



CNPJ:  
47.896.665/0001-99

Início do Fundo:  
23/02/2023

Administrador:  
BTG Pactual

Público-Alvo:  
Investidores Qualificados (até final do  
lockup para investidor geral – maio/24)

Gestor:  
Capitânia Investimentos

Classificação Anbima:  
FII Renda Gestão Ativa - Shoppings

Taxa de Administração e Gestão:  
0.98% a.a. Sobre o Patrimônio Líquido

Taxa de Performance:  
10% do que exceder IPCA + 6%

Quantidade de Cotas:  
63,876,200

Ofertas do Fundo:  
1ª Oferta – R\$ 34,000,000  
2ª Oferta – R\$ 300,000,000  
3ª Oferta – R\$ 320,000,100

## Relatório Gerencial de Junho de 2024



### RESUMO

Valor de Mercado (R\$/Cota)<sup>1</sup>:  
**R\$ 10.70**

Quantidade de cotistas:  
**3431**

Valor Patrimonial (R\$/Cota)<sup>1</sup>:  
**R\$ 11.36**

Valor de Mercado:  
**R\$ 683,475,340**

Patrimônio Líquido:  
**R\$ 725,621,991**

Último rendimento (R\$/Cota):  
**R\$ 0,095**

Dividend Yield<sup>1</sup>:  
**11.36% a.a**

<sup>1</sup> Considerando as cotas de fechamento de 28/06/2024. Dividendo mensal anualizado.

## CAPITÂNIA SHOPPINGS FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO (TICKER B3: CPSH11)

O “CAPITÂNIA SHOPPINGS FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO” é um Fundo de Investimento Imobiliário (“FII”) constituído sob a forma de condomínio fechado, com prazo indeterminado de duração.

**OBJETIVO:** O Fundo tem por objetivo a obtenção de renda mediante a exploração comercial dos shopping centers e outlets que constituem o seu portfólio, bem como a obtenção de ganho de capital por meio de compra e venda desses ativos. O fundo investe preponderantemente em imóveis prontos, mas está autorizado a participar também em projetos greenfield de shopping centers e outlets.

**PROVENTOS:** O Fundo deverá distribuir a seus cotistas, no mínimo, 95% (noventa e cinco por cento) dos resultados auferidos, apurados segundo o regime de caixa, com base em balanço semestral encerrado em 30 de junho e 31 de dezembro de cada ano (com verificação semestral). O resultado auferido num determinado período será distribuído aos cotistas, mensalmente, sempre até o 17º (décimo sétimo) dia útil do mês subsequente ao recebimento dos recursos pelo Fundo. Farão jus aos rendimentos de que trata o parágrafo anterior os titulares de cotas do Fundo inscritos no 5º (quinto) Dia Útil anterior (exclusive) à data da distribuição de rendimentos, de acordo com as contas de depósito mantidas pela instituição escrituradora das cotas.

### Comentário do Gestor

#### Visão da Gestora Sobre o Segmento de Shoppings

O setor de varejo deve faturar em torno de R\$ 2 trilhões em 2024. Os shoppings representam cerca de 10% deste total, número próximo do varejo online (e-commerce). Ou seja, o varejo físico tradicional (fora dos shoppings e do varejo online) ainda é muito significativo como um todo.

A tese da gestora é que os ativos dominantes, assim como o comércio eletrônico, apresentarão forte crescimento nas próximas décadas, em detrimento do comércio tradicional de rua e dos shoppings de pequeno e médio porte.

Se compararmos os principais shoppings com a média do segmento, é possível observar que esses shoppings crescem mais consistentemente em diversos horizontes de análise. Entendemos que essa diferença tende a se acentuar ainda mais devido às mudanças observadas no varejo. No próximo relatório, exploraremos mais este tema e traremos alguns dados interessantes que corroboram nossa tese.

Acreditamos também que o "figital" (convergência entre o mundo físico e digital, combinando elementos tangíveis com tecnologia digital para criar experiências integradas e inovadoras) funcionará muito bem para os shoppings dominantes, devido à sua melhor localização, branding e/ou fluxo de visitantes com maior propensão ao consumo. Os shoppings dominantes têm maior capacidade de transformar a interação entre o mundo físico e digital para impulsionar as vendas e melhorar a experiência de consumo para o público.

Além disso, os shoppings dominantes são capazes de gerar receitas além de sua área bruta locável (ABL). Por serem destinos em si e estarem em melhores localizações, atraem um enorme fluxo de pessoas. A capacidade de atrair esse fluxo de pessoas está cada vez mais associada a ganhos financeiros: esses shoppings chamam a atenção das marcas, que os utilizam cada vez mais para realizar campanhas publicitárias, eventos e outras iniciativas, pagando caro por essas oportunidades. Portanto, os shoppings dominantes conseguem obter receitas significativas que vão além de suas limitações físicas (ABL).

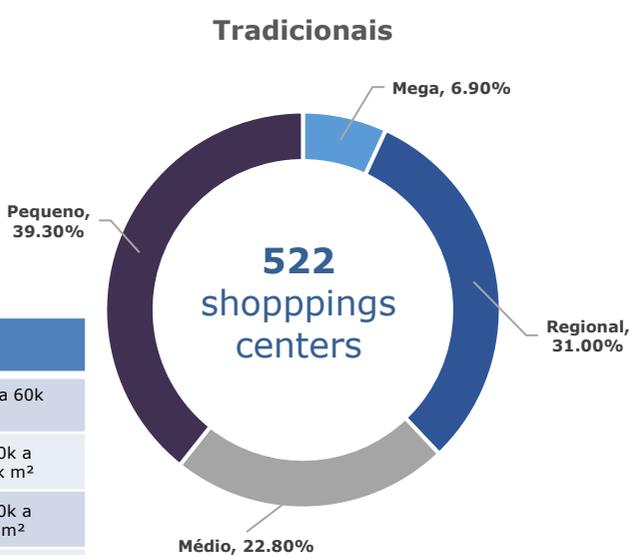
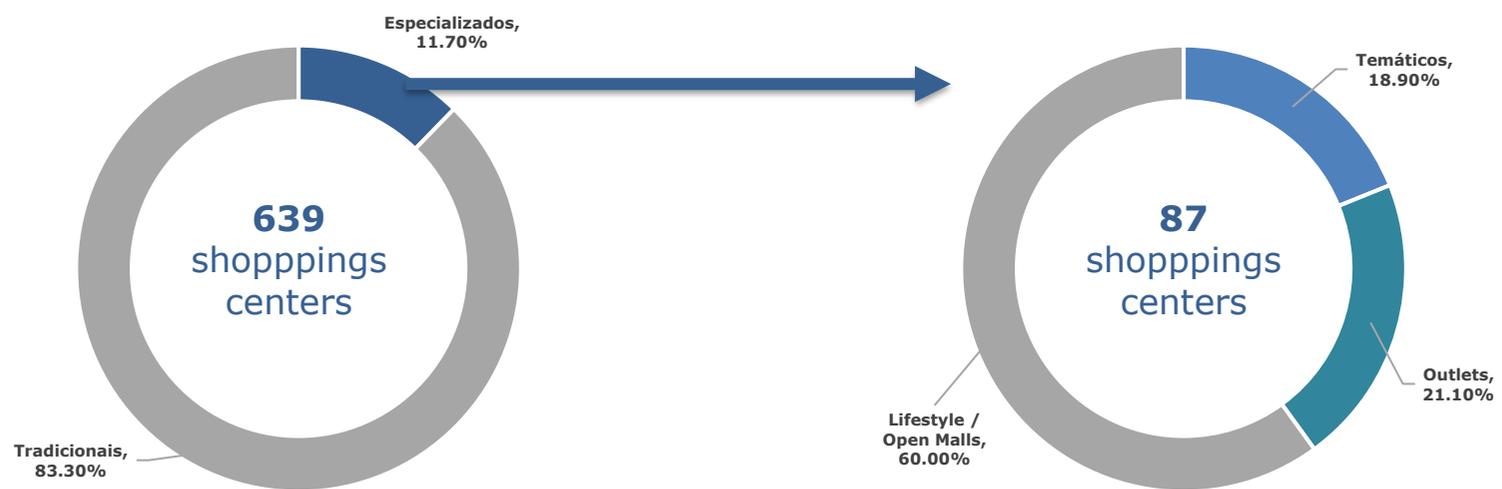
Isso sem mencionar sua capacidade superior de obter leasing spread, maior receita e margem no estacionamento, melhor mix de lojas, expansões mais rentáveis, entre outros.

Assim, acreditamos que os shoppings dominantes e o varejo online aumentarão sua participação no varejo nas próximas décadas, o que implica um forte crescimento para ambos.

Com base nessa tendência, posicionamos nosso portfólio apenas em ativos que apresentam dominância direta ou indireta, com claros potenciais de crescimento no curto prazo. A dominância implica ganho de renda real de forma consistente, devido às suas vantagens competitivas (muitas das quais já mencionadas acima), e os potenciais de crescimento a curto prazo representam nossa margem de segurança nas alocações realizadas.

#### Ativos Alvo para o CPSH

Do universo de 639 shoppings, temos em funil de, aproximadamente, 250 ativos-alvo para o CPSH:



Porte	ABL
Mega	Acima 60k m <sup>2</sup>
Regional	De 30k a 59,9k m <sup>2</sup>
Médio	De 20k a 29,9 m <sup>2</sup>
Pequeno	Até 19,9 m <sup>2</sup>

Porte	ABL
Grande	Acima 20k m <sup>2</sup>
Médio	De 10k a 19,9k m <sup>2</sup>
Pequeno	Até 9,9 m <sup>2</sup>

## Comentário do Gestor

### Visão da Gestora Sobre o Segmento de Shoppings

Do gráfico apresentado no slide anterior, focalizamos os shoppings tradicionais classificados como “mega” e “regional”, com algumas exceções em shoppings de porte “médio”. Em relação aos shoppings especializados, miramos apenas os ativos classificados como “grande”.

Os critérios mais importantes, na nossa visão, são dominância e potencial de crescimento a curto prazo, conforme exploramos anteriormente.

Esses dois pontos são cruciais, pois há shoppings que possuem tamanho relevante e métricas operacionais sólidas, mas não demonstram dominância (há outros shoppings ainda melhores em seu entorno) ou não apresentam um potencial claro de crescimento a curto prazo. A ausência de um potencial claro de crescimento a curto prazo não é excludente, uma vez que uma vantagem competitiva pode trazer crescimento real, mesmo que em um ritmo mais lento. No entanto, a falta de dominância é um critério excludente.

Além disso, é importante ressaltar que a premissa básica adotada pela gestão é o preço. Adquirir bons ativos a preços elevados é uma alocação inadequada.

A melhor maneira de negociarmos preços melhores para shoppings dessa qualidade é nos posicionarmos contrariamente ao fluxo do mercado.

Nesse contexto, anunciamos a 4ª Emissão de Cotas do Fundo.

### 4ª Emissão de Cotas do Fundo

Estamos na reta final da 4ª emissão de cotas do Fundo, a primeira destinada ao público em geral.

O Fundo conta com métricas financeiras (DY) e operacionais do portfólio (Vendas/m<sup>2</sup>, NOI/m<sup>2</sup>) acima dos comparáveis, exceto pela questão da liquidez.

Esta oferta tem como objetivos:

1. Melhorar a qualidade do portfólio;
2. Aumentar a liquidez do produto;
3. Diversificar a base de cotistas.

É uma oferta de R\$ 500 milhões, podendo chegar a R\$ 625 milhões.

Os recursos serão destinados para: (i) aquisição de participação no Iguatemi Alphaville, (ii) aumento de participação no Shopping Dom Pedro, (iii) aumento de participação no Cidade Jardim, (iv) zerar a exposição de caixa do Fundo em relação aos parcelamentos.

Além disso, temos um pipeline em negociação, que será concluído com base no valor captado. Para mais

informações, solicitamos acessar os Documentos da Oferta através deste [link](#)

### Desempenho do Fundo no Mês

Resultado do Fundo no Mês – R\$ 0.098/Cota

Distribuição – R\$ 0.095/Cota

Liquidez – R\$ 1.8 MM de liquidez diária.

### Comentário do Gestor

Em relação ao portfólio, gostaríamos de fazer alguns destaques específicos neste mês:

#### Shoppings localizados no Rio Grande do Sul: Praia de Belas (“Belas”) e I Fashion Outlet Novo Hamburgo (“I Fashion”)

Ambos os shoppings foram afetados pelas enchentes no Rio Grande do Sul e ambos são administrados e controlados pelo Iguatemi, player de maior relevância em Porto Alegre e região metropolitana, na nossa visão.

A diferença é que o Belas teve áreas alagadas, enquanto o I Fashion não teve qualquer tipo de dano físico, apesar de ter tido seu acesso comprometido.

O I Fashion praticamente não deixou de operar, mas teve fluxo reduzido durante o período mais grave das enchentes.

Belas ficou alguns dias sem operar, em razão das enchentes o afetarem diretamente, mas já voltou a funcionar em sua plenitude.

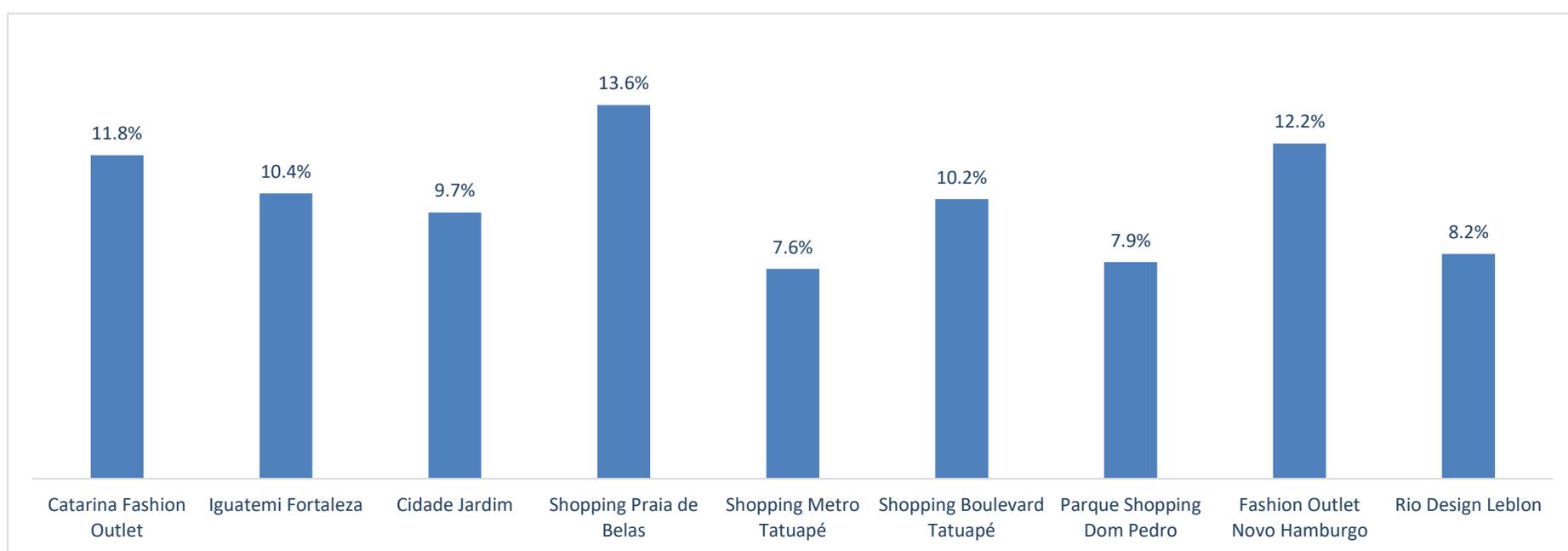
Os danos no Belas foram eficientemente controlados pelo Iguatemi, que não mediu esforços para evitar que a água invadisse o pavimento térreo do shopping. Se a água tivesse atingido o térreo, teria sido um problema de proporções relevantes, mas felizmente o nível da água foi contido.

