realizado out-22 | Variação vs. out-22 | Acum. out-23       | Acum. out-22       | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 4.138.434        | 4.097.692        | 1%                  | 43.374.039         | 39.805.866         | 9%                 |
| Aluguel complementar                  | 286.786          | 334.934          | -14%                | 4.135.570          | 4.139.759          | 0%                 |
| Aluguel quiosques/stands              | 922.034          | 482.134          | 91%                 | 8.530.253          | 5.722.202          | 49%                |
| Outras receitas                       | 114.636          | 102.556          | 12%                 | 1.380.300          | 853.092            | 62%                |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>5.461.890</b> | <b>5.017.317</b> | <b>9%</b>           | <b>57.420.162</b>  | <b>50.520.919</b>  | <b>14%</b>         |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (135.335)        | (225.164)        | -40%                | (1.451.979)        | (3.593.092)        | -60%               |
| Outras despesas                       | (708.615)        | (370.041)        | 91%                 | (6.992.747)        | (4.433.278)        | 58%                |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(843.950)</b> | <b>(595.205)</b> | <b>42%</b>          | <b>(8.444.726)</b> | <b>(8.026.370)</b> | <b>5%</b>          |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>4.617.940</b> | <b>4.422.112</b> | <b>4%</b>           | <b>48.975.436</b>  | <b>42.494.549</b>  | <b>15%</b>         |
| Resultado estacionamento              | 1.182.498        | 1.370.344        | -14%                | 12.396.632         | 11.794.620         | 5%                 |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>5.800.438</b> | <b>5.792.456</b> | <b>0%</b>           | <b>61.372.067</b>  | <b>54.289.169</b>  | <b>13%</b>         |
| Benfeitorias                          | (415.707)        | (508.241)        | -18%                | (13.357.869)       | (10.349.871)       | 29%                |
| Resultado não operacional             | 86.037           | 5.667            | 1418%               | 185.309            | 547.924            | -66%               |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>5.470.767</b> | <b>5.289.883</b> | <b>3%</b>           | <b>48.199.508</b>  | <b>44.487.221</b>  | <b>8%</b>          |

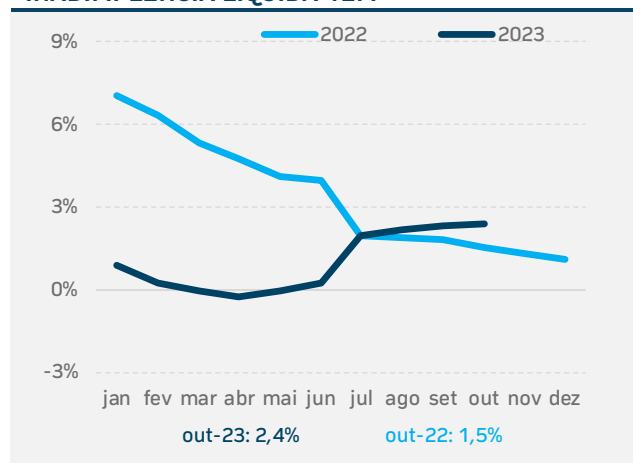
### VENDAS (R\$ MM)



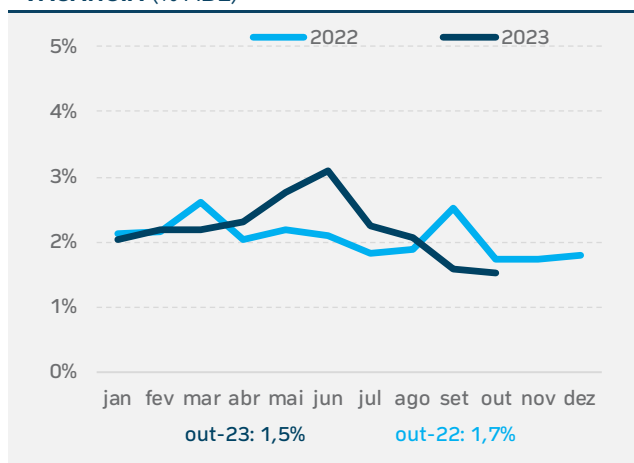
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## I FASHION OUTLET (5% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** entrada da Donuts Now (24 m<sup>2</sup>) e saída da Clube Marisol (378 m<sup>2</sup>).

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

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

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

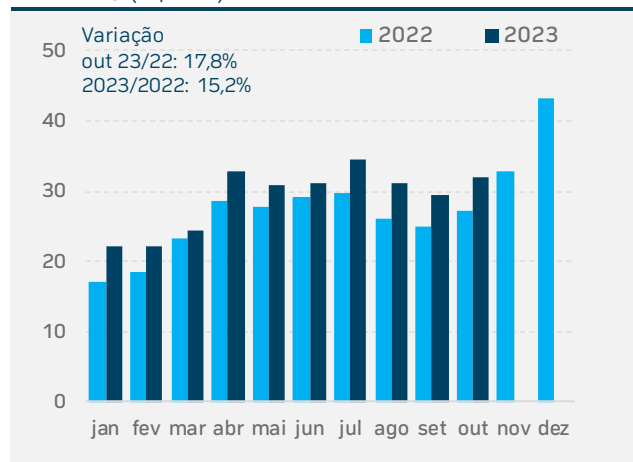
[iguatemi.com.br/ifashionoutletnh](http://iguatemi.com.br/ifashionoutletnh)



