

Relatório Gerencial

AJFI11



Índice



Destaques do Relatório **3**

Comentários do Gestor **4**

Performance do Fundo **8**

Portfólio de Ativos **11**

Indicadores operacionais e financeiros do Portfólio **12**

Acontece na Almeida Junior **16**

Glossário **17**

Disclaimer **18**

Objetivo do fundo :

O FUNDO tem por objetivo investir, por meio da exploração comercial imobiliária, seu PATRIMÔNIO LÍQUIDO em imóveis do tipo shopping centers, construídos ou em fase de construção e/ou de expansão, desde que, no todo ou em parte, sejam detidos, desenvolvidos, geridos e/ou administrados, direta ou indiretamente, pela ALMEIDA JUNIOR ou qualquer sociedade integrante do conglomerado econômico da ALMEIDA JUNIOR.

Informações Gerais :

| | | | |
|---|---|---|--|
|  | Início do fundo: 01/11/2023 |  | Gestor: Capitânia Capital S.A. |
|  | CNPJ: 41.793.345/0001-27 |  | Administrador: XP Investimentos CTVM S.A |
|  | Código B3: AJFI11 |  | Taxa de Administração: 0,10% |
|  | Patrimônio Líquido: R\$ 350.689.928 |  | Taxa de Gestão: 0,60% |
|  | Quantidade de Cotistas: 11.864 |  | Benchmark: IFIX |
|  | ISIN: BRAJFICTF001 |  | Cota Patrimonial R\$ 11,10 |
|  | Tipo/segmento ANBIMA: FII Renda Gestão Ativa/Shopping |  | Cota de Mercado R\$ 7,67 |

COMENTÁRIO DO GESTOR:

MACRO

No mês setembro de 2025, o PIB Brasil variou 2,2% contra o mesmo mês do ano passado, enquanto a Taxa de Desemprego fechou em 5,6%.

No que diz respeito à inflação, o IPCA fechou com uma variação positiva de 0,48%, enquanto o IGP-M variou 0,42%.

VAREJO

O Índice de Confiança do Consumidor variou -6,8% na comparação de setembro de 2025 com o mesmo mês do ano anterior.

As vendas do Varejo Restrito variaram 2,6% no mesmo período.

SEGMENTO DE SHOPPINGS

Em setembro, a receita nominal dos shopping centers cresceu 1,2% na comparação anual, após avanço de 2,9% em agosto. Em termos reais, houve queda de 3,7%, refletindo um ambiente de menor dinamismo no mercado de trabalho e desaceleração das concessões de crédito.

O Aluguel Médio por m² registrou alta real de 1% frente a setembro de 2024, com destaque positivo para as Mega Lojas, que apresentaram variação de +10,5%, enquanto o segmento de Entretenimento teve o pior desempenho, com queda de -13,7%.

A Vacância Física encerrou o mês em 4,5% no consolidado do setor. Entre os portes, os shoppings de grande porte apresentaram vacância de 4,1%, ao passo que os pequenos registraram 6,3%.

O Fluxo de Visitantes avançou 1,0% no comparativo anual, revertendo a sequência de três meses de queda.

O Ticket Médio atingiu R\$ 118,37, mantendo-se próximo da estabilidade em relação ao ano anterior.

Por fim, a Inadimplência encerrou setembro em 4,0%, representando aumento de 1 p.p. em relação ao ano anterior. Nos shoppings de grande porte, a inadimplência ficou em 4,0%, enquanto os de pequeno porte registraram 3,0%.

DESEMPENHO DO FUNDO

No mês de setembro de 2025, o Fundo obteve um resultado de R\$ 0,0457/cota, distribuiu R\$ 0,03/cota.

A Cota de Mercado do Fundo valorizou no fechamento do mês.

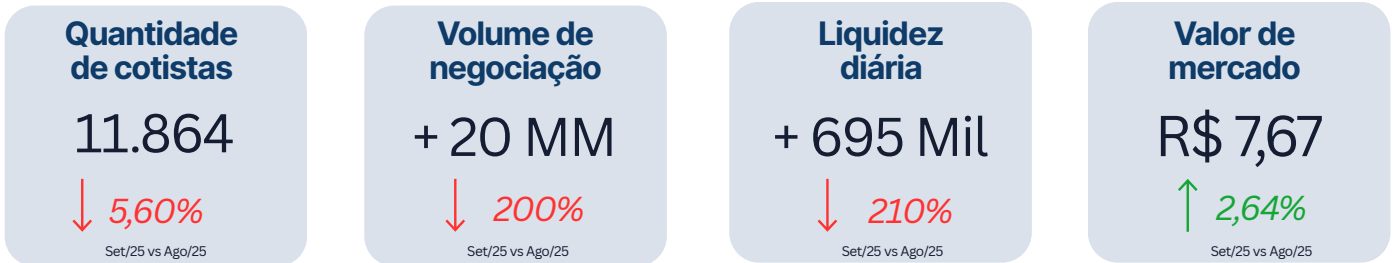
Por fim, o Fundo negociou R\$ 20,8 milhões no mês e esteve presente em 100% dos pregões.