Os danos em Belas estão cobertos por seguro, que conta ainda com um seguro para lucros cessantes. Este último fará frente aos prejuízos causados no período em que o shopping ficou fechado.

Temos acompanhado bem de perto a situação no RS. Os últimos dados analisados apontam para uma recuperação no varejo, que tinha caído 10% em maio e subiu 9,2% em junho, ambos na comparação anual (fonte: iGet, do Santander). Alguns setores, como o de serviços, vem apresentando uma recuperação mais lenta.

### Cap Rate – Ponderado pelo Desembolso

A simulação de Cap Rate ponderado pelo desembolso corrobora com a estratégia do Fundo em adquirir imóveis com um parcelamento barato. O Gráfico apresenta um Cap Rate considerando o NOI dos ativos dos últimos 12 meses, ponderado pelo valor desembolsado. A média da carteira é de 10.1%.



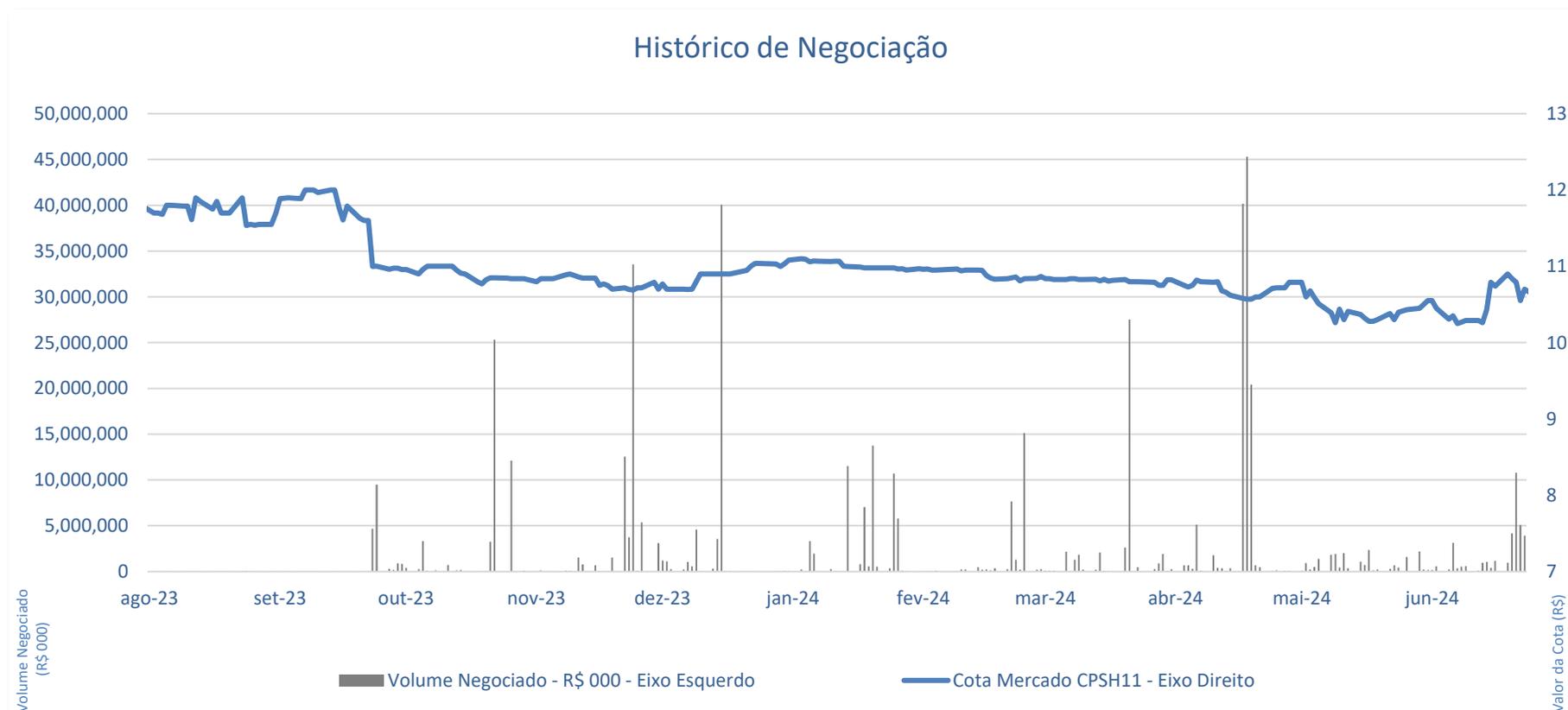
<sup>1</sup>Projeção realizada considerando portfólio atual, com premissas do time de gestão e orçamento disponibilizado pela administradora dos shoppings. Portanto, não há garantia da rentabilidade projetada.

### CPSH11 – NEGOCIAÇÃO NA B3

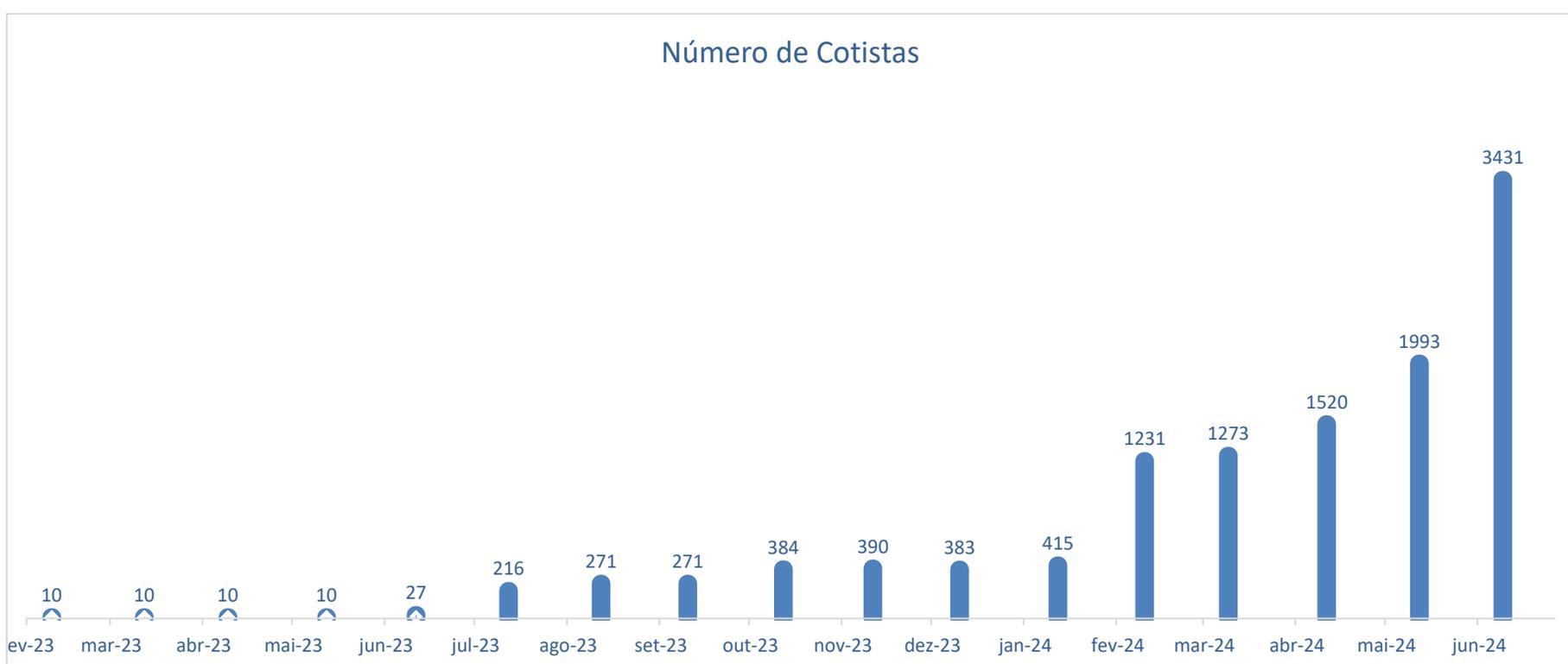
No mês de junho o volume negociado foi de R\$ 36,833,324, o que representa uma média diária de R\$ 1,841,666. O fundo foi negociado em 100% dos pregões e encerrou o mês com 1993 cotistas, uma variação de 31.12% em relação ao mês anterior.

	Mar-24	Abr-24	Mai-24	Jun-24	Desde o Início
Volume Negociado (R\$ Milhares)	54,560	120,631	17,462	36,833	480,096
Média Diária (R\$ Milhares)	2,728	5,483	831	1,842	1,948
Giro Mensal (% - média mensal)	7.9%	17.6%	2.6%	5.39%	7.8%
Presença em pregões (%)	100.0%	100.0%	100.0%	100%	100.0%
Valor de Mercado (R\$ Milhares – média mensal)	689,863	684,752	666,229	683,475	482,574

### MERCADO SECUNDÁRIO



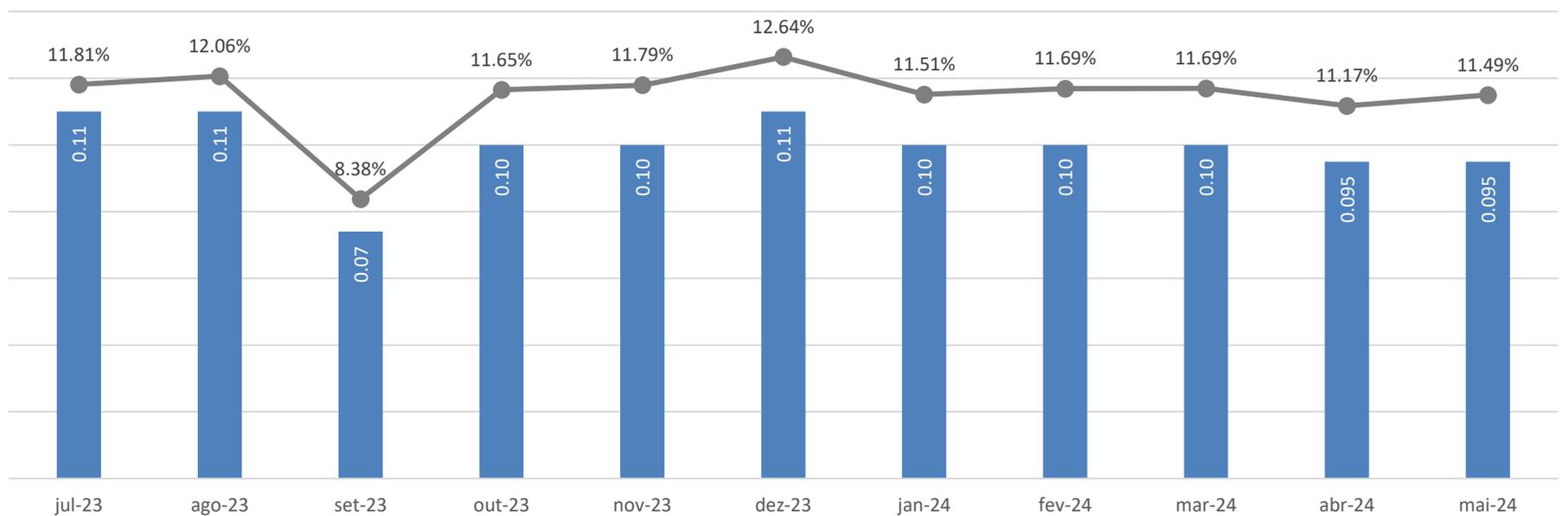
### NÚMEROS DE COTISTAS



### RESULTADO MENSAL

DRE (regime de caixa)	jan-24	fev-24	mar-24	abr-24	Mai-24	Jun-24	Acumulado 2024	BP	Mai-24
Resultado Shoppings + FIIs Estratégicos*	8,636,411	3,239,680	3,375,671	5,370,120	5,241,455	6,462,744	21,596,383	<b>Ativo</b>	<b>872,166,746</b>
Resultado FIIs	561,217	382,135	611,569	1,009,563	507,983	381,897	7,339,421	Caixa	13,323,016
Resultado CRIs	15,405	-	-	-	-	-	15,405	Ativos Financeiros	74,460,028
Resultado Financeiro	71,360	296,749	167,134	21,500	36,265	30,142	593,008	Imóveis	506,233,023
Despesas Fundo	-396,621	-421,277	-910,392	-611,323	-610,414	-615,084	-2,950,027	FII Estratégicos	271,412,009
								Outros	6,738,670
<b>Resultado</b>	<b>8,887,772</b>	<b>3,497,287</b>	<b>3,243,982</b>	<b>5,789,859</b>	<b>5,175,289</b>	<b>6,259,968</b>	<b>26,594,189</b>	<b>Passivo</b>	<b>- 170,639,465</b>
								Obrigações por Aquisições	- 128,294,413
<b>Resultado/Cota</b>	<b>0.21</b>	<b>0.05</b>	<b>0.05</b>	<b>0.09</b>	<b>0.08</b>	<b>0.10</b>	<b>0.51</b>	Contas a pagar	- 18,250,342
								<b>PL</b>	<b>725,621,991</b>
Resultado – 2024	32,854,157							Quantidade de Cotas	63,876,200
Resultado Distribuído - 2024	32,904,056							<b>Valor por cota</b>	<b>11.36</b>
Resultado Acumulado + Retenções Semestres Anteriores	1,286,002								
Resultado Acumulado/Cota	0.02								