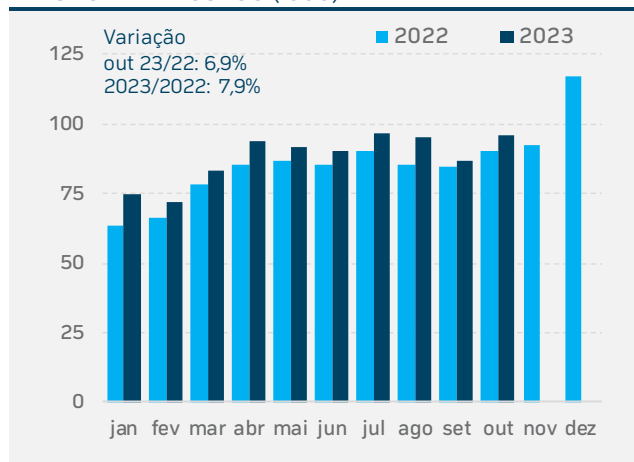
## I FASHION OUTLET (5% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23 | Realizado out-22 | Variação vs. out-22 | Acum. out-23       | Acum. out-22       | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.182.399        | 1.088.473        | 9%                  | 11.568.755         | 10.020.535         | 15%                |
| Aluguel complementar                  | 419.970          | 353.158          | 19%                 | 4.506.382          | 4.006.369          | 12%                |
| Aluguel quiosques/stands              | 135.456          | 100.055          | 35%                 | 1.202.365          | 750.804            | 60%                |
| Outras receitas                       | 47.417           | 12.682           | 274%                | 150.905            | 115.413            | 31%                |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.785.242</b> | <b>1.554.368</b> | <b>15%</b>          | <b>17.428.407</b>  | <b>14.893.121</b>  | <b>17%</b>         |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (16.483)         | (115.130)        | -86%                | (948.249)          | (421.627)          | 125%               |
| Outras despesas                       | (210.703)        | (233.454)        | -10%                | (1.402.752)        | (1.217.703)        | 15%                |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(227.186)</b> | <b>(348.584)</b> | <b>-35%</b>         | <b>(2.351.001)</b> | <b>(1.639.331)</b> | <b>43%</b>         |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.558.056</b> | <b>1.205.784</b> | <b>29%</b>          | <b>15.077.407</b>  | <b>13.253.790</b>  | <b>14%</b>         |
| Resultado estacionamento              | -                | -                | -                   | -                  | -                  | -                  |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>1.558.056</b> | <b>1.205.784</b> | <b>29%</b>          | <b>15.077.407</b>  | <b>13.253.790</b>  | <b>14%</b>         |
| Benfeitorias                          | (9.271)          | (2.751)          | 237%                | (1.494.551)        | (136.494)          | 995%               |
| Resultado não operacional             | 2.812            | 3.001            | -6%                 | 36.043             | 28.973             | 24%                |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>1.551.598</b> | <b>1.206.034</b> | <b>29%</b>          | <b>13.618.898</b>  | <b>13.146.269</b>  | <b>4%</b>          |

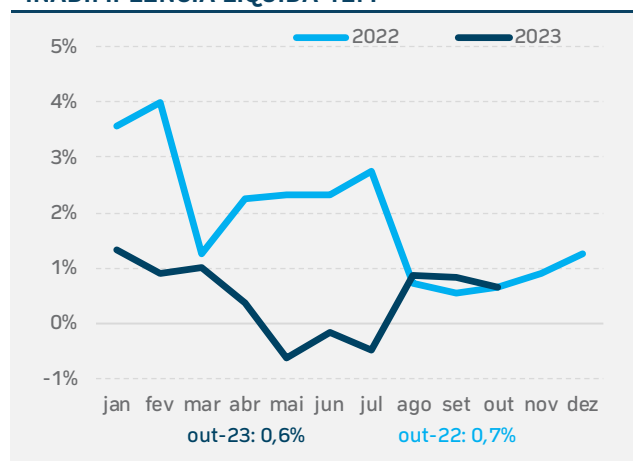
### VENDAS (R\$ MM)



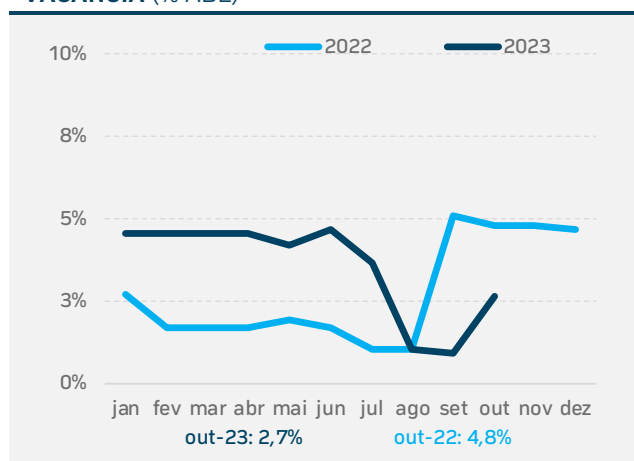
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



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

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

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

**Movimentações comerciais:** saída da Kiss Makeup (86 m²).

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL   | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR    |
|--------------|-------------|-----------|-------------|-------------|
| 23,1%        | 30,1 mil m² | 137       | 2009        | AD Shopping |

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

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

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

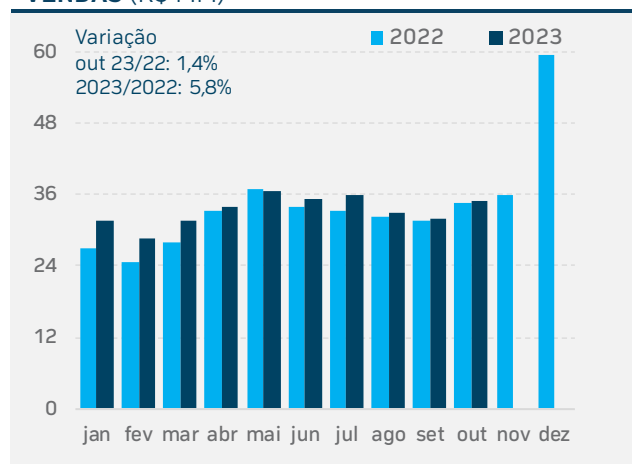


Fotos: Maurício Moreno.