DESEMPENHO DO PORTFÓLIO

No mês de setembro de 2025, o portfólio de shoppings apresentou crescimentos expressivos de NOI, com destaque positivo para o Continente Shopping, que registrou a maior variação do grupo, com +42,2%. Outros ativos também apresentaram forte desempenho, como o Norte Shopping (+20,6%), o Garten Shopping (+16,5%), o Neumarkt (+14,7%) e o Nações Shopping (+14,7%). O destaque menos favorável foi o Balneário Shopping, com variação positiva mais moderada, de +4,30%.

Em relação às vendas, o portfólio apresentou crescimento consistente, impulsionado principalmente pelo Nações Shopping (+15,7%) e pelo Continente Shopping (+15,7%). Outras altas relevantes ocorreram no Neumarkt (+9,32%), enquanto o desempenho menos favorável ficou com o Balneário Shopping (+3,95%) e com o Garten Shopping e Norte Shopping, ambos com +4,93%.

A Vacância do portfólio de shoppings encerrou o mês em 7,10%, enquanto a Inadimplência Líquida permaneceu controlada.



| Indicador | set. de 2024 | set. de 2025 | Varição |
|--------------------------|--------------|--------------|---------|
| Quantidade de Cotistas | 13.438 | 11.864 | -11,72% |
| Quantidade de Cotas | 31.625.978 | 31.625.978 | 0,00% |
| Cota Patrimonial | 12,25 | 11,10 | -9,39% |
| Cota de Mercado | 7,71 | 7,67 | -0,51% |
| P/VP | 62,93% | 69,09% | 9,78% |
| Volume de Negociação Mês | 24.353.292 | 20.854.054 | -14,40% |
| Liquidez Diária | 811.776 | 695.134 | -14,37% |
| Nº de Negócios | 111.182 | 23.404 | -78,95% |
| Giro | 11,36% | 8,60% | -24,29% |

Portfólio Atual:



CONTINENTE
Shopping

Esquina Rod - Rodovia BR 101, SC-281, KM 210 - Distrito Industrial, São José - SC, 88104-800

Data de Inauguração: **27/10/2012**
 ABL Total: **44 mil m²**
 Participação AJFI: **17,85%**
 Qtde. lojas: **270**
 Vagas de estacionamento: **1900**



BALNEÁRIO
Shopping

Av. Santa Catarina, 1 - Estados, Balneário Camboriú - SC, 88339-005

Data de Inauguração: **27/10/2007**
 ABL Total: **43 mil m²**
 Participação AJFI: **1%**
 Qtde. lojas: **300**
 Vagas de estacionamento: **1300**



NAÇÕES
Shopping

Av. Jorge Elias de Lucca, 765 - Nossa Sra. da Salete, Criciúma - SC, 88813-901

Data de Inauguração: **16/04/2016**
 ABL Total: **36 mil m²**
 Participação AJFI: **17,75%**
 Qtde. lojas: **240**
 Vagas de estacionamento: **2000**



GARTEN
Shopping

Av. Rolf Wiest, 333 - Bom Retiro, Joinville - SC, 89223-005

Data de Inauguração: **23/04/2010**
 ABL Total: **35 mil m²**
 Participação AJFI: **3,35%**
 Qtde. lojas: **260**
 Vagas de estacionamento: **1800**



NORTE
Shopping

Rodovia, BR-470, 3000 - Salto Norte, Blumenau - SC, 89065-800

Data de Inauguração: **28/05/2011**
 ABL Total: **36 mil m²**
 Participação AJFI: **14,02%**
 Qtde. lojas: **260**
 Vagas de estacionamento: **1500**



NEUMARKT
Shopping

Rodovia, BR-470, 3000 - Salto Norte, Blumenau - SC, 89065-800

Data de Inauguração: **29/09/1993**
 ABL Total: **30,6 mil m²**
 Participação AJFI: **6,20%**
 Qtde. lojas: **240**
 Vagas de estacionamento: **1100**

Indicadores individuais de cada Shopping

Neumarkt

Set/24 vs Set/25

Ocupação ↑ 0.94%

NOI Caixa¹ ↑ 14.7%

Vendas ↑ 9.32%

Balneário Shopping

Set/24 vs Set/25

Ocupação ↓ 2,73%

NOI Caixa¹ ↓ 4,30%

Vendas ↑ 3.95%

Garten Shopping

Set/24 vs Set/25

Ocupação ↑ 1.25%

NOI Caixa¹ ↑ 4.57%

Vendas ↑ 4.73%

Norte Shopping

Set/24 vs Set/25

Ocupação ↑ 0.78%

NOI Caixa¹ ↑ 16.5%

Vendas ↑ 4.93%

Continente Shopping

Set/24 vs Set/25

Ocupação ↑ 2.87%

NOI Caixa¹ ↑ 20.6%

Vendas ↑ 4.93%

Nações Shopping

Set/24 vs Set/25

Ocupação ↑ 0.44%

NOI Caixa¹ ↑ 42.2%

Vendas ↑ 15.7%

PERFORMANCE DO FUNDO

Demonstrativo do Resultado do Exercício (regime de caixa)