### Histórico de Distribuições - CPSH11



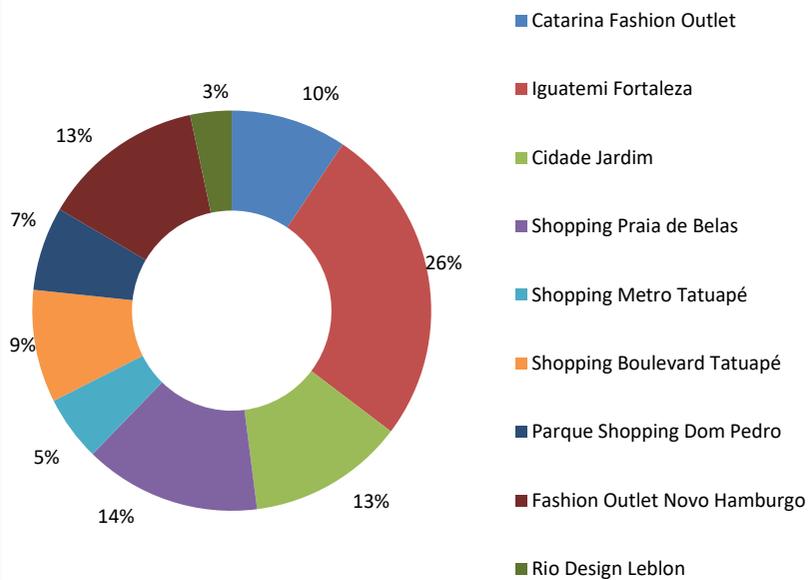
- FIIs estratégicos = participação detida em JCCJ11, FOF JHSF Institucional, HPDP11, JGP Rio Design
- \*\* Mudança anterior a mudança do regime de apuração de resultado do Fundo de M-1 para M-2

### PORTFÓLIO DE ATIVOS

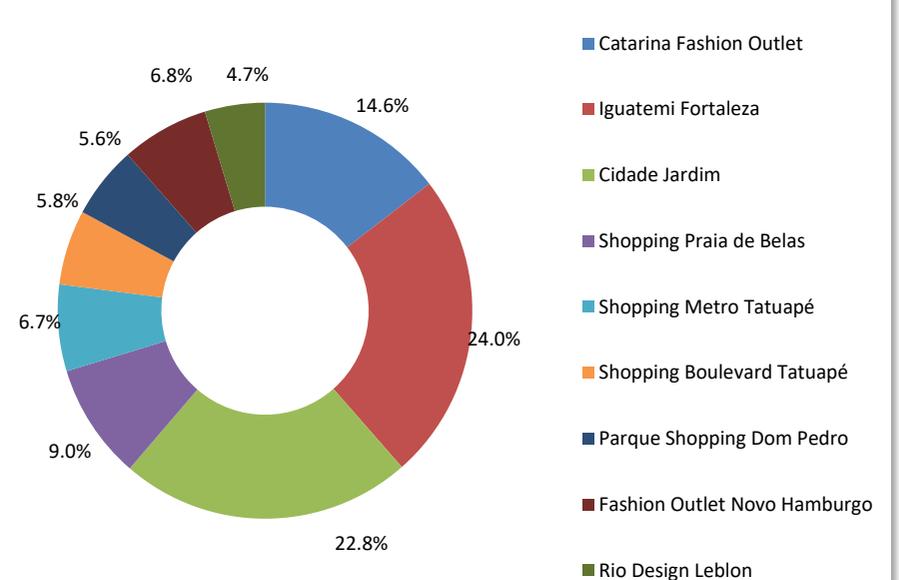


Ativos	ABL Total (m²)	ABL Propria (m²)	Participação (%)	% - ABL Própria	Administradora
Catarina Fashion Outlet	29,409	2,941	10.0%	9.4%	JHSF
Iguatemi Fortaleza	90,165	8,115	9.0%	25.9%	JCC
Cidade Jardim	47,080	4,033	8.6%	12.7%	JHSF
Shopping Praia de Belas	44,849	4,485	10.0%	14.3%	Iguatemi
Shopping Metro Tatuapé	36,462	1,652	4.5%	5.3%	AD Shopping
Shopping Boulevard Tatuapé	19,003	2,850	15.0%	9.1%	AD Shopping
Parque Shopping Dom Pedro	126,500	2,123	1.7%	6.8%	Allos
Fashion Outlet Novo Hamburgo	20,048	4,135	20.6%	13.2%	Iguatemi
Rio Design Leblon	5,375	1,049	19.5%	3.3%	Allos
<b>Portfólio</b>	<b>418,891</b>	<b>31,385</b>	<b>7.5%</b>	<b>100.00%</b>	

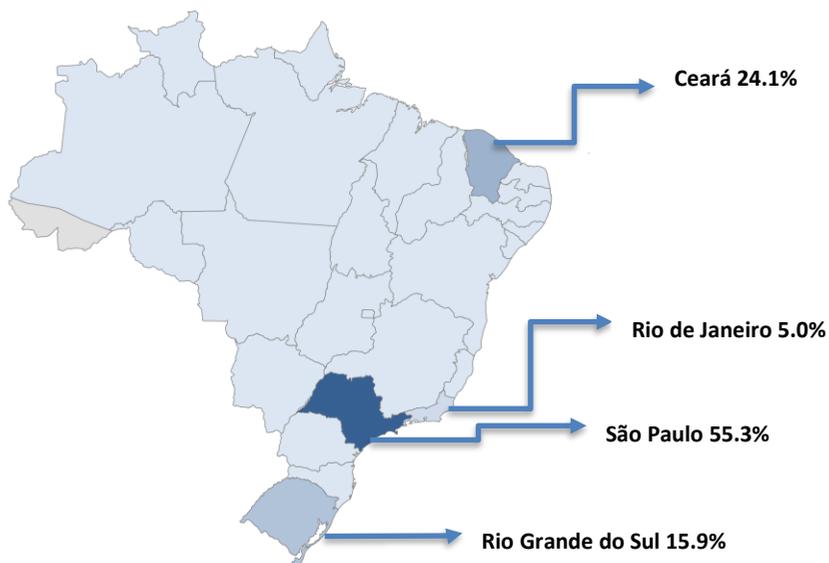
ABL Própria (Portfólio - m²)



% NOI Fundo (Portfólio - %)



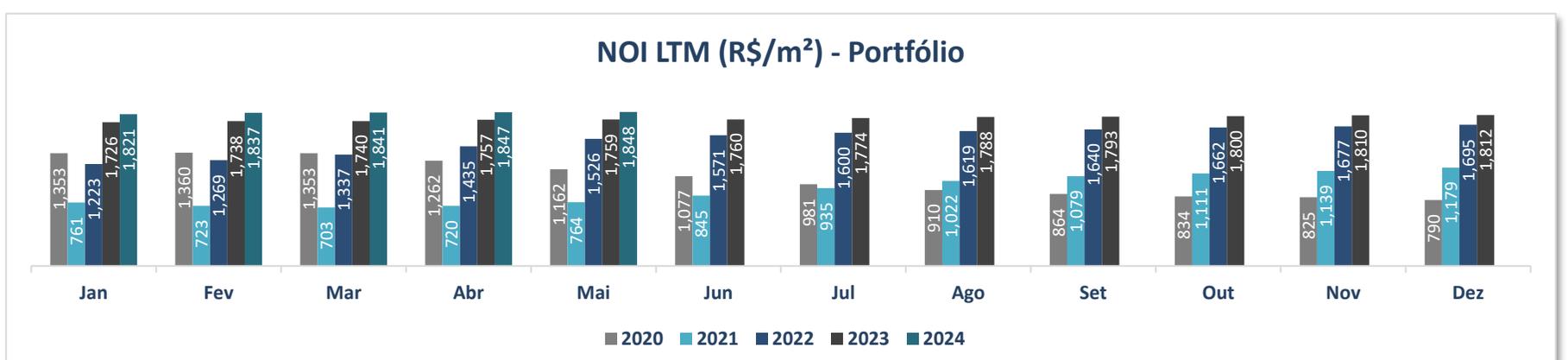
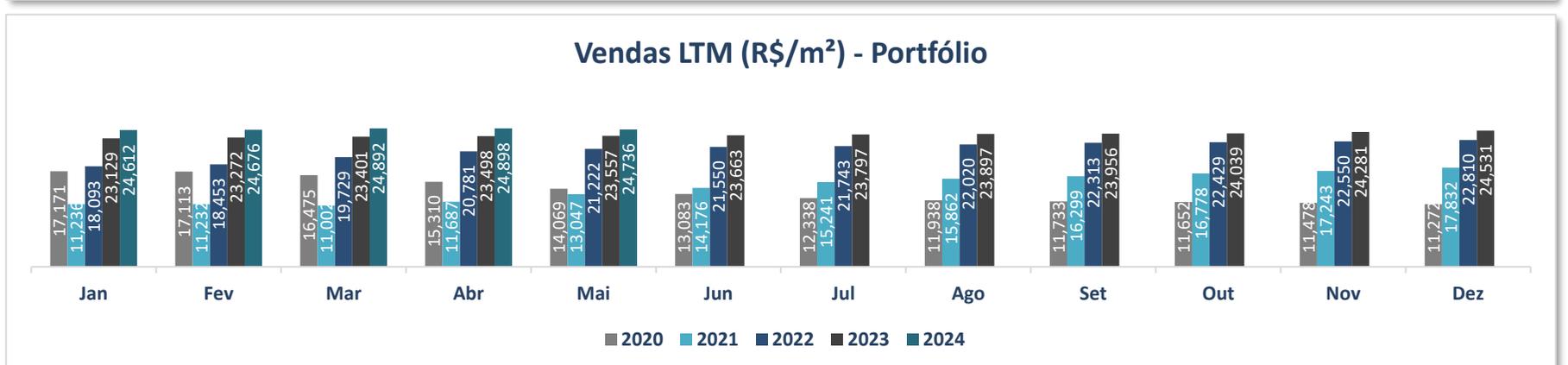
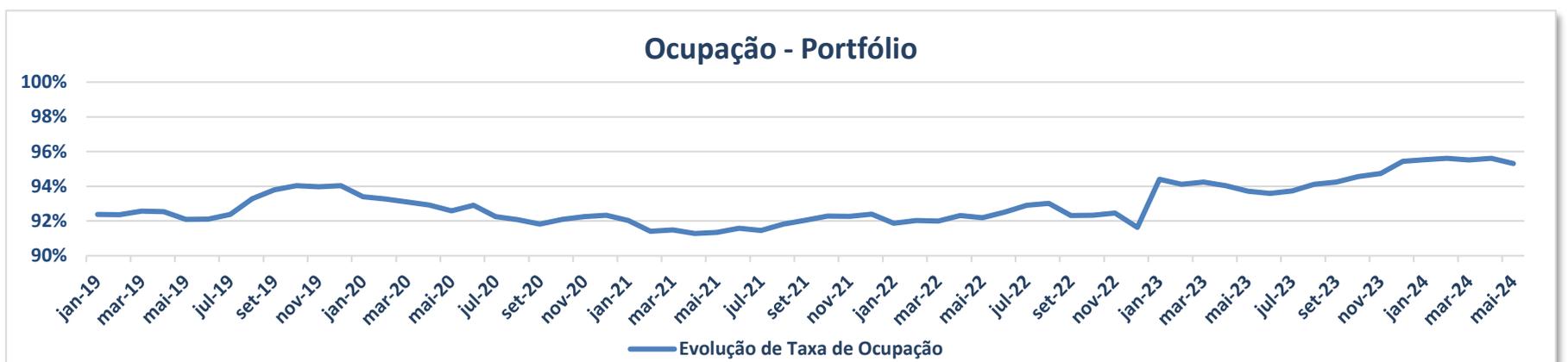
### Distribuição Geográfica - Participação no NOI



### INDICADORES OPERACIONAIS

PORTFÓLIO	Jun/24			Vendas 100%		NOI 100%	
	% da Carteira	ABL (100%)	Ocupação	R\$/m² (LTM)	R\$/m² vs Mai 23 (LTM)	R\$/m² (LTM)	R\$/m² vs Mai 23 (LTM)
Catarina Fashion Outlet	13.58%	29,409	100.0%	39,116	11.6%	2,806	5.5%
Iguatemi Fortaleza	22.88%	90,165	95.3%	23,378	8.6%	1,674	8.1%
Cidade Jardim <sup>1</sup>	25.12%	47,080	99.0%	40,936	-9.3%	3,201	-2.0%
Shopping Praia de Belas	9.89%	44,849	85.0%	13,666	-1.6%	1,137	-9.1%
Shopping Metro Tatuapé	6.60%	36,462	96.6%	23,577	3.3%	2,310	-2.1%
Shopping Boulevard Tatuapé	4.29%	19,003	96.8%	18,502	7.4%	1,159	3.0%
Parque Shopping Dom Pedro	5.40%	126,500	98.0%	16,194	6.5%	1,500	1.2%
Fashion Outlet Novo Hamburgo	6.96%	20,048	97.6%	18,371	6.7%	936	6.7%
Rio Design Leblon	5.28%	5,375	81.8%	33,105	16.7%	2,400	40.4%
<b>Shoppings AAA (CPSH11)</b>	<b>100.0%</b>	<b>418,891</b>	<b>95.3%</b>	<b>24,736</b>	<b>5.0%</b>	<b>1,848</b>	<b>5.0%</b>

<sup>1</sup>Considerando ABL inaugurada na última expansão do Shopping Cidade Jardim.



<sup>1</sup>Ponderado pela participação do ativo no fundo.

<sup>2</sup> O ano de 2023 na métrica de resultado por m² possui os impactos da área nova do Cidade Jardim ainda estar em maturação.

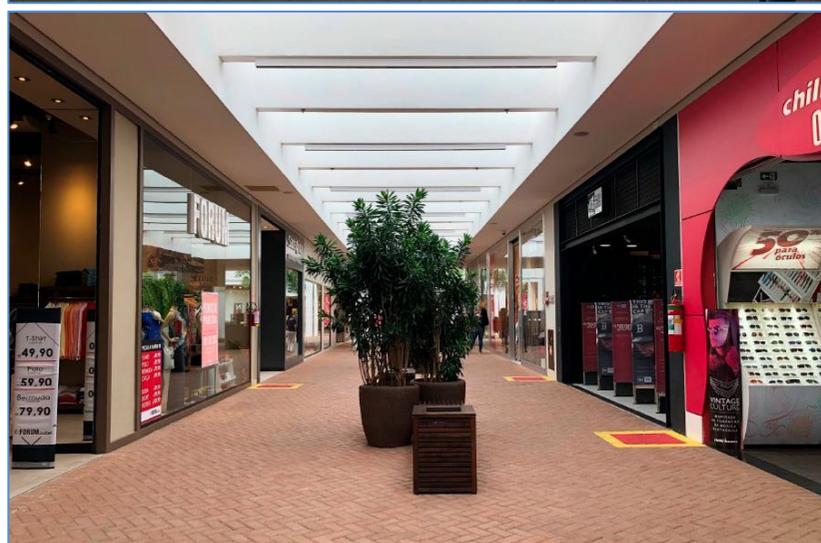
### CATARINA FASHION OUTLET



CATARINA FASHION OUTLET <sup>1</sup>	
<b>*Preço de Aquisição:</b>	R\$ 97,572,774
<b>Endereço:</b>	Rod. Presidente Castello Branco SP 280, Km 60 – São Roque – SP
<b>Ano de Entrega:</b>	2014
<b>Área Terreno:</b>	268,487 m <sup>2</sup>
<b>ABL Total:</b>	29,409 m <sup>2</sup>
<b><sup>1</sup>Participação Adquirida:</b>	10.0%
<b>ABL Própria:</b>	2.941 m <sup>2</sup>
<b>Ocupação Atual:</b>	100%
<b>Vendas/m<sup>2</sup> LTM:</b>	R\$ 39,116 / m <sup>2</sup>
<b>NOI/m<sup>2</sup> LTM:</b>	R\$ 2,806 / m <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Participação adquirida do mall atual, sem direito a expansão