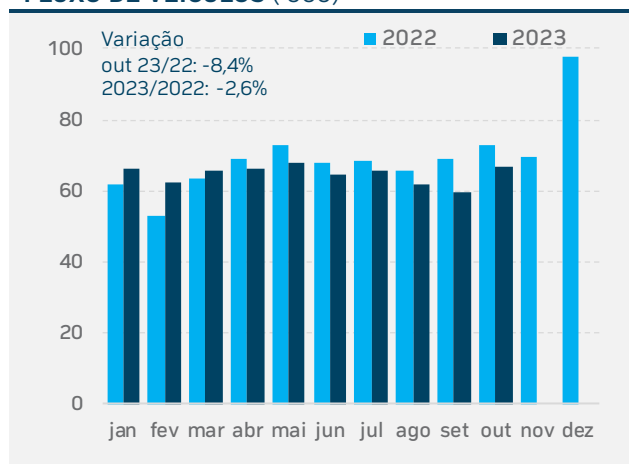
## SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (4% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>out-23 | Realizado<br>out-22 | Variação<br>vs. out-22 | Acum.<br>out-23    | Acum.<br>out-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 2.093.944           | 1.943.927           | 8%                     | 22.027.604         | 20.594.667         | 7%                    |
| Aluguel complementar                  | 60.274              | 104.577             | -42%                   | 907.124            | 962.660            | -6%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 356.066             | 375.579             | -5%                    | 3.562.661          | 3.698.221          | -4%                   |
| Outras receitas                       | 42.524              | 47.614              | -11%                   | 532.518            | 2.083.490          | -74%                  |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>2.552.808</b>    | <b>2.471.697</b>    | <b>3%</b>              | <b>27.029.908</b>  | <b>27.339.038</b>  | <b>-1%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (25.427)            | (56.660)            | -55%                   | (517.593)          | (696.088)          | -26%                  |
| Outras despesas                       | (223.757)           | (233.766)           | -4%                    | (1.954.063)        | (2.469.433)        | -21%                  |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(249.184)</b>    | <b>(290.426)</b>    | <b>-14%</b>            | <b>(2.471.656)</b> | <b>(3.165.521)</b> | <b>-22%</b>           |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>2.303.624</b>    | <b>2.181.271</b>    | <b>6%</b>              | <b>24.558.252</b>  | <b>24.173.518</b>  | <b>2%</b>             |
| Resultado estacionamento              | 415.802             | 359.280             | 16%                    | 3.931.013          | 3.118.992          | 26%                   |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.719.426</b>    | <b>2.540.551</b>    | <b>7%</b>              | <b>28.489.265</b>  | <b>27.292.510</b>  | <b>4%</b>             |
| Benfeitorias                          | (300.000)           | (495.302)           | -39%                   | (600.000)          | (4.639.490)        | -87%                  |
| Resultado não operacional             | -                   | -                   | -                      | -                  | -                  | -                     |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>2.419.426</b>    | <b>2.045.249</b>    | <b>18%</b>             | <b>27.889.265</b>  | <b>22.653.020</b>  | <b>23%</b>            |

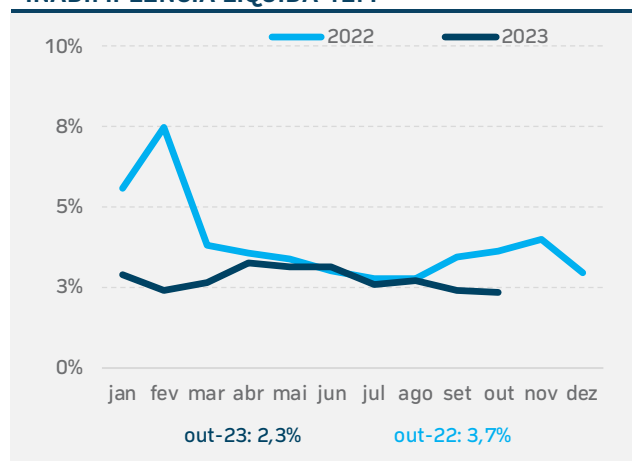
### VENDAS (R\$ MM)



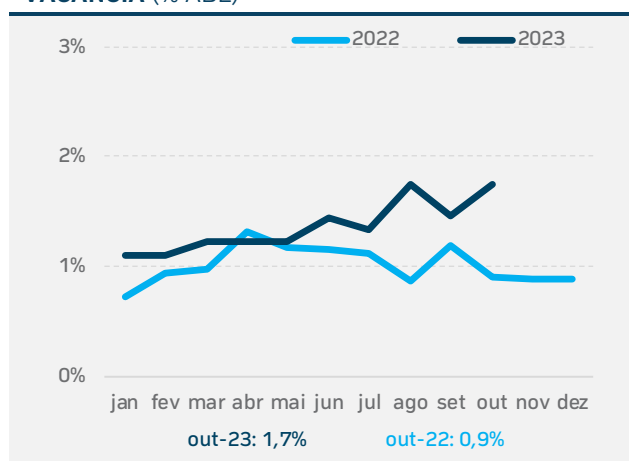
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SANTANA PARQUE SHOPPING (3% DA CARTEIRA)

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

**Movimentações comerciais:** saídas da Side Walk (67 m<sup>2</sup>) e Algo Doce (67 m<sup>2</sup>).

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

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

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

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

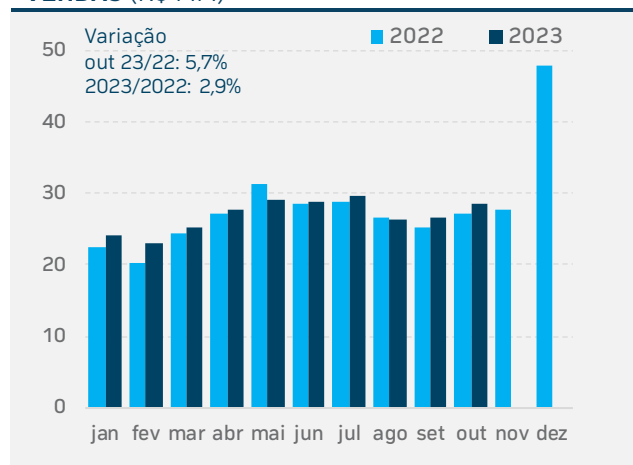


Fotos: Maurício Moreno.