| | Abr-25 | Mai-25 | Jun-25 | Jul-25 | Ago-25 | Set-25 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Receitas | 2,320,919 | 2,323,325 | 1,882,695 | 2,151,455 | 1,828,406 | 1,951,886 |
| Resultado Shoppings | 2,300,000 | 2,300,000 | 1,860,124 | 2,219,805 | 1,809,291 | 1,937,687 |
| Resultado FIIs | - | - | - | - | - | - |
| Resultado CRIs | - | - | - | - | - | - |
| Resultado Caixa (líquido) | 20,919 | 23,325 | 22,571 | 21,651 | 19,114 | 14,198 |
| Despesas | (184,501) | (173,943) | (141,972) | (384,756) | (151,017) | (899,843) |
| Taxa de Administração e Gestão | (158,773) | (128,656) | (136,246) | (128,586) | (146,209) | (136,272) |
| Outras Despesas Operacionais | (65,728) | (45,287) | (5,726) | (256,170) | (4,808) | (763,570) |
| Resultado | 2.136.418 | 2,149,382 | 1,740,723 | 1,766,700 | 1,677,388 | 1,445,270 |
| Resultado/cota | 0,0676 | 0,0680 | 0,0550 | 0,0559 | 0,0467 | 0,0457 |
| Distribuição | 2,213,818 | 2,213,818 | 1,897,558 | 1,897,558 | 1,897,558 | 948,779 |
| Distribuição/cota | 0,07 | 0,06 | 0,06 | 0,06 | 0,06 | 0,03 |
| <i>Dividend Yield (mensal) Cota Mercado</i> | 0,95% | 0,95% | 0,96% | 0,58% | 0,94% | 0,91% |
| <i>Dividend Yield Anualizado Cota Mercado</i> | 12,59% | 12,43% | 12,49% | 12,65% | 11,85% | 11,53% |
| Quantidade de Cotas | 31,625,978 | 31,625,978 | 31,625,978 | 31,625,978 | 31,625,978 | 31,625,978 |

No mês de setembro, o Fundo pagou a taxa de administração da Almeida Júnior dos meses de agosto e setembro, ocasionando numa despesa maior no mês.

BALANÇO PATRIMONIAL

| | Jun-25 | Jul-25 | Ago-25 | Set-25 |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ativos | 392,836,661 | 365,801,519 | 361,445,665 | 360,574,599 |
| Caixa | 2,966,523 | 2,835,664 | 2,415,563 | 1,531,099 |
| Contas a receber | 71,330 | 5,803,785 | 1,736,602 | 1,716,188 |
| Garten (GS) | 25,935,700 | 23,989,350 | 23,999,071 | 24,012,751 |
| Neumarkt (NK) | 46,977,400 | 41,893,400 | 41,899,361 | 41,899,463 |
| Balneário (BS) | 16,182,000 | 14,980,000 | 14,986,686 | 14,988,075 |
| Nações (NS) | 76,804,250 | 72,224,750 | 72,231,796 | 72,231,796 |
| Norte (NR) | 68,361,520 | 62,613,320 | 62,673,696 | 62,692,441 |
| Continente (CS) | 155,537,938 | 141,461,250 | 141,502,883 | 141,502,883 |
| Passivo | 8,625,967 | 8,655,778 | 9,936,836 | 9,884,771 |
| Patrimônio Líquido | 384,210,693 | 357,145,741 | 351,508,825 | 350,689,928 |
| Quantidade de cotas | 31,625,978 | 31,625,978 | 31,625,978 | 31,625,978 |
| Valor Patrimonial das Cotas | 12,14 | 11,29 | 11,11 | 11,09 |