\*Do preço de aquisição, R\$ 5.3 milhões se refere a mecanismo de earn-out

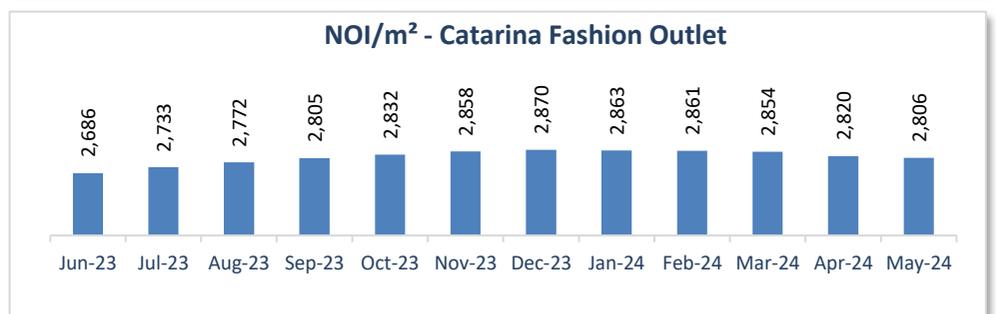
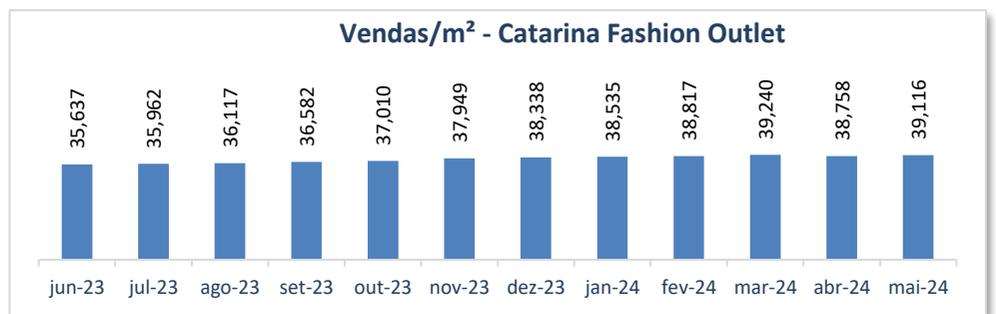


PRINCIPAIS OPERAÇÕES	ABL
Nike	1341 m <sup>2</sup>
Adidas	1031 m <sup>2</sup>
Gucci	555 m <sup>2</sup>
Burberry	286 m <sup>2</sup>
Track & Field	203 m <sup>2</sup>

### CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO<sup>1</sup> – R\$ MM

Imóveis	R\$/m <sup>2</sup>	Fev/23	Ago/23	Fev/24	2S24	1S25
Catarina Fashion Outlet	32,001	32.3	23.5	14.3	14.7	15,8

<sup>1</sup>Cronograma de desembolsos corrigido pelas despesas financeiras oriundas do parcelamento



### IGUATEMI FORTALEZA



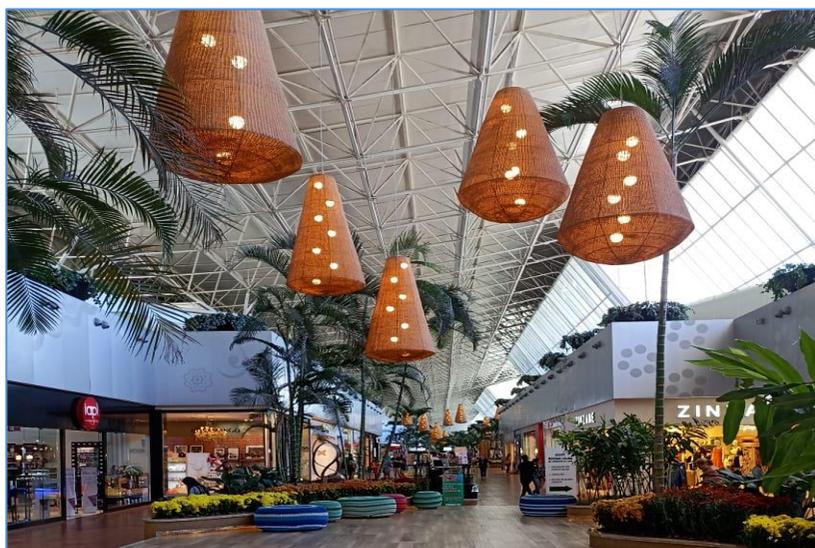
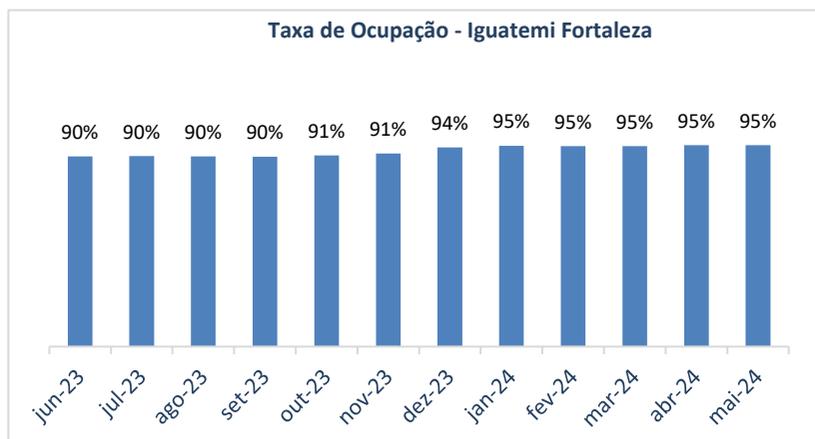
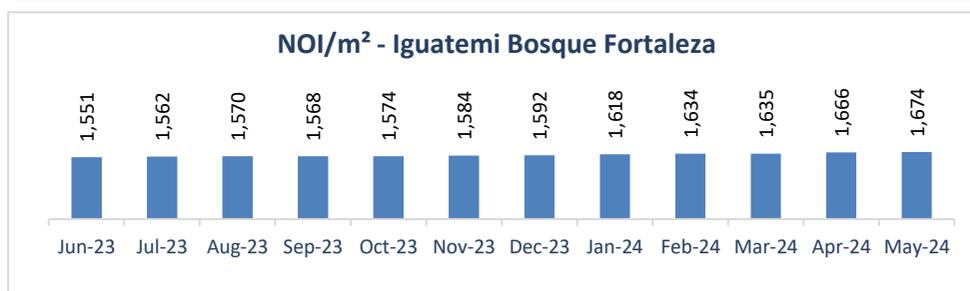
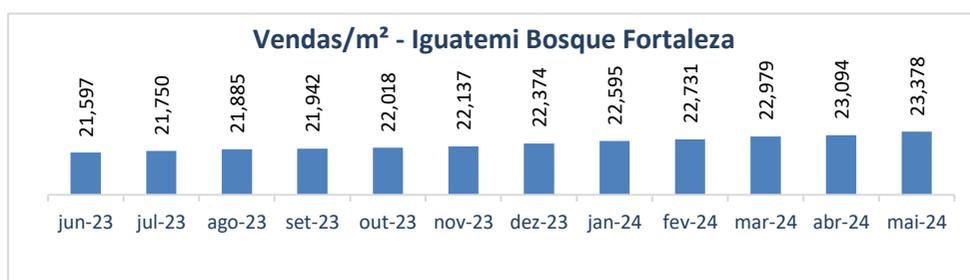
IGUATEMI FORTALEZA	
Preço de Aquisição:	R\$ 172,505,422
Endereço:	Av. Washington Soares, 85 – Edson Queiroz – Fortaleza - CE
Ano de Entrega:	1982
Área Terreno:	190,786 m <sup>2</sup>
ABL Total:	90,165 m <sup>2</sup>
Participação Adquirida:	9.0%
ABL Própria:	8.115 m <sup>2</sup>
Ocupação Atual:	95.3%
Vendas/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 23,378 / m <sup>2</sup>
NOI/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 1,674 / m <sup>2</sup>

PRINCIPAIS OPERAÇÕES	ABL
Riachuelo	5522 m <sup>2</sup>
Pão de Açúcar	5415 m <sup>2</sup>
UCI Cinemas	5300 m <sup>2</sup>
Coco Bambu – Flagship	3414 m <sup>2</sup>
Zara	2830 m <sup>2</sup>

### CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO<sup>1</sup> – R\$ MM

Imóveis	R\$/m <sup>2</sup>	Set/23	Fev/24	2S24	1S25
Iguatemi Fortaleza	21,323	36.4	95.3	20.1	25.8

<sup>1</sup>Cronograma de desembolsos corrigido pelas despesas financeiras oriundas do parcelamento

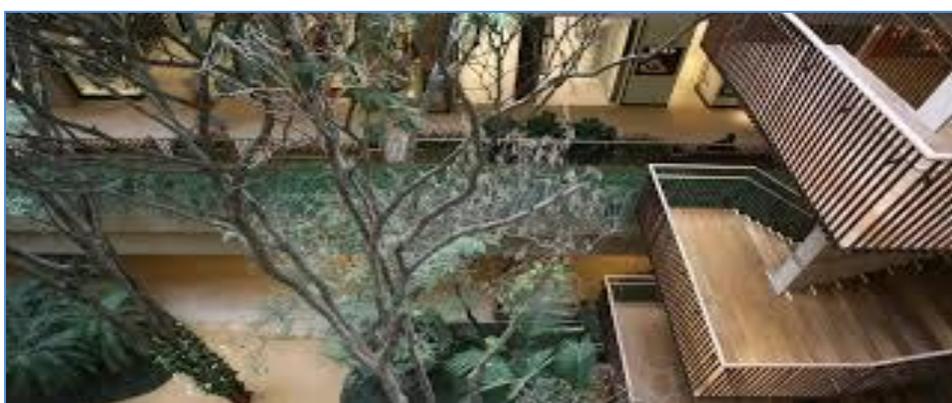
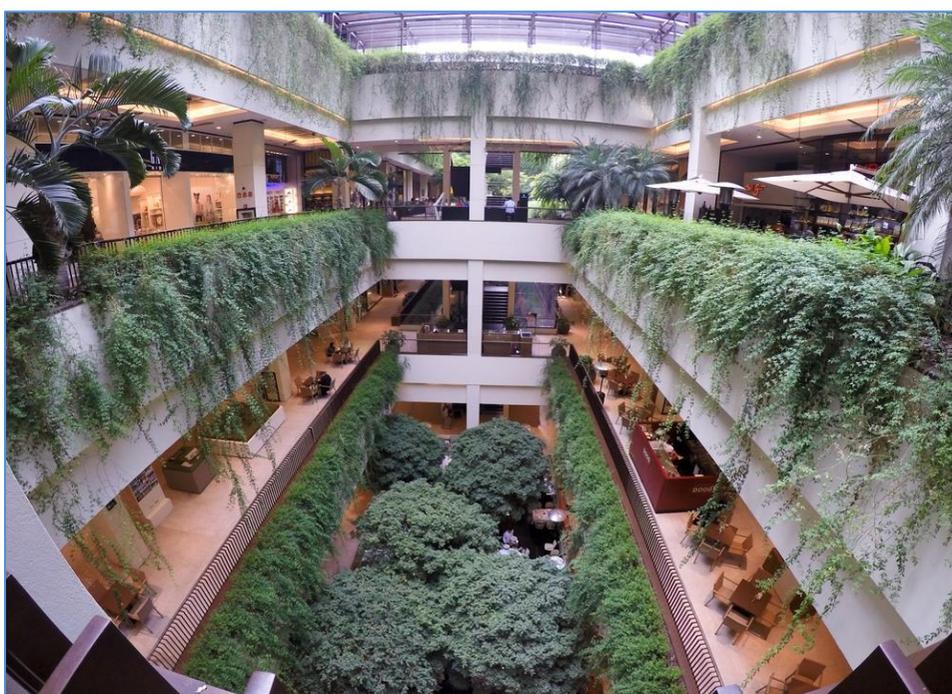
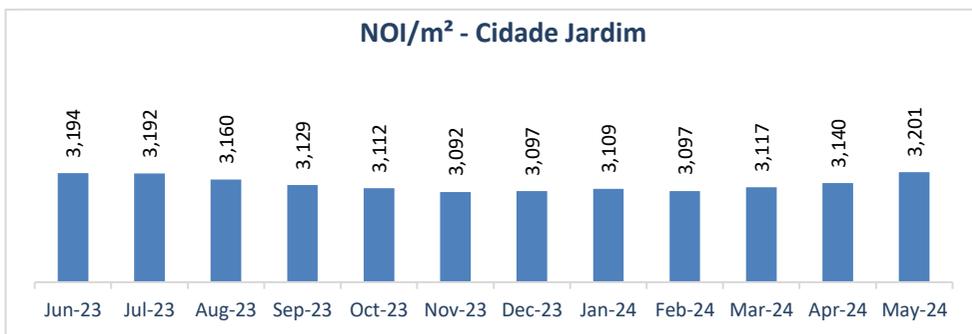
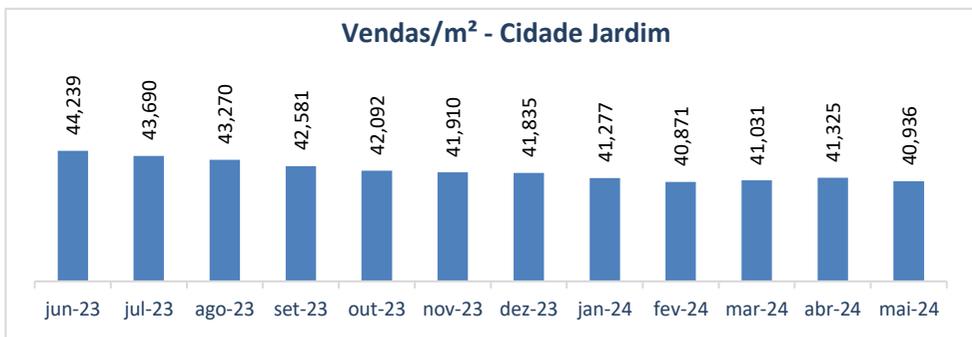
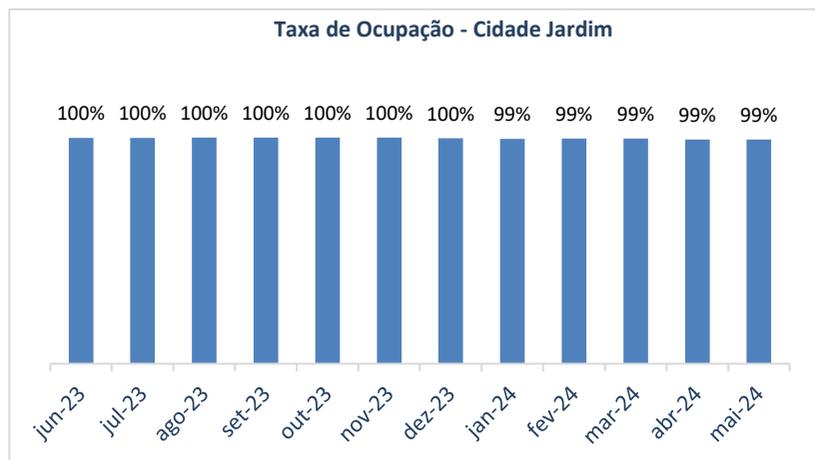