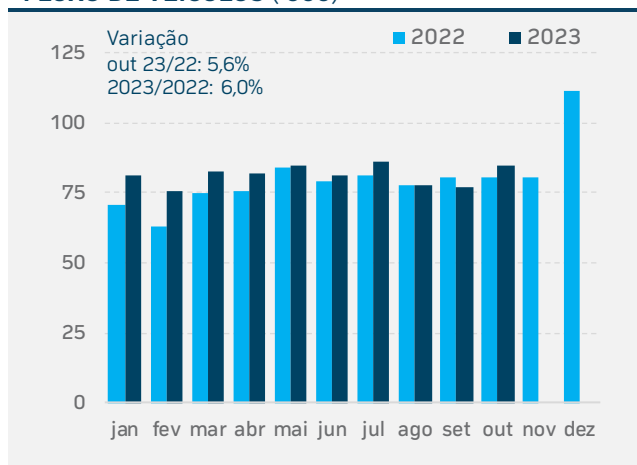
## SANTANA PARQUE SHOPPING (3% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>out-23 | Realizado<br>out-22 | Variação<br>vs. out-22 | Acum.<br>out-23    | Acum.<br>out-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.477.281           | 1.436.162           | 3%                     | 16.177.851         | 14.721.940         | 10%                   |
| Aluguel complementar                  | 125.202             | 156.631             | -20%                   | 1.731.145          | 1.921.758          | -10%                  |
| Aluguel quiosques/stands              | 299.148             | 415.124             | -28%                   | 3.352.978          | 4.521.731          | -26%                  |
| Outras receitas                       | 7.950               | 7.780               | 2%                     | 41.646             | 1.072.207          | -96%                  |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.909.580</b>    | <b>2.015.697</b>    | <b>-5%</b>             | <b>21.303.620</b>  | <b>22.237.636</b>  | <b>-4%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (397.151)           | (208.800)           | 90%                    | (3.651.170)        | (2.276.255)        | 60%                   |
| Outras despesas                       | (355.255)           | (337.589)           | 5%                     | (3.120.250)        | (2.669.501)        | 17%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(752.406)</b>    | <b>(546.388)</b>    | <b>38%</b>             | <b>(6.771.420)</b> | <b>(4.945.756)</b> | <b>37%</b>            |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.157.174</b>    | <b>1.469.308</b>    | <b>-21%</b>            | <b>14.532.200</b>  | <b>17.291.881</b>  | <b>-16%</b>           |
| Resultado estacionamento              | 766.266             | 680.153             | 13%                    | 6.725.994          | 5.825.533          | 15%                   |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>1.923.440</b>    | <b>2.149.461</b>    | <b>-11%</b>            | <b>21.258.194</b>  | <b>23.117.414</b>  | <b>-8%</b>            |
| Benfeitorias                          | (38.387)            | (21.393)            | 79%                    | (1.290.344)        | (1.475.751)        | -13%                  |
| Resultado não operacional             | 10.507              | (132.902)           | -                      | (329.204)          | (558.777)          | -41%                  |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>1.895.560</b>    | <b>1.995.166</b>    | <b>-5%</b>             | <b>19.638.646</b>  | <b>21.082.886</b>  | <b>-7%</b>            |

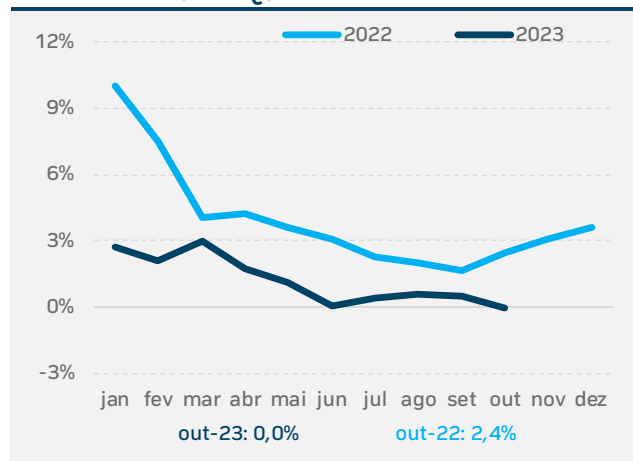
### VENDAS (R\$ MM)



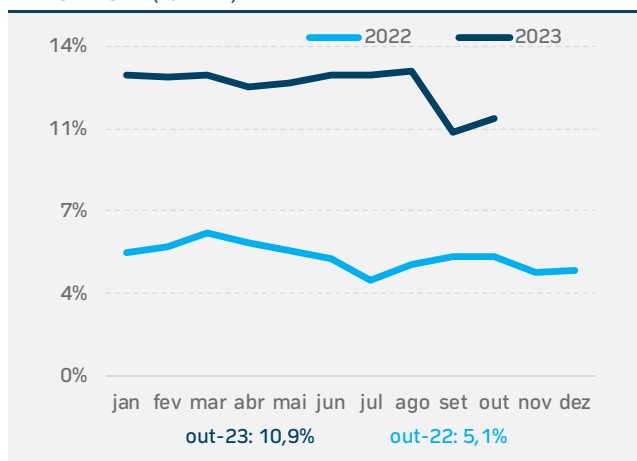
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Localizado a apenas 40 km da cidade de São Paulo, o Suzano Shopping atende toda a região do Alto Tietê, o que significa uma população de mais de um milhão de habitantes. O acesso fácil pelas principais rodovias da região é um dos atrativos do shopping.

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

**Movimentações comerciais:** entradas da Cacau Show (64 m<sup>2</sup>), Dona Dondoca (64 m<sup>2</sup>) e Sumirê (33 m<sup>2</sup>).