INDICADORES OPERACIONAIS

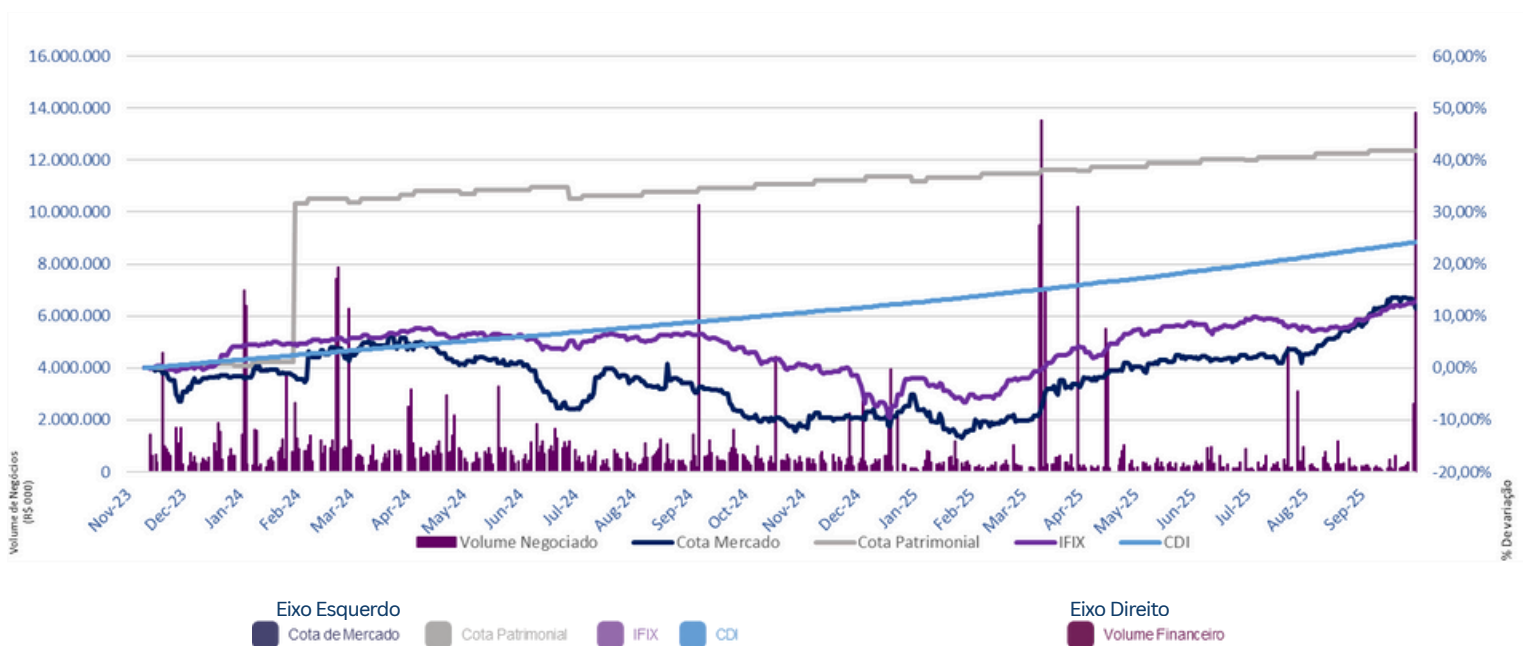
| | Set-25 |
|-----------------------------------|-----------|
| ABL Total (m ²) | 223.804 |
| ABL Próprio (m ²) | 22.864 |
| Vendas Totais (R\$) | 261,84 MM |
| * NOI Caixa (R\$) Acumulado - LTM | 25,37 MM |
| Vacância (%ABL) Média | 7,10% |

* Não leva em consideração a taxa de administração devido à Almeida Junior, dado que o Fundo tem carência até o resultado dos shoppings apurado em junho deste ano

NEGOCIAÇÃO DAS COTAS

As cotas do Fundo são listadas em bolsa para negociação no mercado secundário sob o código AJFI11.

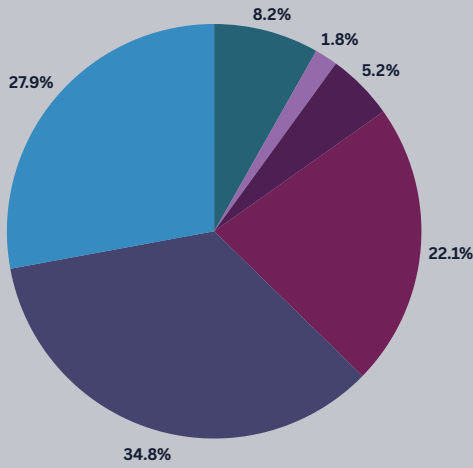
Foi negociado um volume cerca de R\$ 20,8 milhões no mês, equivalente a uma liquidez diária média de R\$ 242 mil.



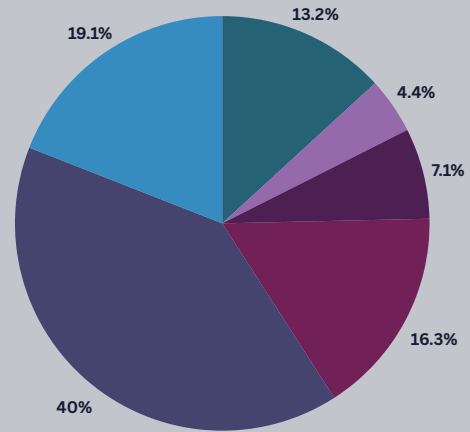
| Negociação das cotas | Abr-25 | Mai-25 | Jun-25 | Jul-25 | Ago-25 | Set-25 |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Presença em pregões | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Volume Negociado | 15,745,928 | 5,599,040 | 7,418,777 | 13,833,727 | 6,944,518 | 20,854,045 |
| Número de Negócios | 41,507 | 37,388 | 26,225 | 31,151 | 30,143 | 23,404 |
| Giro (% total de cotas) | 7,07% | 2,48% | 3,30% | 6,23% | 2,94% | 8,60% |
| Valor de Mercado | 222,840,569 | 225,575,035 | 224,672,914 | 221,916,736 | 236,200,204 | 242,437,937 |

PORTFÓLIO DE ATIVOS

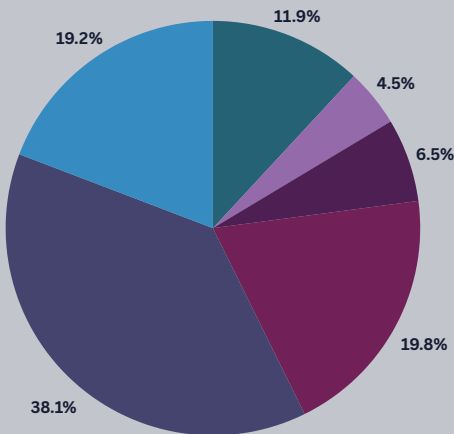
ABL



NOI



Vendas



População



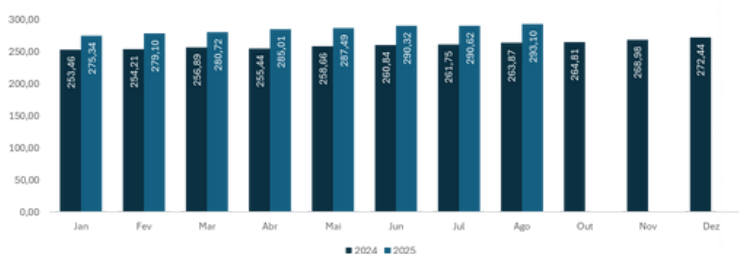
Nossos Shoppings atendem aproximadamente 80% da população de Santa Catarina