### SHOPPING CIDADE JARDIM (VIA FII JHSF CAPITAL)



SHOPPING CIDADE JARDIM	
Preço de Aquisição:	R\$ 105,000,000
Endereço:	Av. Magalhães de Castro, 12000 – Cidade Jardim – SP
Ano de Entrega:	2008
Área Terreno:	26,919 m <sup>2</sup>
ABL Total:	47,080 m <sup>2</sup>
Participação Adquirida:	8.1%
ABL Própria:	3.813 m <sup>2</sup>
Ocupação Atual:	99.0%
Vendas/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 40,936 / m <sup>2</sup>
NOI/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 3,201 / m <sup>2</sup>

PRINCIPAIS OPERAÇÕES	ABL
Academia Reebok	5815 m <sup>2</sup>
Louis Vuitton	1422 m <sup>2</sup>
Hermés	354 m <sup>2</sup>
Dior	491 m <sup>2</sup>
Gucci	572 m <sup>2</sup>



### PRAIA DE BELAS



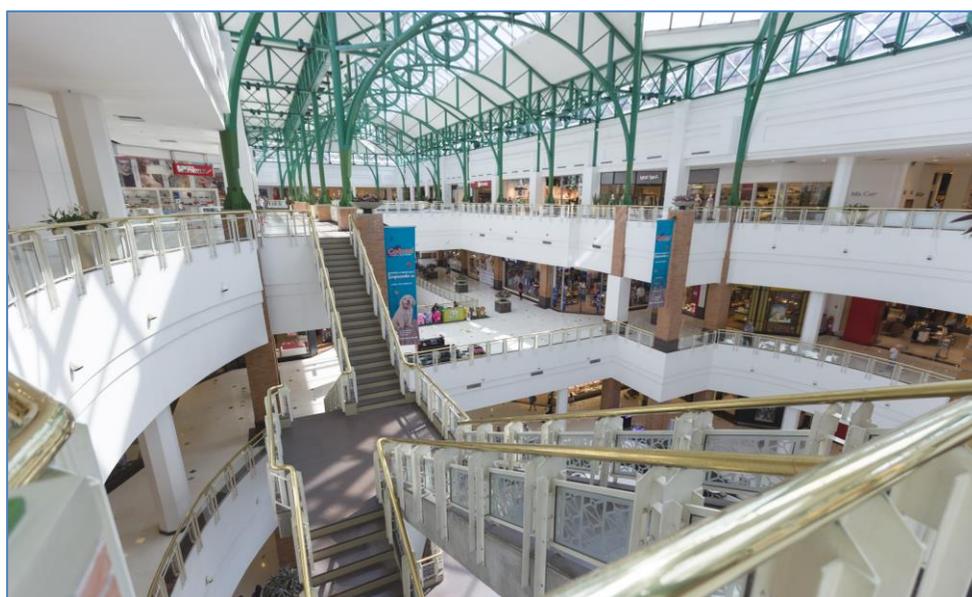
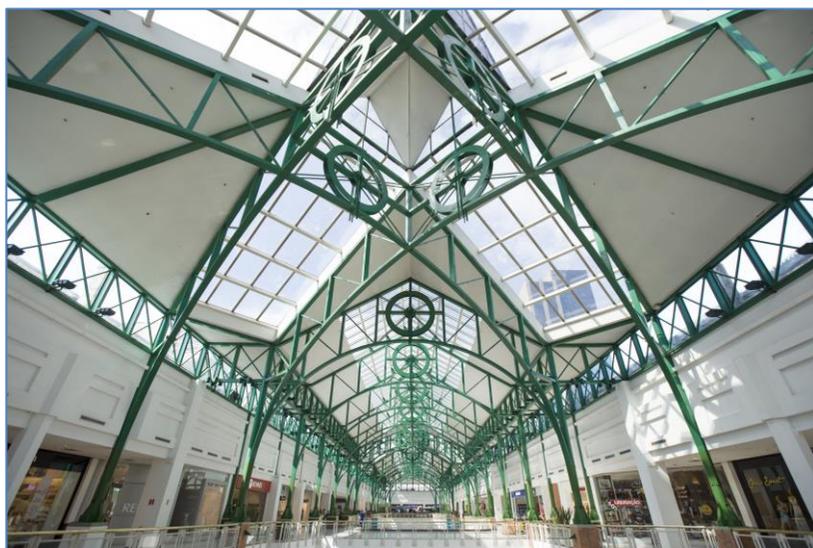
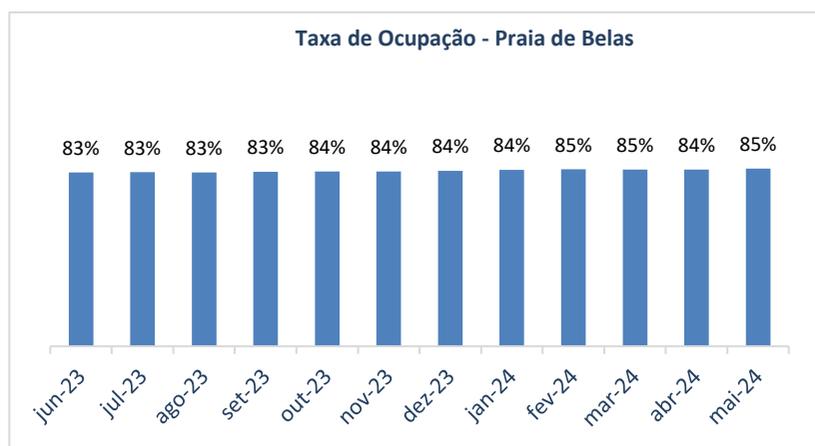
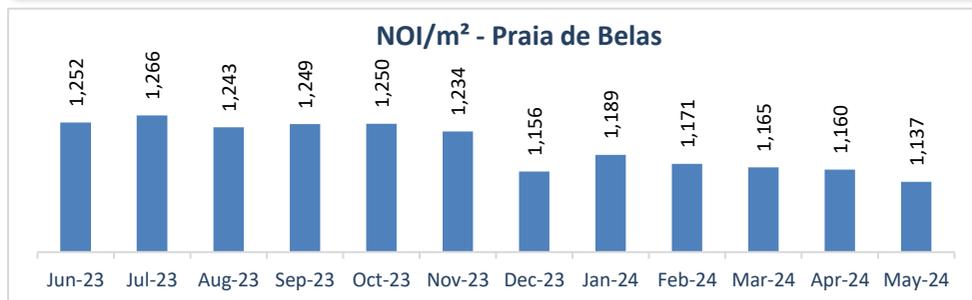
PRAIA DE BELAS	
Preço de Aquisição:	R\$ 75,000,000
Endereço:	Av. Praia de Belas, 1181 – Praia de Belas – Porto Alegre - RS
Ano de Entrega:	1991
Área Terreno:	36,774 m <sup>2</sup>
ABL Total:	44,849 m <sup>2</sup>
Participação Adquirida:	10.0%
ABL Própria:	4.485 m <sup>2</sup>
Ocupação Atual:	85.0%
Vendas/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 13,666 / m <sup>2</sup>
NOI/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 1,137 / m <sup>2</sup>

PRINCIPAIS OPERAÇÕES	ABL
Renner	3931 m <sup>2</sup>
Nacional Supermercado	3235 m <sup>2</sup>
Decathlon	2452 m <sup>2</sup>
Fórmula Academia	942 m <sup>2</sup>
Nike	702 m <sup>2</sup>

### CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO<sup>1</sup> – R\$ MM

Imóveis	R\$/m <sup>2</sup>	Dez/23	2S24
Praia de Belas	16,723	37.5	37.5

<sup>1</sup>Cronograma de desembolsos corrigido pelas despesas financeiras oriundas do parcelamento



### SHOPPING METRO TATUAPÉ



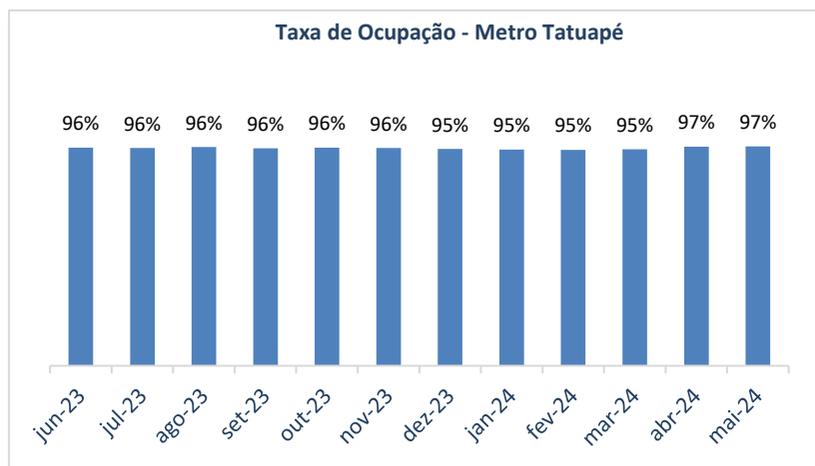
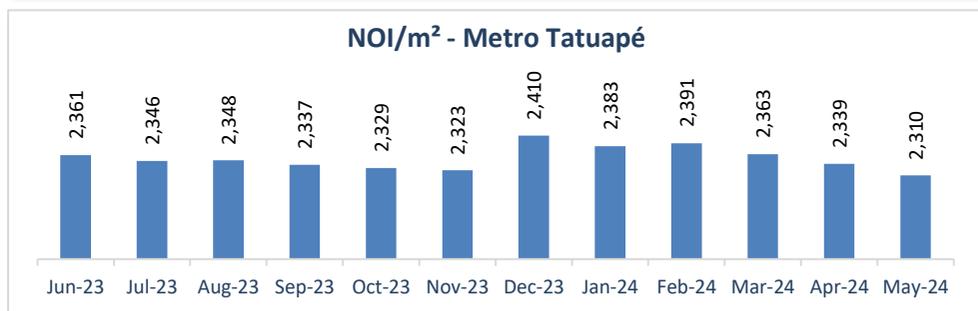
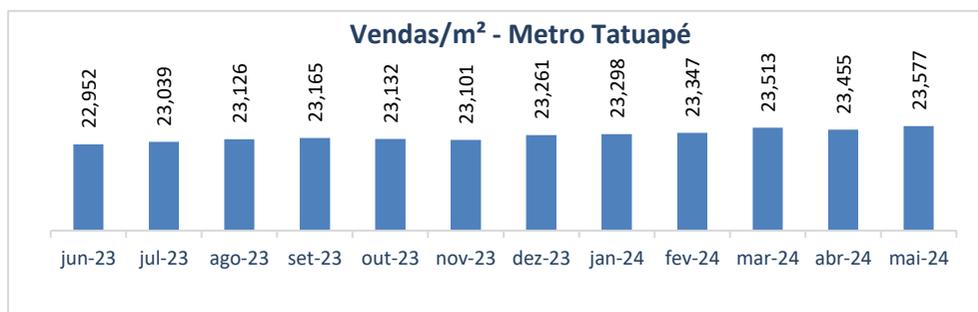
SHOPPING METRO TATUAPÉ	
Preço de Aquisição:	R\$ 50,000,000
Endereço:	R. Domingos Agostin, 91 – Tatuapé – São Paulo – SP
Ano de Entrega:	1997
Área Terreno:	36,774 m <sup>2</sup>
ABL Total:	36,462 m <sup>2</sup>
Participação Adquirida:	4.53%
ABL Própria:	1.652 m <sup>2</sup>
Ocupação Atual:	96.6%
Vendas/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 23,577 / m <sup>2</sup>
NOI/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 2,310 / m <sup>2</sup>

PRINCIPAIS OPERAÇÕES	ABL
Renner	3484 m <sup>2</sup>
C&A	3053 m <sup>2</sup>
Mc Donalds	825 m <sup>2</sup>
Ikesaki	875 m <sup>2</sup>
Puma	535 m <sup>2</sup>

### CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO<sup>1</sup> – R\$ MM

Imóveis	R\$/m <sup>2</sup>	Dez/23	2S24
Metro Tatuapé	30,271	25.0	25.0

<sup>1</sup>Cronograma de desembolsos corrigido pelas despesas financeiras oriundas do parcelamento



### SHOPPING BOULEVARD TATUAPÉ



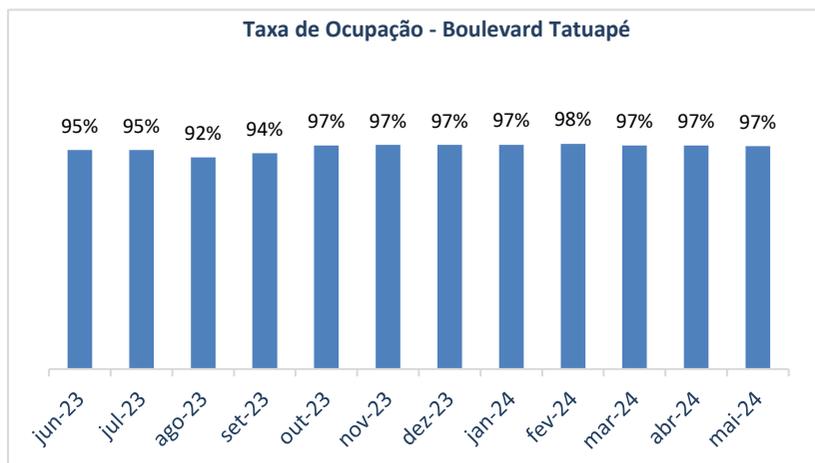
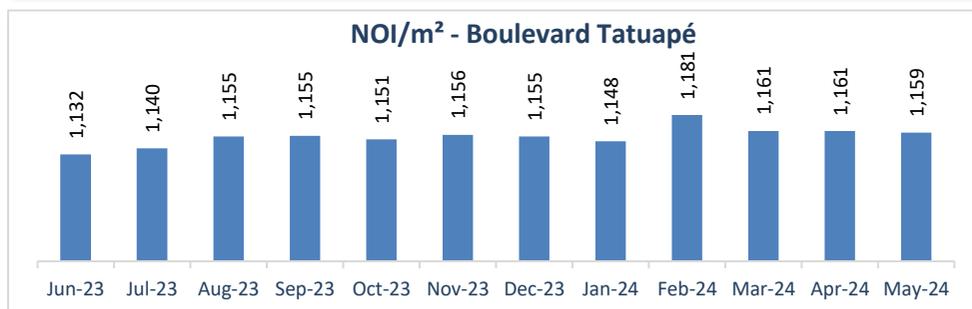
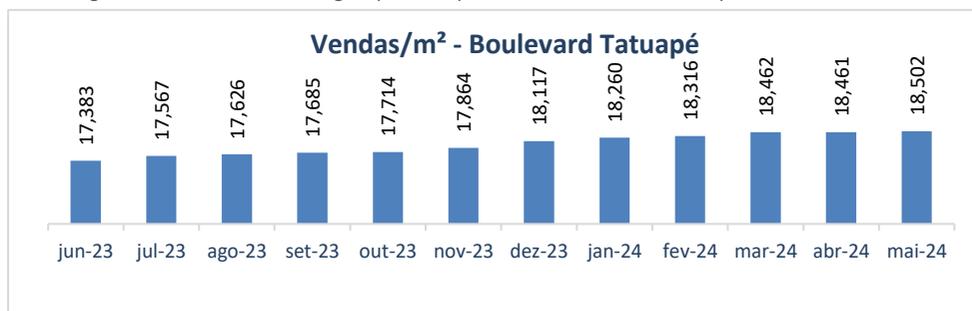
SHOPPING BOULEVARD TATUAPÉ	
Preço de Aquisição:	R\$ 32,500,000
Endereço:	R. Gonçalves Crespo, 78 – Tatuapé – São Paulo – SP
Ano de Entrega:	2007
Área Terreno:	14,439 m <sup>2</sup>
ABL Total:	19,003 m <sup>2</sup>
Participação Adquirida:	15.00%
ABL Própria:	2.850 m <sup>2</sup>
Ocupação Atual:	96.8%
Vendas/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 18,502 / m <sup>2</sup>
NOI/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 1,159 / m <sup>2</sup>