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

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

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

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

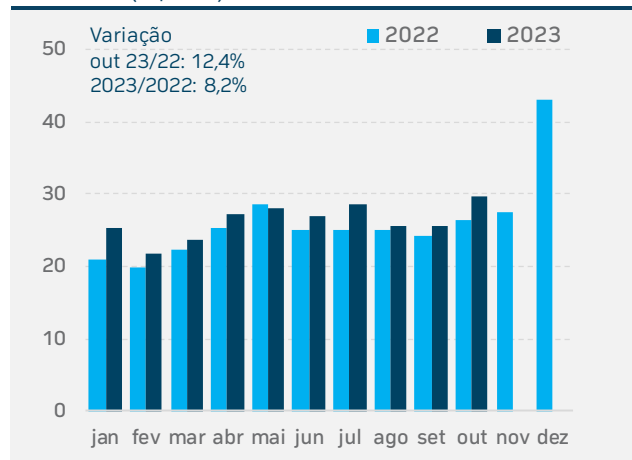


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno

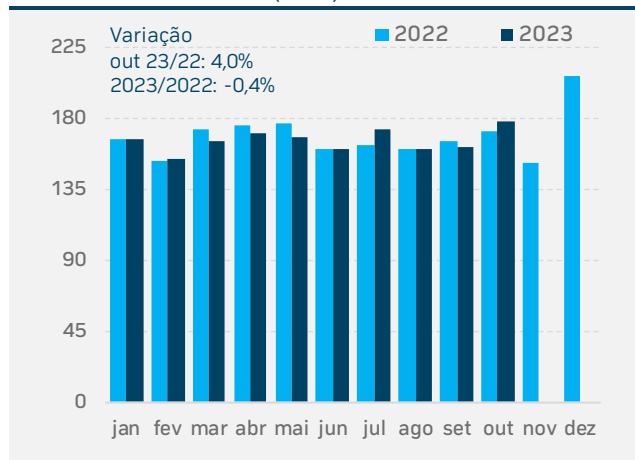
## SUZANO SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23 | Realizado out-22 | Variação vs. out-22 | Acum. out-23       | Acum. out-22       | Variação acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.529.789        | 1.510.937        | 1%                  | 15.450.546         | 14.789.790         | 4%                 |
| Aluguel complementar                  | 109.044          | 87.736           | 24%                 | 1.524.042          | 1.112.628          | 37%                |
| Aluguel quiosques/stands              | 337.855          | 277.847          | 22%                 | 3.160.771          | 3.176.692          | -1%                |
| Outras receitas                       | 198.464          | 182.789          | 9%                  | 875.498            | 1.501.089          | -42%               |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>2.175.153</b> | <b>2.059.309</b> | <b>6%</b>           | <b>21.010.857</b>  | <b>20.580.200</b>  | <b>2%</b>          |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (13.616)         | (182)            | 7369%               | 49.200             | 357.901            | -86%               |
| Outras despesas                       | (245.624)        | (160.978)        | 53%                 | (2.170.138)        | (1.813.099)        | 20%                |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(259.239)</b> | <b>(161.160)</b> | <b>61%</b>          | <b>(2.120.938)</b> | <b>(1.455.198)</b> | <b>46%</b>         |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.915.913</b> | <b>1.898.149</b> | <b>1%</b>           | <b>18.889.919</b>  | <b>19.125.002</b>  | <b>-1%</b>         |
| Resultado estacionamento              | 529.611          | 433.444          | 22%                 | 4.295.526          | 4.049.265          | 6%                 |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>2.445.524</b> | <b>2.331.593</b> | <b>5%</b>           | <b>23.185.445</b>  | <b>23.174.267</b>  | <b>0%</b>          |
| Benfeitorias                          | (952.753)        | (449.267)        | 112%                | (10.034.995)       | (2.778.760)        | 261%               |
| Resultado não operacional             | -                | -                | -                   | -                  | -                  | -                  |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>1.492.771</b> | <b>1.882.326</b> | <b>-21%</b>         | <b>13.150.450</b>  | <b>20.395.507</b>  | <b>-36%</b>        |

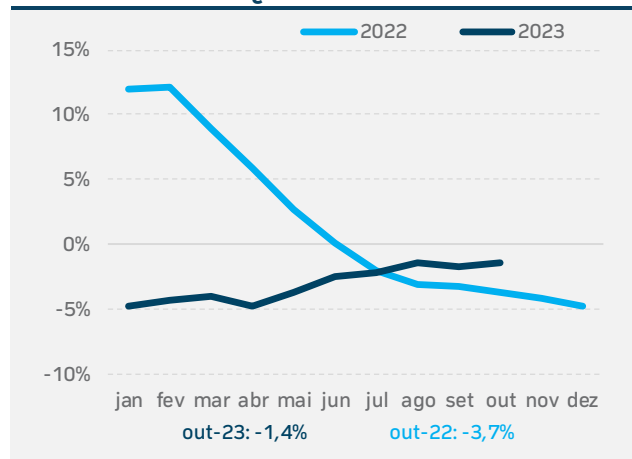
### VENDAS (R\$ MM)



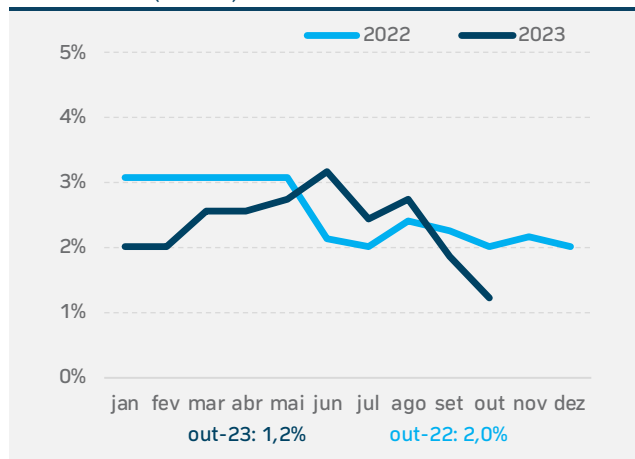
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### 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:** entradas da Wow Park (363 m<sup>2</sup>), Shopping Center da Criança (334 m<sup>2</sup>) e Ark Digital (102 m<sup>2</sup>), saída da Calvin Klein (68 m<sup>2</sup>).