Fonte: População - Censo 2022 - GeoFusion

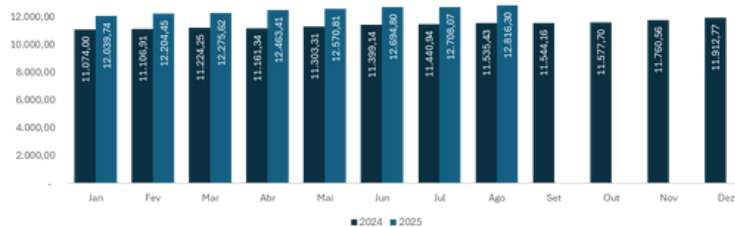


INDICADORES OPERACIONAIS

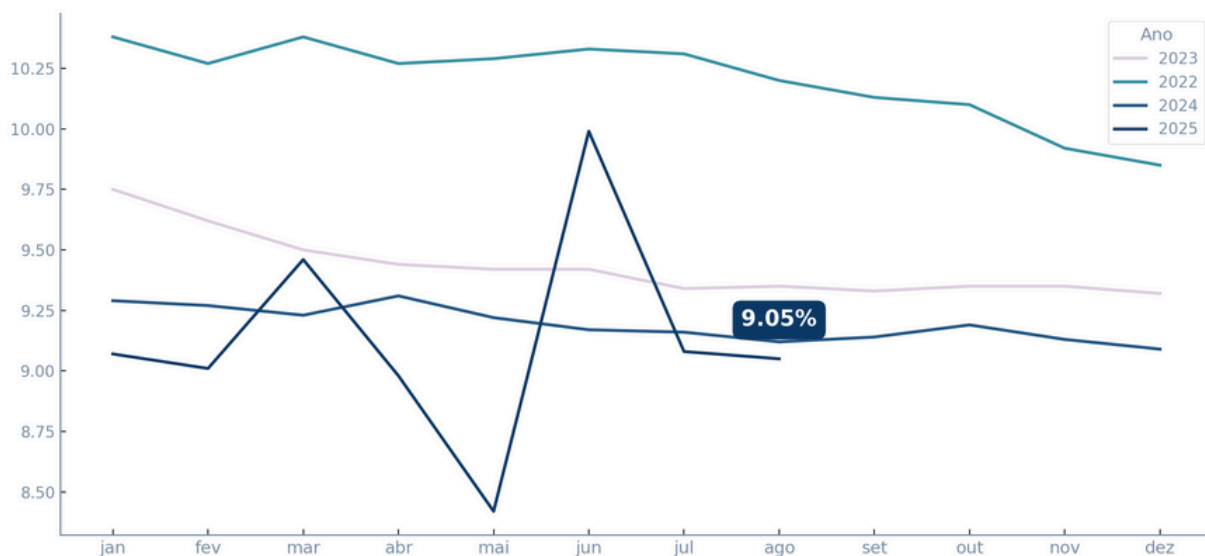
Vendas Totais (R\$ MM) - Ago-25



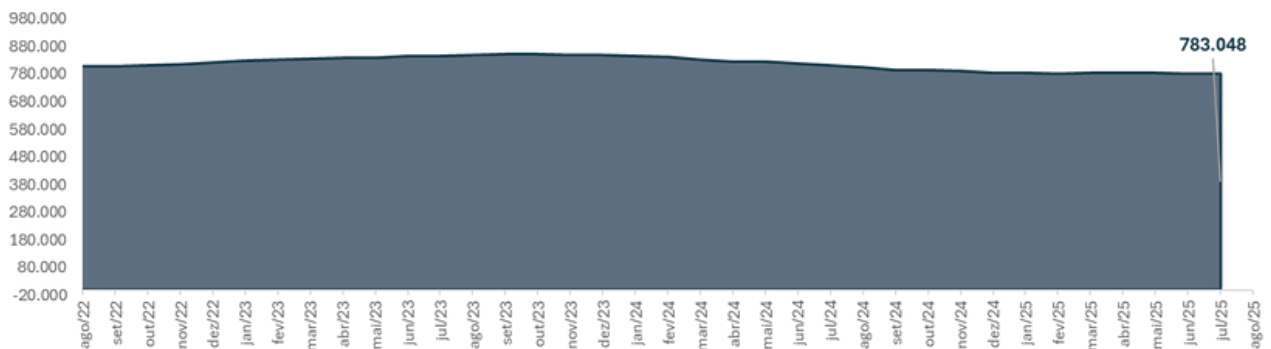
Vendas/m² (R\$) - Ago-25



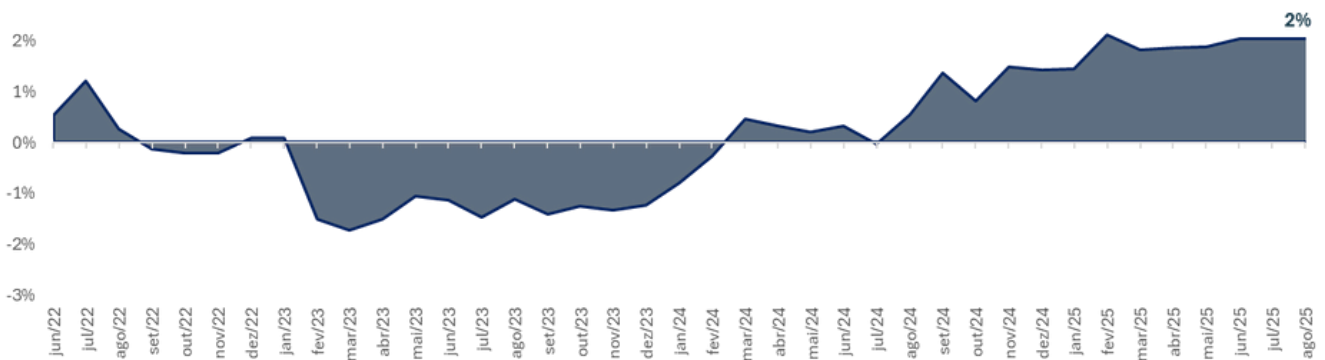
Custo de Ocupação - Ago-25



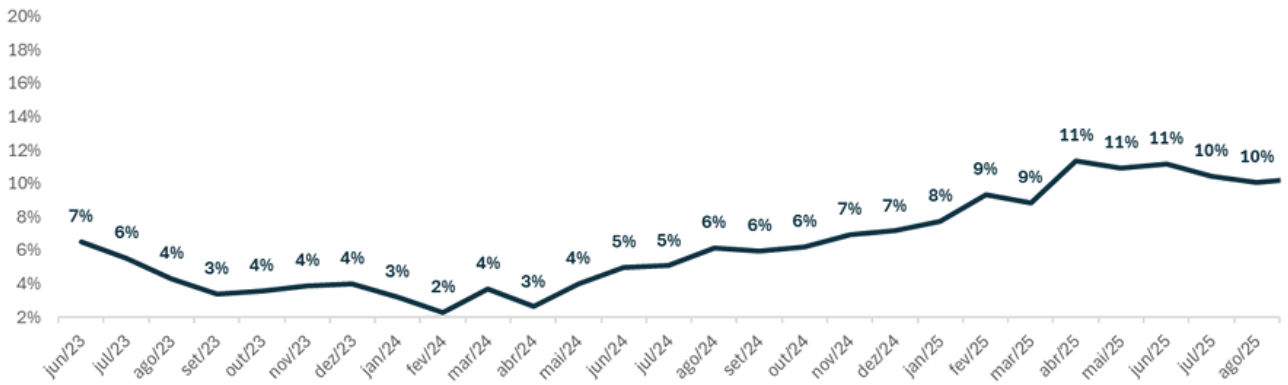
Tráfego de Veículos - Ago-25



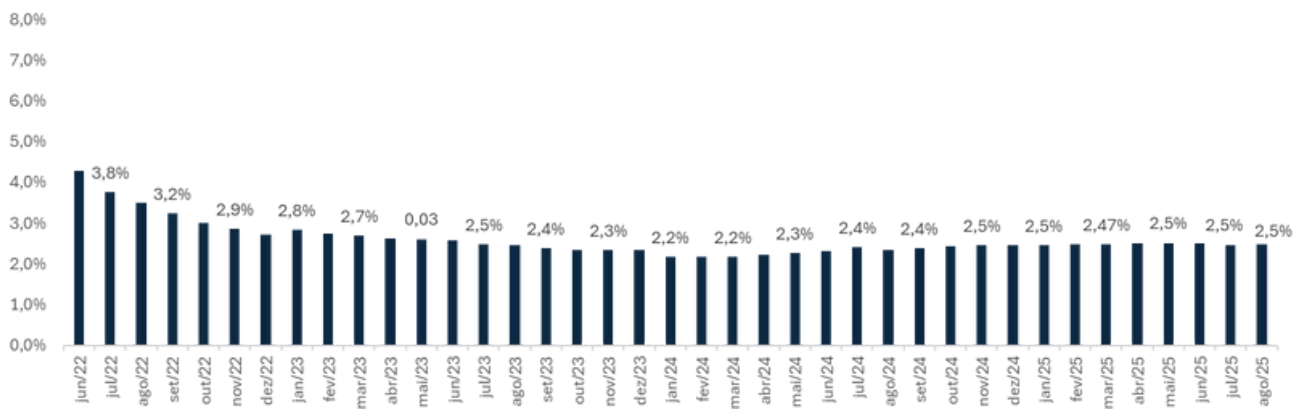
Inadimplência - Ago-25



SSS - Ago-25