PRINCIPAIS OPERAÇÕES	ABL
Cinemark	2050 m <sup>2</sup>
Marisa	1852 m <sup>2</sup>
Besni	1852 m <sup>2</sup>
Pernambucanas	1048 m <sup>2</sup>
Outback Steakhouse	578 m <sup>2</sup>

### CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO<sup>1</sup> – R\$ MM

Imóveis	R\$/m <sup>2</sup>	Dez/23	2S24
Metro Tatuapé	11,402	16.25	16.25

<sup>1</sup>Cronograma de desembolsos corrigido pelas despesas financeiras oriundas do parcelamento



## IGUATEMI FASHION OUTLET NOVO HAMBURGO



### OUTLET NOVO HAMBURGO

Preço de Aquisição:	R\$ 52,735,364
Endereço:	BR 116, KM 236 – Novo Hamburgo - RS
Ano de Entrega:	2013
Área Terreno:	176,000 m <sup>2</sup>
ABL Total:	20,048 m <sup>2</sup>
Participação Adquirida:	10.625%
ABL Própria:	2.130 m <sup>2</sup>
Ocupação Atual:	97.6%
Vendas/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 18,371 / m <sup>2</sup>
NOI/m <sup>2</sup> LTM:	R\$ 936 / m <sup>2</sup>

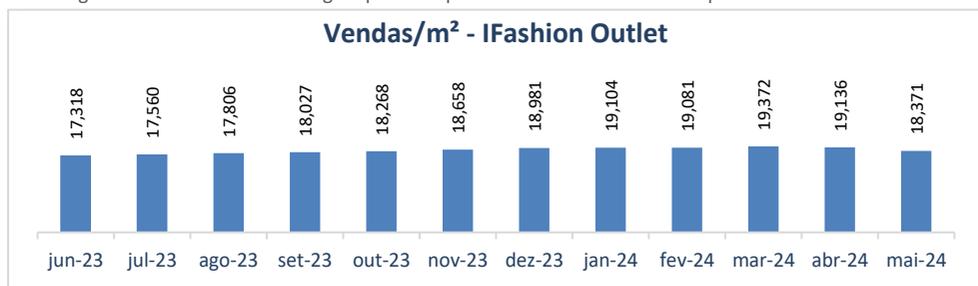
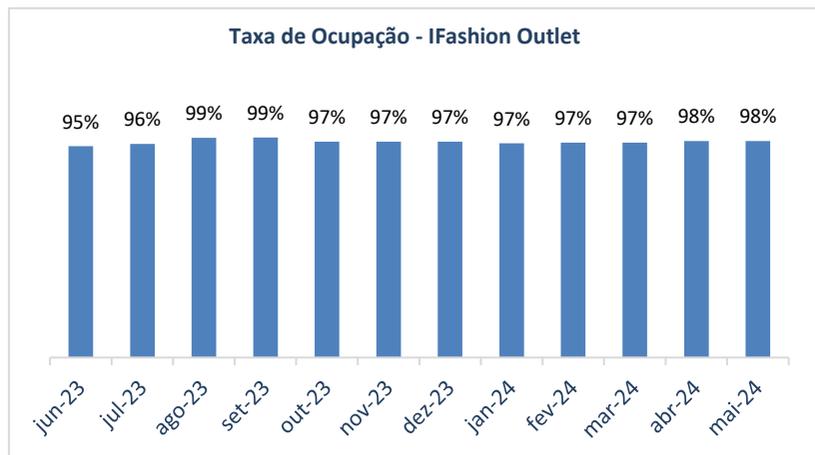
### PRINCIPAIS OPERAÇÕES

Operação	ABL
Nike	991 m <sup>2</sup>
Puma	640 m <sup>2</sup>
Schutz	818 m <sup>2</sup>
Adidas	604 m <sup>2</sup>
Hugo Boss	404 m <sup>2</sup>

### CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO<sup>1</sup> – R\$ MM

Imóveis	R\$/m <sup>2</sup>	Mar/23	2S24	1S25
Outlet Novo Hamburgo	12,754	32	10.4	10.6

<sup>1</sup>Cronograma de desembolsos corrigido pelas despesas financeiras oriundas do parcelamento

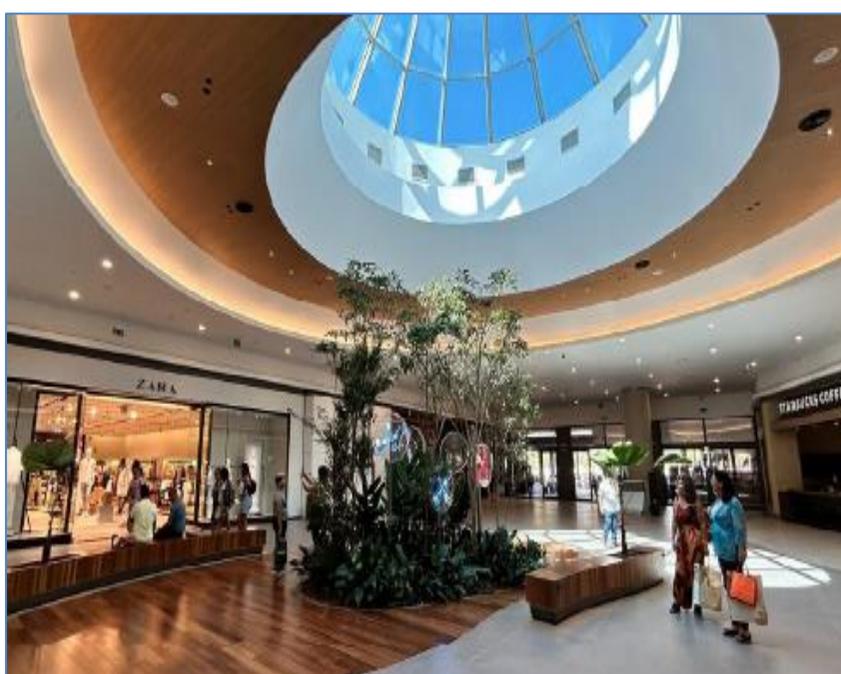
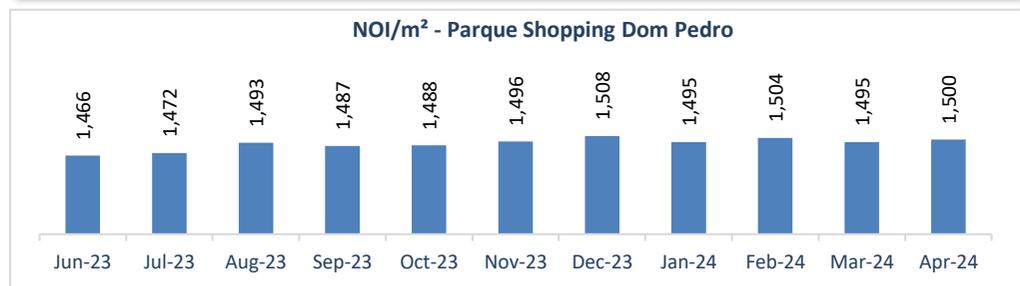
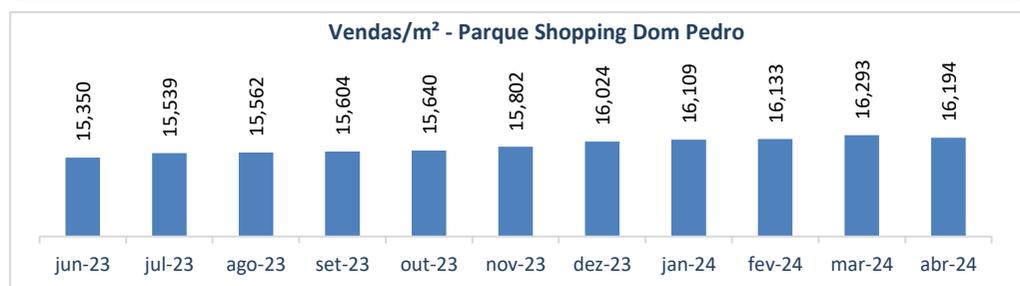
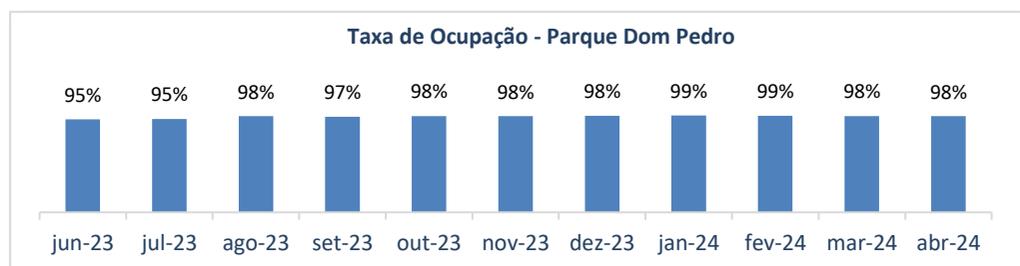


## PARQUE DOM PEDRO SHOPPING (VIA HPDP11)



PARQUE DOM PEDRO SHOPPING	
<b>Endereço:</b>	Av. Guilherme Campos, 500 – Jardim Santa Genebra – Campinas - SP
<b>Ano de Entrega:</b>	2002
<b>Área Terreno:</b>	461,200 m <sup>2</sup>
<b>ABL Total:</b>	126,500 m <sup>2</sup>
<b>% HPDP11</b>	10.53%
<b>ABL Própria – HPDP11:</b>	12,847 m <sup>2</sup>
<b>% CPSH11 no HPDP11:</b>	15.9% do PL do Fundo
<b>ABL Própria – CPSH11:</b>	2,122
<b>Ocupação Total:</b>	98.0%
<b>Vendas/m<sup>2</sup> LTM:</b>	R\$ 16.194
<b>NOI/m<sup>2</sup> LTM:</b>	R\$ 1,500

Principais Operações	ABL
C&A	2.743 m <sup>2</sup>
Centauro	1.946 m <sup>2</sup>
Decathlon	3.363 m <sup>2</sup>
Fast Shop	862 m <sup>2</sup>
Magazine Luiza	1.317 m <sup>2</sup>

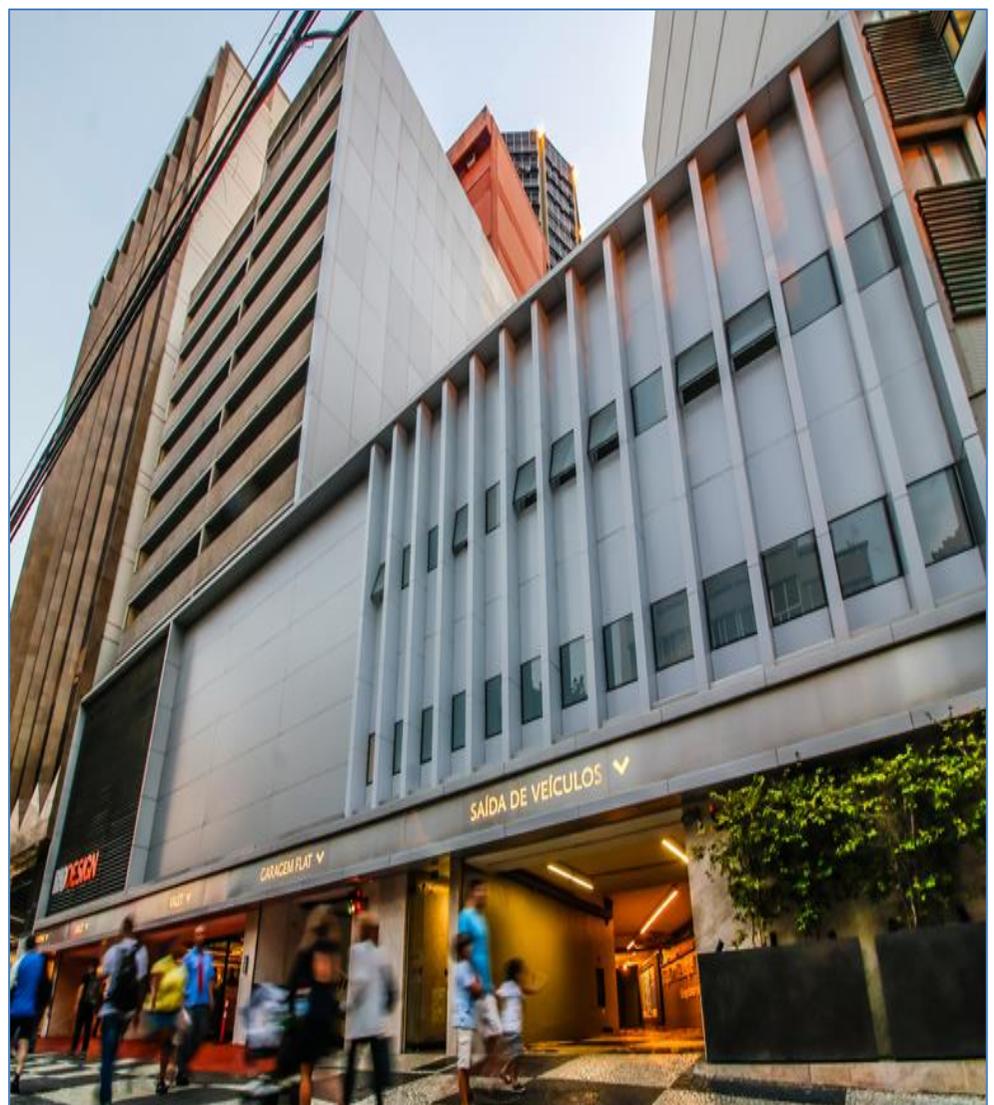
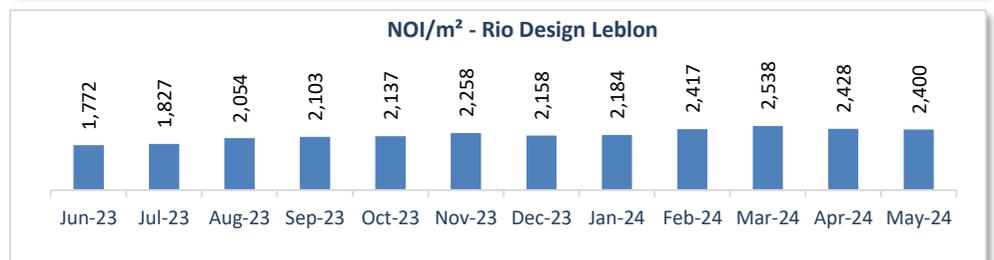
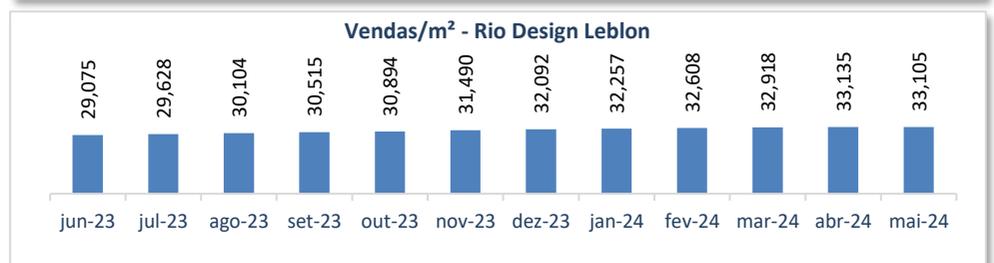
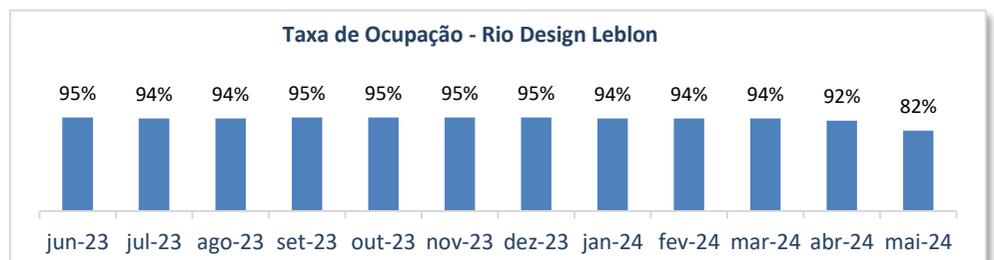