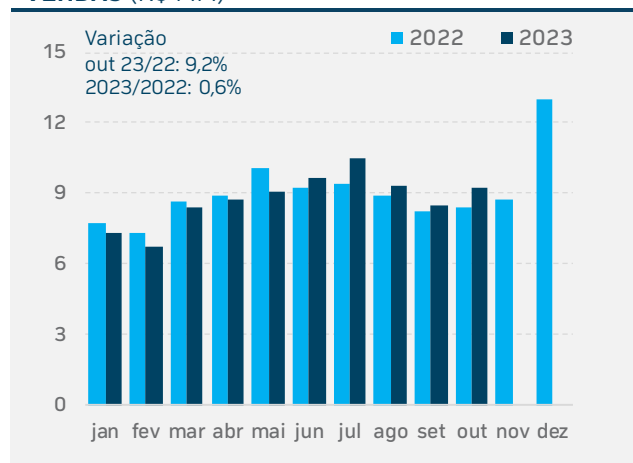
| PARTICIPAÇÃO<br>54%                                                                                                                                                                                                              | ABL TOTAL<br>26,3 mil m <sup>2</sup> | OPERAÇÕES<br>166 | INAUGURAÇÃO<br>1989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



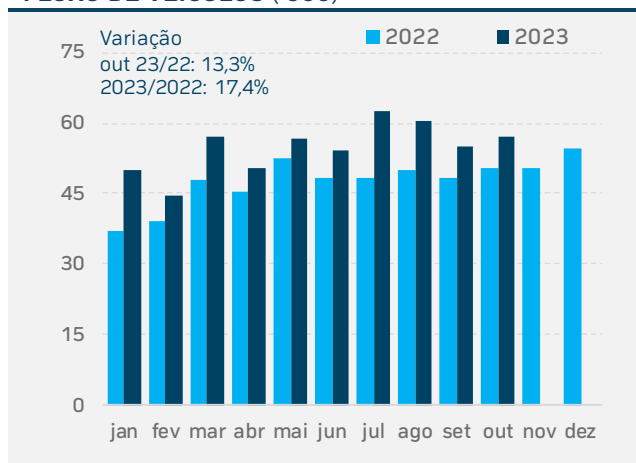
## GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (1% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado out-23 | Realizado out-22   | Varição vs. out-22 | Acum. out-23       | Acum. out-22       | Varição acum. a/a |
|---------------------------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| Aluguel mínimo                        | 179.735          | 235.085            | -24%               | 2.506.302          | 2.866.393          | -13%              |
| Aluguel complementar                  | 83.576           | 68.342             | 22%                | 1.034.918          | 883.730            | 17%               |
| Aluguel quiosques/stands              | 50.804           | 77.138             | -34%               | 728.039            | 522.397            | 39%               |
| Outras receitas                       | 406              | 569                | -29%               | 10.372             | 7.369              | 41%               |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>314.521</b>   | <b>381.134</b>     | <b>-17%</b>        | <b>4.279.631</b>   | <b>4.279.889</b>   | <b>0%</b>         |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (679.527)        | (976.885)          | -30%               | (7.163.157)        | (6.691.861)        | 7%                |
| Outras despesas                       | (49.892)         | (66.635)           | -25%               | (441.070)          | (385.720)          | 14%               |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(729.419)</b> | <b>(1.043.520)</b> | <b>-30%</b>        | <b>(7.604.227)</b> | <b>(7.077.581)</b> | <b>7%</b>         |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>(414.898)</b> | <b>(662.386)</b>   | <b>-37%</b>        | <b>(3.324.595)</b> | <b>(2.797.692)</b> | <b>19%</b>        |
| Resultado estacionamento              | 2.235            | 1.718              | 30%                | 22.336             | 15.619             | 43%               |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>(412.663)</b> | <b>(660.668)</b>   | <b>-38%</b>        | <b>(3.302.260)</b> | <b>(2.782.073)</b> | <b>19%</b>        |
| Benfeitorias                          | -                | (903.743)          | -100%              | (663.648)          | (1.056.063)        | -37%              |
| Resultado não operacional             | (202.147)        | (125.323)          | 61%                | (1.408.291)        | (255.243)          | 452%              |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>(614.810)</b> | <b>(1.689.734)</b> | <b>-64%</b>        | <b>(5.374.199)</b> | <b>(4.093.379)</b> | <b>31%</b>        |

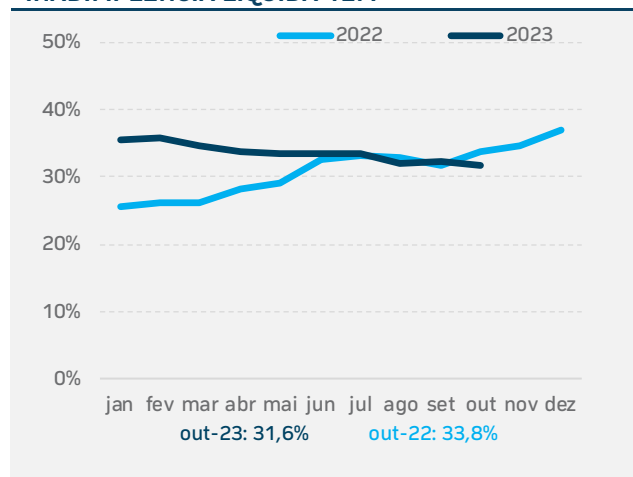
### VENDAS (R\$ MM)