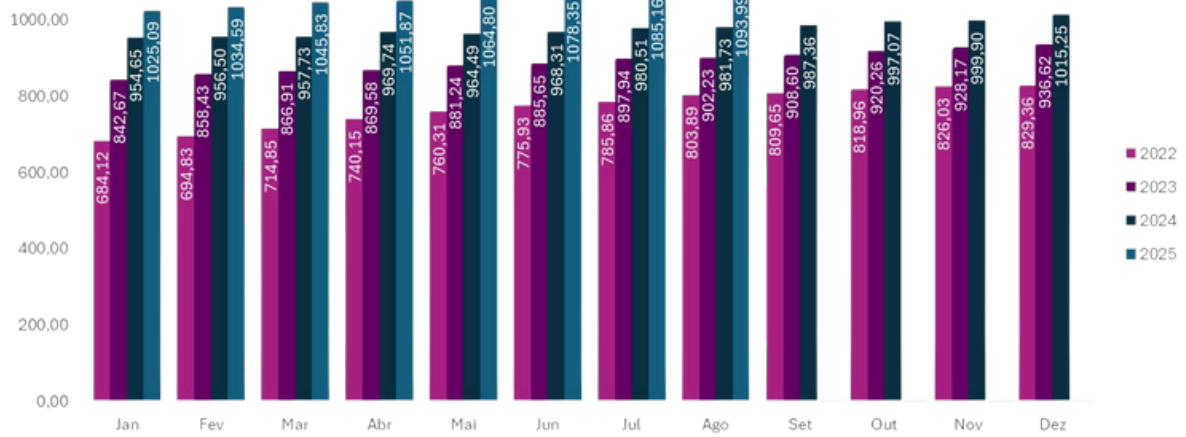


Descontos - Ago-25

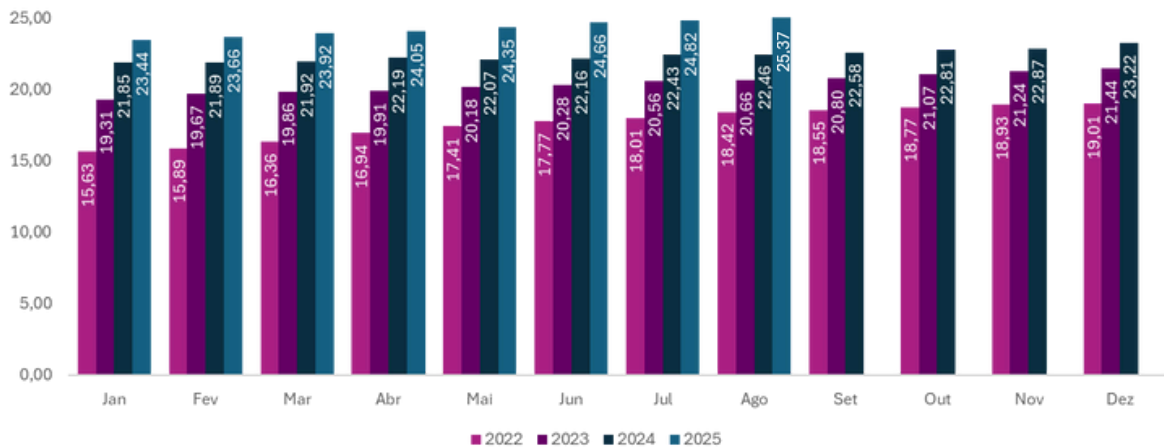


INDICADORES FINANCEIROS

NOI Caixa (R\$ MM) – Ago-25



NOI/m² (R\$/m²) – Ago-25



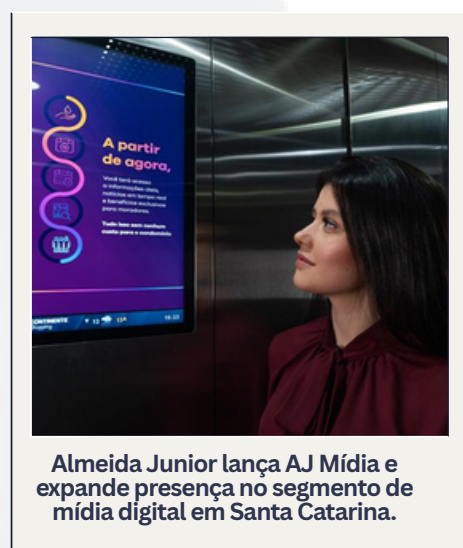
ACONTECE NA ALMEIDA JUNIOR



A Almeida Junior lançou o gift card no app AJFans, ampliando as opções de conveniência e os touchpoints com seus consumidores.

O objetivo é trazer cada vez mais funcionalidades relevantes para o App, fortalecendo o ecossistema data-driven da companhia. A novidade permite que os clientes escolham o valor, adicionem uma mensagem personalizada e enviem o presente digitalmente, com utilização em lojas participantes de todos os shoppings da rede que aceitam Pix. Toda a jornada é 100% digital, segura e integrada ao ecossistema do app AJFans, com uma experiência prática tanto para quem presenteia quanto para quem recebe. Durante a campanha de lançamento, os clientes que realizarem a compra pelo aplicativo receberão 20% de cashback, conforme regras da campanha.