### RIO DESIGN LEBLON (VIA JGP DESIGN LEBLON)



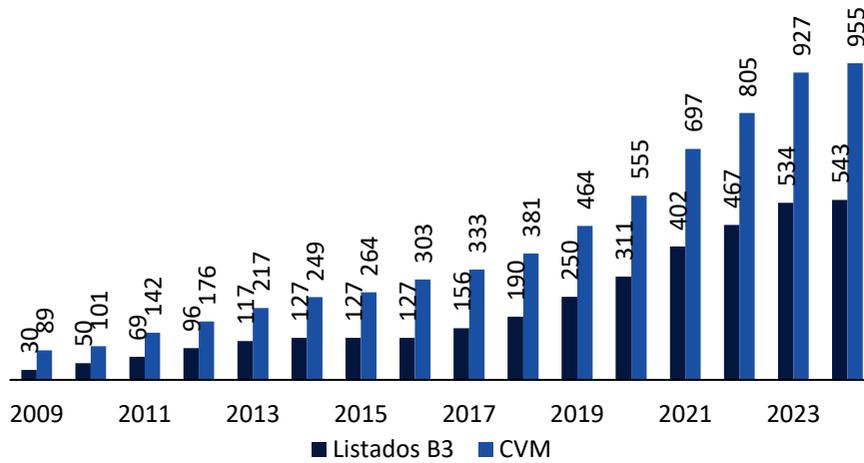
RIO DESIGN LEBLON	
<b>Endereço:</b>	Av. Ataulfo Paiva, 270 – Leblon – Rio de Janeiro - RJ
<b>Ano de Entrega:</b>	1983
<b>Área Privativa:</b>	7,350 m <sup>2</sup>
<b>ABL Total:</b>	5,672 m <sup>2</sup>
<b>% JGP Rio Design Leblon</b>	100%
<b>ABL Própria – JGP Rio Design Leblon:</b>	5,672 m <sup>2</sup>
<b>% CPSH11 no HPDP11:</b>	19.5% do PL do Fundo
<b>ABL Própria – CPSH11:</b>	1,049
<b>Ocupação Total:</b>	81.8%
<b>Vendas/m<sup>2</sup> LTM:</b>	R\$ 33.105
<b>NOI/m<sup>2</sup> LTM:</b>	R\$ 2,400

Principais Operações	ABL
Vydia Spa	515 m <sup>2</sup>
Madero	349 m <sup>2</sup>
Gurumê	278 m <sup>2</sup>
Irajá Redux	252 m <sup>2</sup>
Gula Gula	144 m <sup>2</sup>

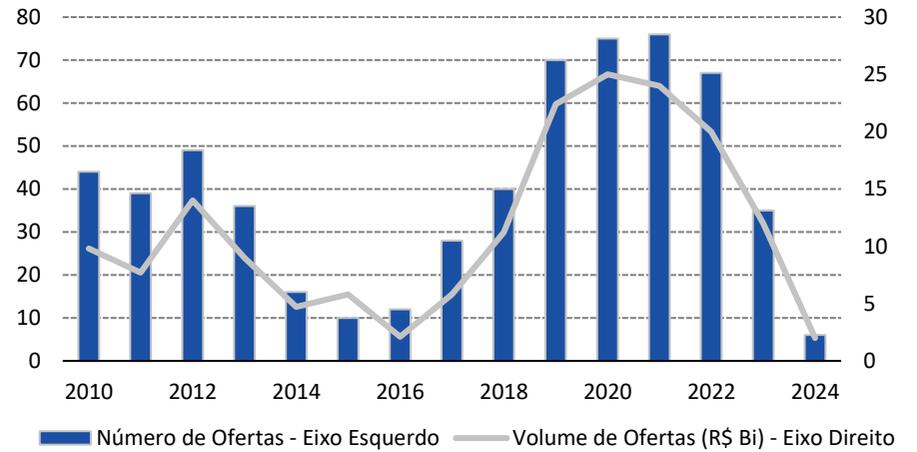


### Indústria de FII

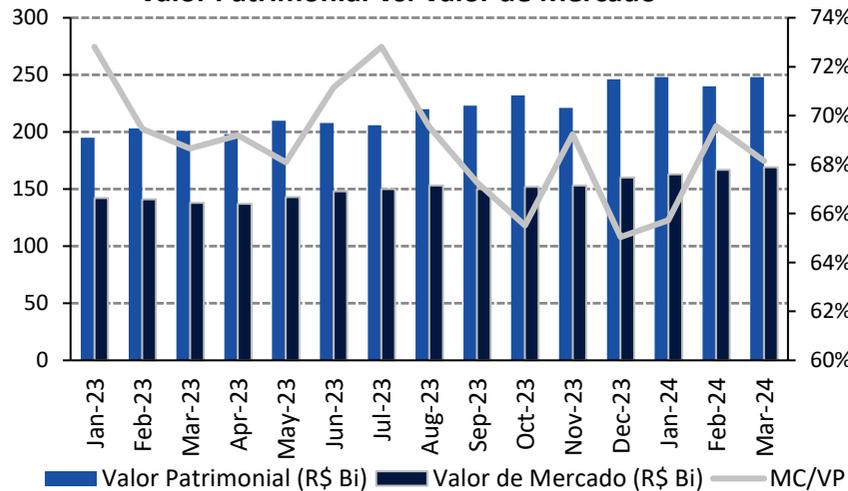
**Nº de fundos listados**



**Ofertas Públicas - ICVM 400**



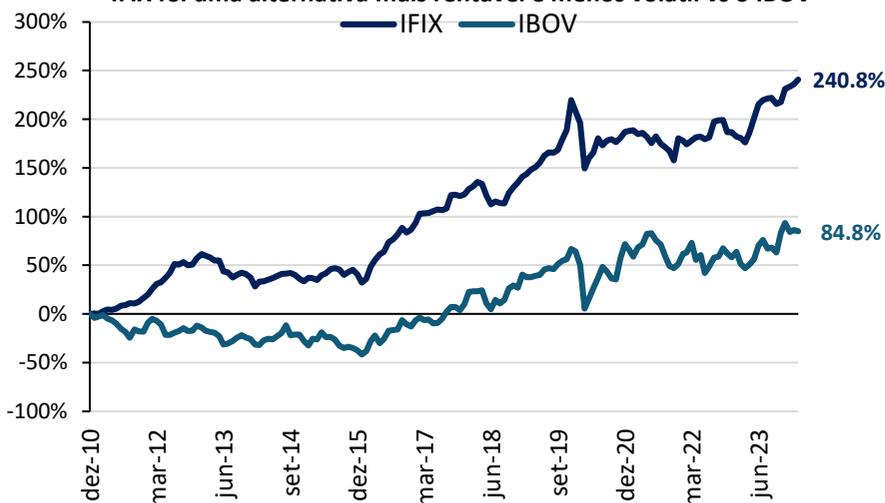
**Valor Patrimonial Vs. Valor de Mercado**



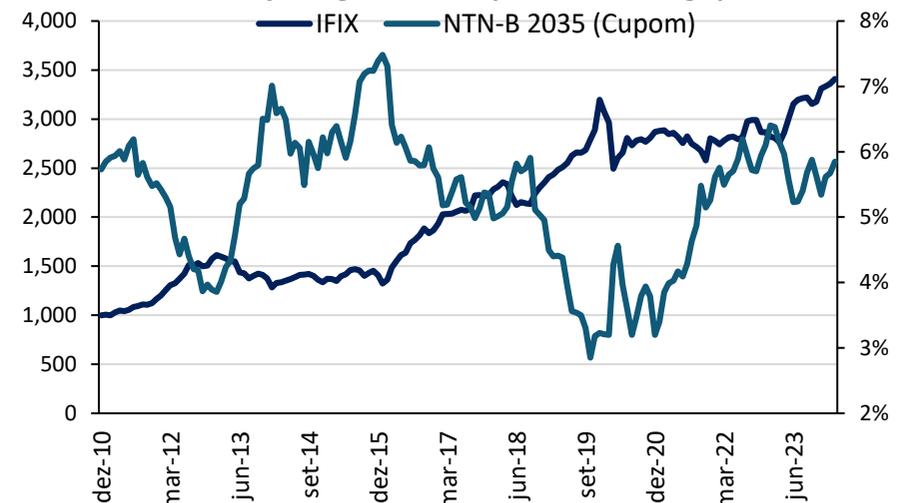
**Número de investidores**



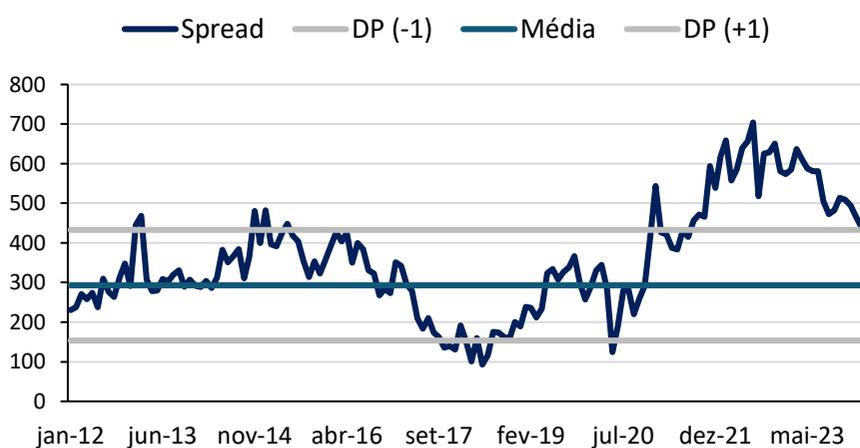
**IFIX foi uma alternativa mais rentável e menos volátil vs o IBOV**



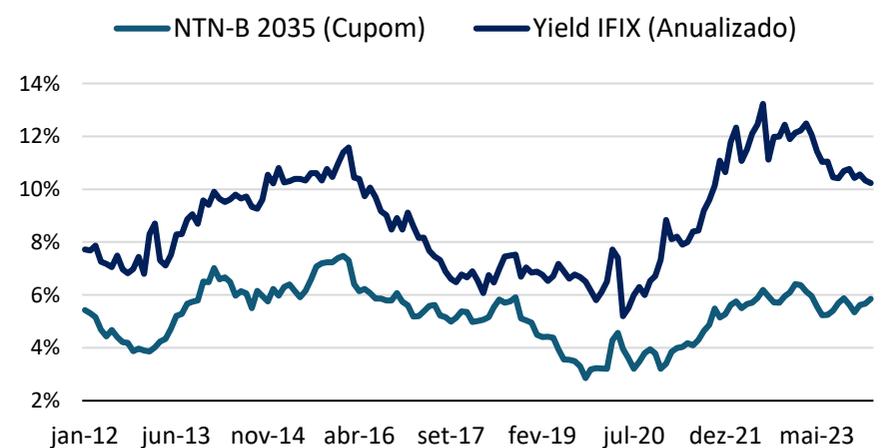
**Correlação negativa com os juros reais de longo prazo**



**Spread de risco está acima da média histórica**



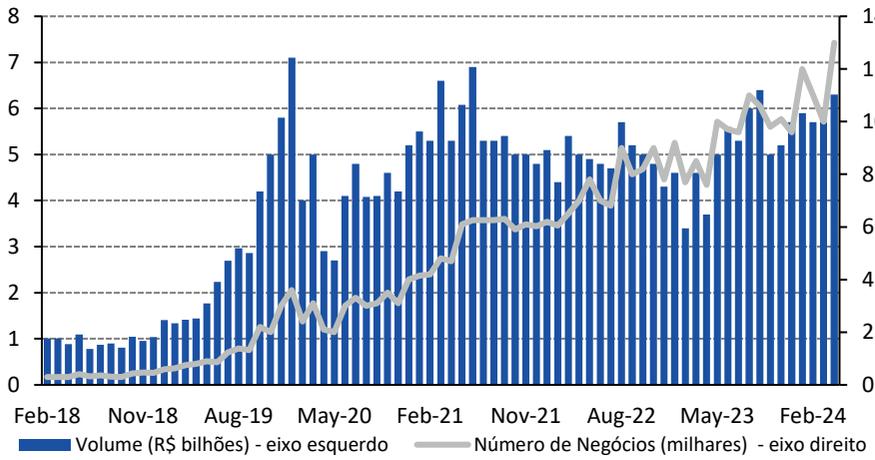
**Dividend yield do IFIX consistentemente superior ao juro real**



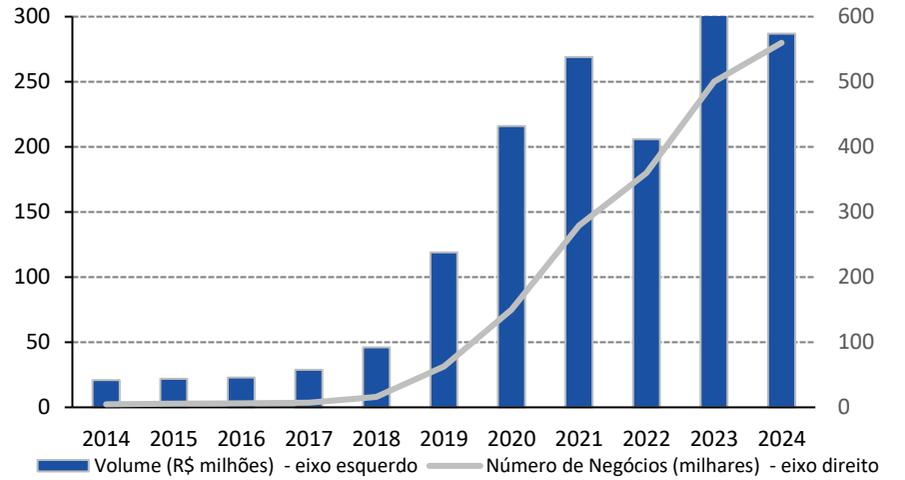
Fonte: Boletim B3 e Capitânia.