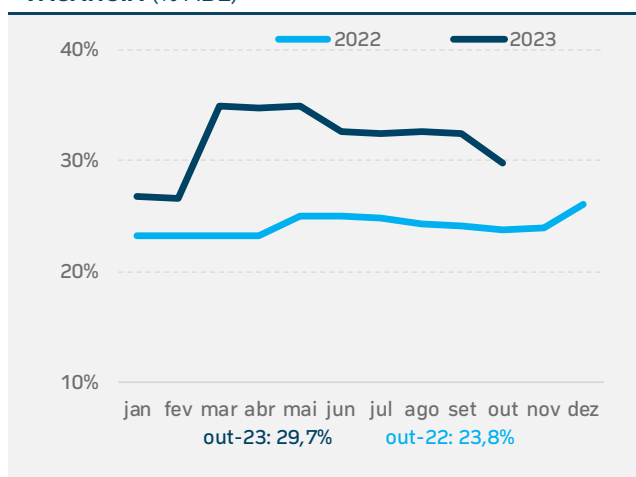
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)

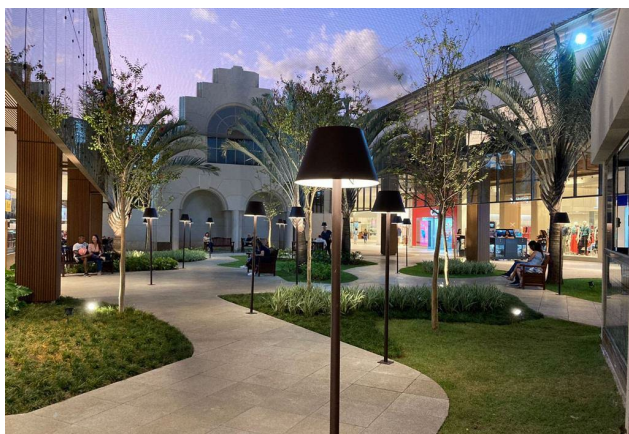


## FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Inaugurado em outubro de 1993, o Franca Shopping é um centro de compras e entretenimento pioneiro no interior de São Paulo. Foi concebido como open mall e com um icônico lago interno. Recentemente o shopping passou por uma revitalização da área interna e no estacionamento, a primeira grande revitalização nos quase 30 anos do shopping. Apesar de ser uma participação pouco representativa no portfólio do Fundo, é esperado que contribua estrategicamente para oportunidades futuras.

**Movimentações comerciais:** entradas da Pipoca Americana (89 m<sup>2</sup>) e Criatiff (63 m<sup>2</sup>).

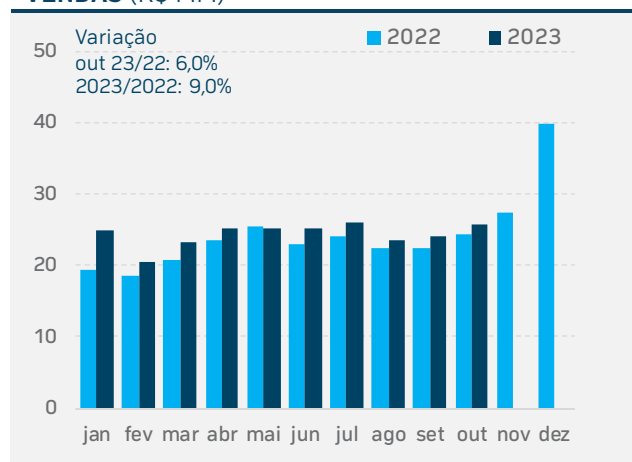
| PARTICIPAÇÃO<br>0,4%                                                                                                                                                                                                             | ABL TOTAL<br>18,7 mil m <sup>2</sup> | OPERAÇÕES<br>100 | INAUGURAÇÃO<br>1993 | OPERADOR<br>ALLOS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| <b>Principais Operações:</b> Lojas Renner, Casas Bahia, C&A, Riachuelo, Magazine Luiza e Centauro.<br><b>Endereço:</b> Av. Rio Negro, 1.100, Franca, SP <a href="http://www.francashopping.com.br">www.francashopping.com.br</a> |                                      |                  |                     |                   |



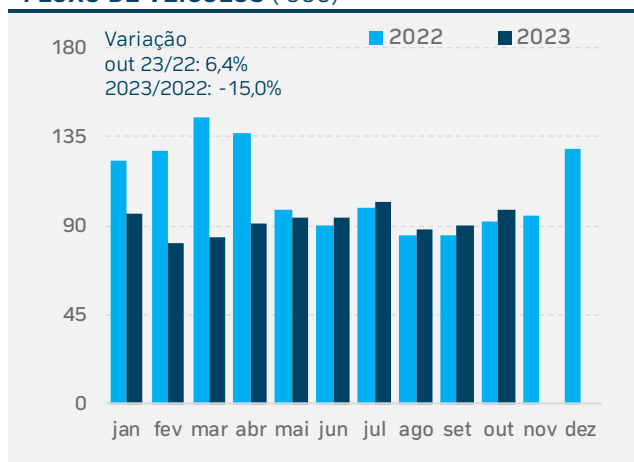
## FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