A Almeida Junior anunciou o lançamento da AJ Mídia, uma nova plataforma de mídia digital out-of-home (DOOH) que passa a estar presente também em elevadores residenciais e comerciais de alto padrão. Com a instalação prevista de 500 telas de 22 polegadas em prédios localizados nas regiões de Balneário Camboriú, Grande Florianópolis, Joinville, Blumenau e Criciúma, a AJ Mídia se consolida como um dos principais players de mídia em Santa Catarina. O projeto deve alcançar 25 mil domicílios, conectando o público a campanhas de grandes marcas e eventos dos shoppings Almeida Junior, gerando fluxo qualificado de pessoas para os empreendimentos, conveniência e visibilidade premium no dia a dia dos moradores, e uma nova fonte de receita para a companhia.



Almeida Junior lança AJ Mídia e expande presença no segmento de mídia digital em Santa Catarina.



Marcas de destaque chegam aos shoppings Almeida Junior e ampliam o mix de experiências.

Em setembro, a companhia ampliou ainda mais o portfólio de marcas presentes em seus empreendimentos, reforçando a atratividade e a diversidade de seu mix.

No Continente e Balneário Shopping, a chegada da Cotton On trouxe o estilo descontraído e contemporâneo da marca australiana para o público. No Balneário Shopping, a Dengo Chocolates inaugurou sua loja com uma proposta premium e sustentável, oferecendo uma experiência sensorial única aos visitantes. No Garten Shopping, a Milon passou a integrar o mix com sua linha de moda infantil clássica e sofisticada. Diversas outras inaugurações refletem o compromisso da companhia em oferecer marcas de relevância nacional e internacional, que elevam a experiência de consumo e fortalecem o posicionamento dos shoppings como destinos completos.

GLOSSÁRIO

| Termos | Descrição |
|---|--|
| Valor de Mercado (R\$ / Cota) | Valor da cota no mercado secundário no fechamento do último dia do mês. |
| Valor Patrimonial (R\$ / Cota) | Valor da cota patrimonial no último dia do mês. |
| Valor de Mercado do fundo | Valor da cota no secundário multiplicado pelo número total de cotas. |
| Dividend Yield (Cota Mercado) | Último valor distribuído anualizado dividido pela cota de fechamento do mês. |
| Dividend Yield (Cota de Emissão) | Último valor distribuído anualizado dividido pela cota da última emissão. |
| ABL | Área Bruta Locável, área (m ²) total de um imóvel disponível para locação |
| ABL Própria | ABL dos imóveis de titularidade do fundo, ponderada pela participação do fundo nos imóveis. |
| NOI | Resultado operacional líquido dos imóveis, representado pela soma das receitas com aluguel mínimo e variável, estacionamento, Mall & Mídia, receitas comerciais, entre outras, deduzidas das despesas operacionais no nível dos ativos tais como taxa de administração e comercialização, auditoria de lojas e aportes condominiais. |
| SSS | Vendas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e mesmo período do ano anterior. |
| Vendas | Vendas declaradas pelas lojas dos shoppings |
| Taxa de Ocupação | % do ABL ocupado sobre o ABL total |

DISCLAIMER

As informações contidas nesta apresentação não podem ser consideradas como única fonte de informações no processo decisório do investidor, que, antes de tomar qualquer decisão, deverá realizar uma avaliação minuciosa do produto e respectivos riscos, face aos seus objetivos pessoais e ao seu perfil de risco ("Suitability"). RENTABILIDADE PASSADA NÃO REPRESENTA GARANTIA DE RENTABILIDADE FUTURA. Assim, não é possível prever o desempenho futuro de um investimento a partir da variação de seu valor de mercado no passado. Os resultados que foram obtidos para elaboração do estudo foram baseados em interpretações da gestora dos documentos públicos que são disponibilizados por cada um dos Fundos analisados, assim como informações públicas disponibilizadas nos portais dos órgãos reguladores. Por ser um estudo interpretativo, não necessariamente os resultados obtidos vão condizer com os informados pelas gestoras dos respectivos Fundos. A Capitânia não assume nenhum tipo de responsabilidade por tomadas de decisão de investimento levando em consideração o seu estudo que segue linhas meramente interpretativas de informações públicas que são divulgadas pelos Fundos objeto desse estudo. As informações disponibilizadas pelos diferentes Fundos varia em sua forma e periodicidade de informação, de forma que os parâmetros para elaboração do estudo de cada Fundo objeto do estudo pode ser diferente. A Capitânia não assume qualquer tipo de responsabilidade em razão de qualquer interpretação dos dados do estudo, muito menos trata esse estudo como passível de decisão de investimento. A Capitânia não assume que os investidores vão obter lucros, nem se responsabiliza pelas perdas. FUNDOS DE INVESTIMENTO NÃO CONTAM COM GARANTIA DO ADMINISTRADOR, DO GESTOR, DE QUALQUER MECANISMO DE SEGURO OU FUNDO GARANTIDOR DE CRÉDITO – FGC. É recomendada a leitura cuidadosa do Formulário de Informações Complementares e regulamento do fundo de investimento pelo investidor ao aplicar seus recursos. Não é autorizada a sua reprodução ou disponibilidade para circulação sem prévia autorização da Capitânia.



ALMEIDA JUNIOR