| Fluxo de Caixa 100% shopping          | Realizado<br>out-23 | Realizado<br>out-22 | Variação<br>vs. out-22 | Acum.<br>out-23    | Acum.<br>out-22    | Variação<br>acum. a/a |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Aluguel mínimo                        | 1.136.314           | 1.206.813           | -6%                    | 11.452.929         | 11.285.142         | 1%                    |
| Aluguel complementar                  | 109.902             | 64.576              | 70%                    | 1.827.606          | 1.206.603          | 51%                   |
| Aluguel quiosques/stands              | 297.924             | 213.146             | 40%                    | 2.558.028          | 1.252.257          | 104%                  |
| Outras receitas                       | 8.058               | 12.647              | -                      | 188.913            | 359.223            | -                     |
| <b>Receitas totais</b>                | <b>1.552.198</b>    | <b>1.497.182</b>    | <b>4%</b>              | <b>16.027.476</b>  | <b>14.103.226</b>  | <b>14%</b>            |
| Encargos de lojas vagas e contratuais | (46.874)            | (764)               | 6036%                  | (167.227)          | (43.120)           | 288%                  |
| Outras despesas                       | (225.011)           | (108.983)           | 106%                   | (2.448.705)        | (1.847.400)        | 33%                   |
| <b>Despesas totais</b>                | <b>(271.885)</b>    | <b>(109.747)</b>    | <b>148%</b>            | <b>(2.615.932)</b> | <b>(1.890.521)</b> | <b>38%</b>            |
| <b>Resultado operacional (NOI)</b>    | <b>1.280.314</b>    | <b>1.387.436</b>    | <b>-8%</b>             | <b>13.411.544</b>  | <b>12.212.705</b>  | <b>10%</b>            |
| Resultado estacionamento              | 459.525             | 281.475             | 63%                    | 3.750.458          | 1.771.939          | 112%                  |
| <b>NOI + estacionamento</b>           | <b>1.739.839</b>    | <b>1.668.911</b>    | <b>4%</b>              | <b>17.162.001</b>  | <b>13.984.643</b>  | <b>23%</b>            |
| Benfeitorias                          | (149.011)           | (2.789.963)         | -95%                   | (3.991.426)        | (19.841.815)       | -80%                  |
| Resultado não operacional             | 16.471              | 88.354              | -81%                   | (266.338)          | 301.165            | -                     |
| <b>Fluxo de caixa total</b>           | <b>1.607.299</b>    | <b>(1.032.697)</b>  | <b>-</b>               | <b>12.904.237</b>  | <b>(5.556.007)</b> | <b>-</b>              |

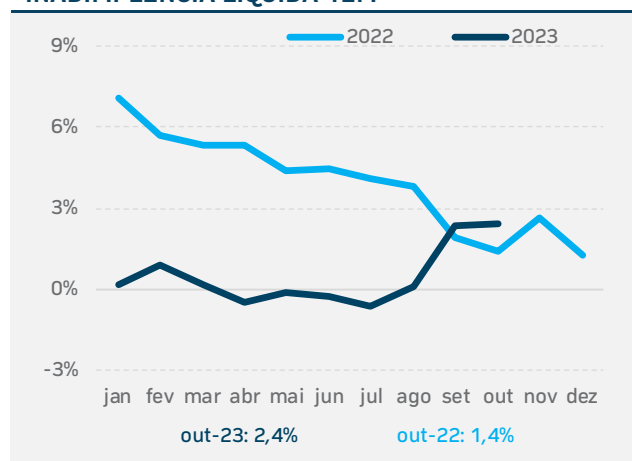
### VENDAS (R\$ MM)



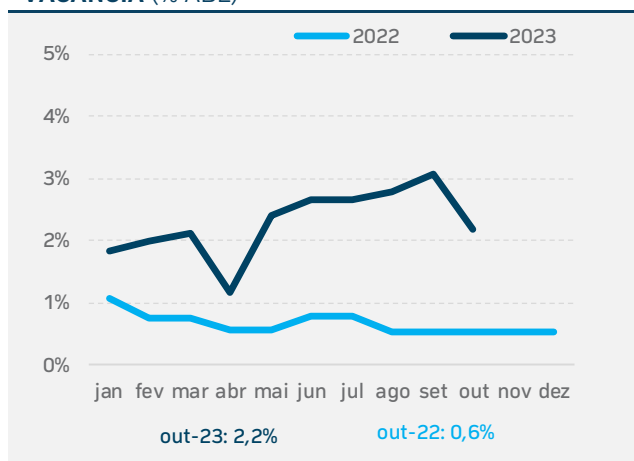
### FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



### INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



### VACÂNCIA (% ABL)



## SHOPPING PARQUE D. PEDRO (11% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII HPDP11)

O Parque D. Pedro Shopping é o mais completo centro de compras, lazer, entretenimento e serviços da região de Campinas. No encerramento de mês, o Fundo detinha uma participação de 10,3% do Shopping, por meio do Fundo HPDP11.

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<br>10,3% | ABL TOTAL<br>126,5 mil m <sup>2</sup> | OPERAÇÕES<br>387 | INAUGURAÇÃO<br>2002 | OPERADOR<br>ALLOS |
|-----------------------|---------------------------------------|------------------|---------------------|-------------------|
|-----------------------|---------------------------------------|------------------|---------------------|-------------------|

**Principais Operações:** Renner, Decathlon, Magazine Luiza, Riachuelo, Barbacoa, Mamma Jamma, Pirajá, Camarada Camarão, Kinoplex e Outback.

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

<https://parquedpedro.com.br/>



Fotos 1, 2 e 3: Maurício Moreno.

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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



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

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

| PARTICIPAÇÃO | ABL TOTAL               | OPERAÇÕES | INAUGURAÇÃO | OPERADOR |
|--------------|-------------------------|-----------|-------------|----------|
| 12,4%        | 57,2 mil m <sup>2</sup> | 238       | 1993        | ALLOS    |

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

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

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



## GLOSSÁRIO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



## EVENTOS, COMUNICADOS E FATOS RELEVANTES

### REAVALIAÇÃO DE IMÓVEL - PENHA

Em 8 de novembro de 2023 a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Hedge Brasil Shopping, comunicou aos cotistas e ao mercado em geral que, em cumprimento ao disposto na Instrução CVM nº 516, o Shopping Penha foi avaliado a mercado (valor justo) pela empresa Cushman & Wakefield, resultando em valor 8,52% superior ao valor contábil atual, o que representou uma variação positiva de aproximadamente 0,94% no valor patrimonial da cota do Fundo na data de divulgação.

A comunicação sobre as avaliações dos demais imóveis do fundo será realizada conforme conclusão dos respectivos laudos.

## DOCUMENTOS

[Regulamento vigente](#)[Demonstrações  
financeiras 2022](#)[Informe Mensal](#)

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



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

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