### Indústria de FII

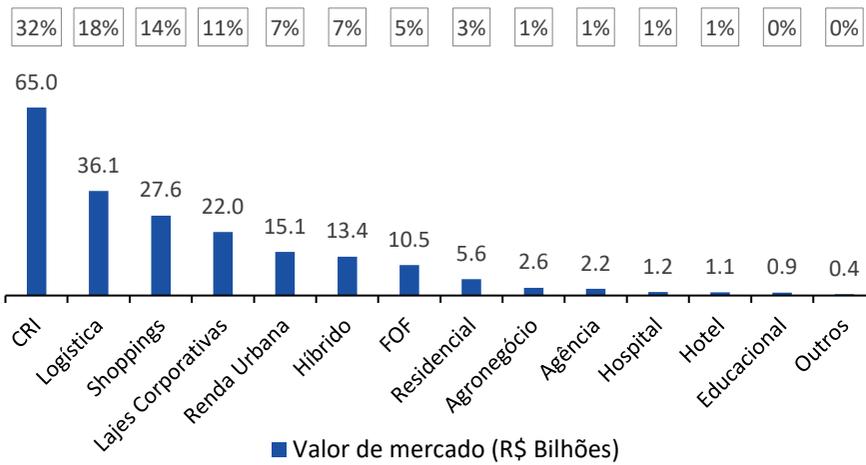
#### Volume Mensal de Negociação (R\$ Bilhões)



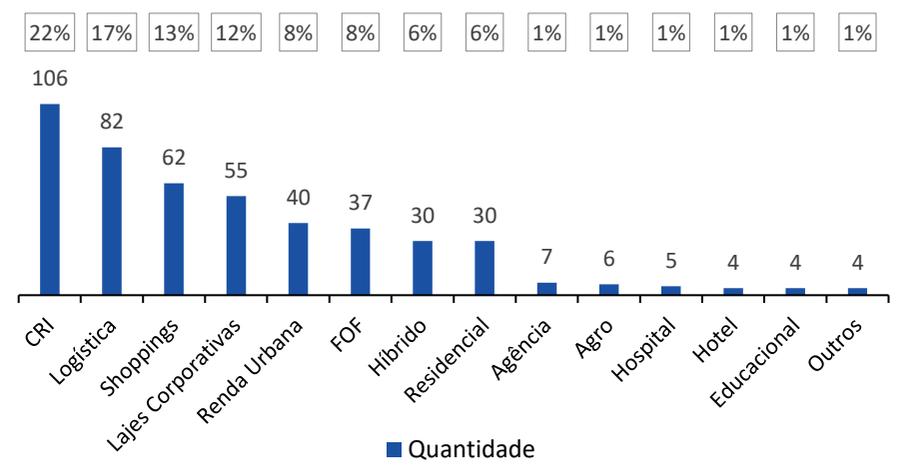
#### Média Diária de Negociação (R\$ Milhões)



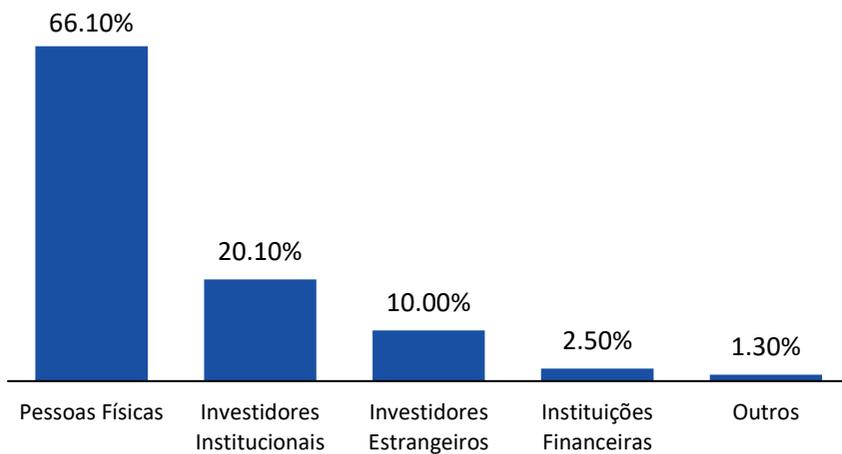
#### Valor de mercado (R\$ Bilhões)



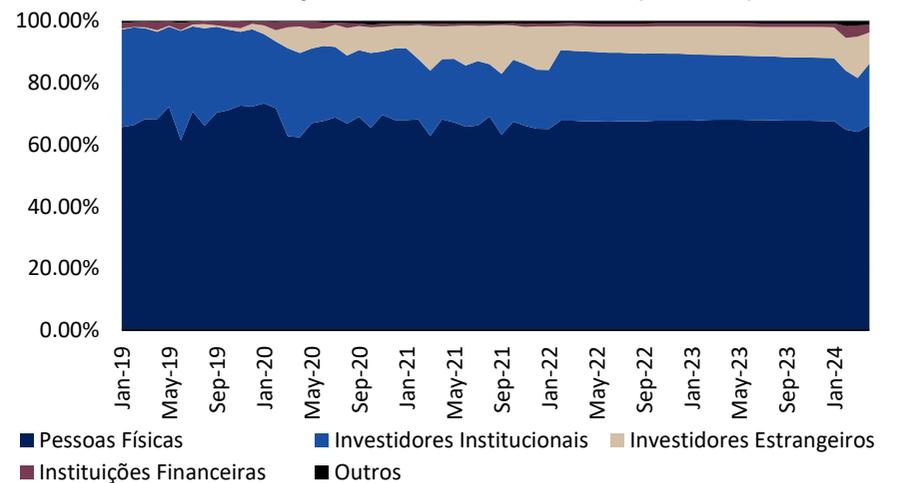
#### Quantidade de FIIs listados



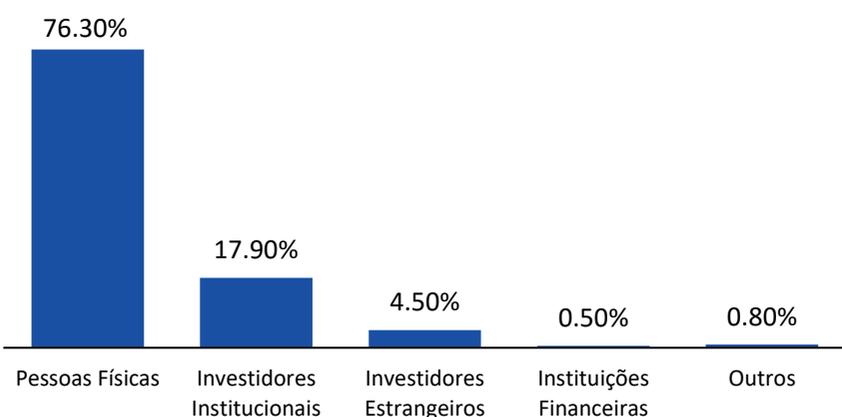
#### Volume Negociado (%)



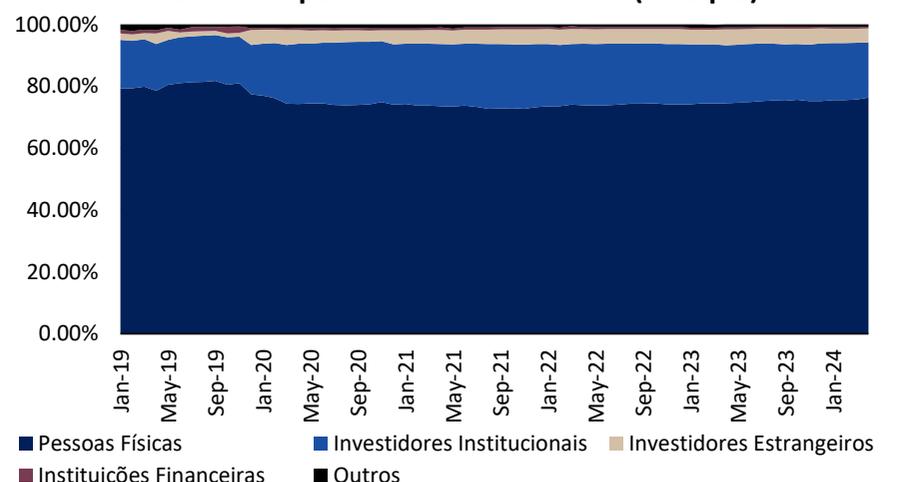
#### Breakdown por investidor - Histórico (Volume)



#### Estoque (%)



#### Breakdown por investidor - Histórico (Estoque)



### GLOSSÁRIO

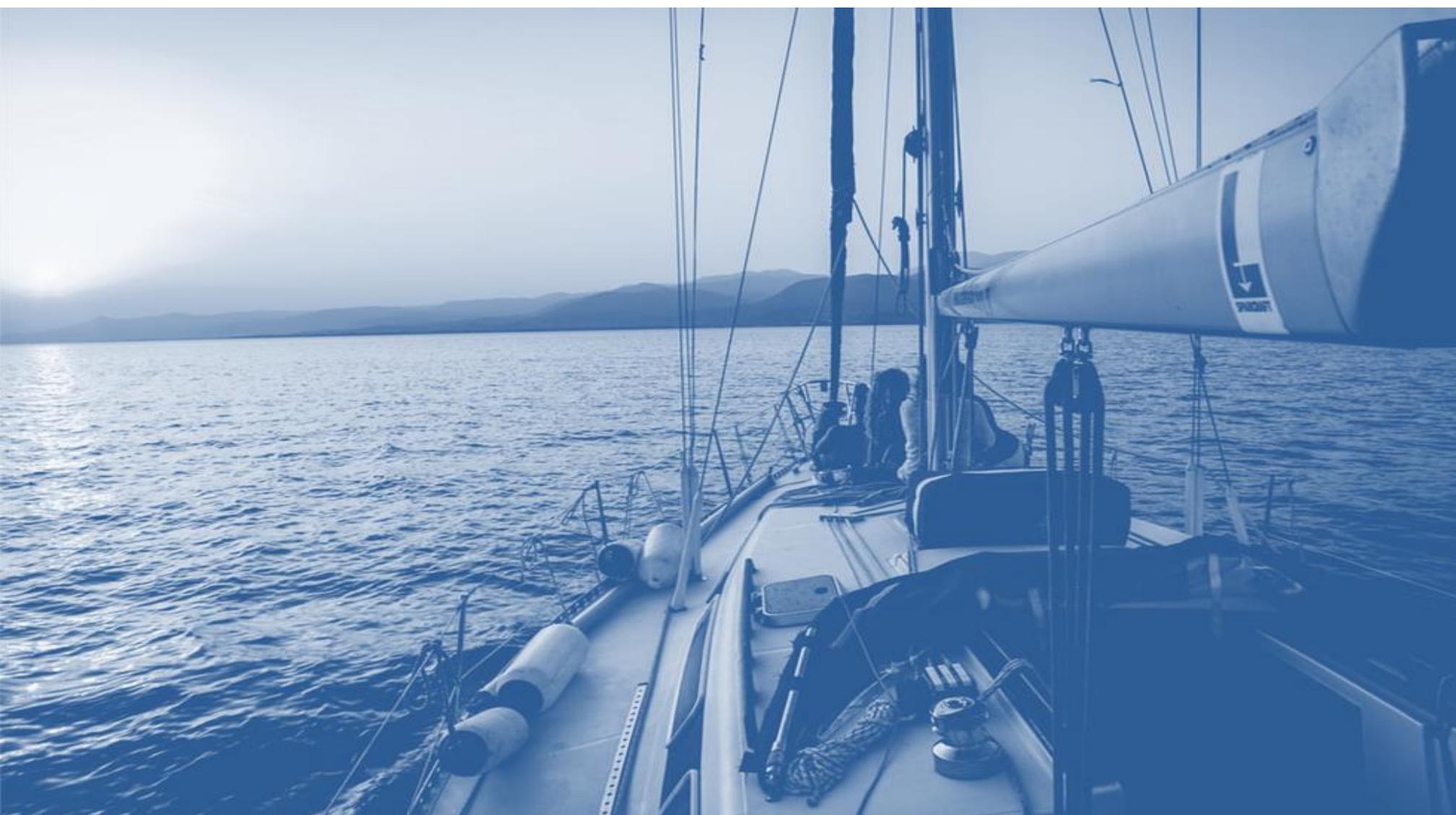


Termos	Descrição
Valor de Mercado (R\$/Cota)	Valor da cota no mercado secundário no fechamento do último dia do mês
Valor Patrimonial (R\$/Cota)	Valor da cota patrimonial no último dia do mês
Valor de Mercado do Fundo	Valor da cota no secundário multiplicado pelo número total de cotas
Dividend Yield (Cota Mercado)	Última valor distribuído anualizado dividido pela cota de fechamento do mês
Dividend Yield (Cota de Emissão)	Última valor distribuído anualizado dividido pela cota da última emissão
ABRASCE	Associação Brasileira de Shopping Centers
ICVA	Índice Cielo do Varejo Ampliado
ABL	Área Bruta Locável, área (m <sup>2</sup> ) total de um imóvel disponível para locação
ABL Própria	ABL dos imóveis de titularidade do fundo, ponderada pela participação do fundo nos imóveis
IPCA	Índice de Preços ao consumidor amplo, apurado e divulgado pelo IBGE
Mix de Lojistas	Composição estratégia das lojas definida pelo administrador dos shoppings
NOI (Net Operation Income)	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 (SSS)	Vendas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e mesmo período do ano anterior
SSR (SSR)	Aluguéis 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 Vacância	% do ABL Vago 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 disponibilizada 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.



### CAPITÂNIA INVESTIMENTOS

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1485 - 3º andar | Pinheiros  
São Paulo/SP - Brasil | CEP: 01452-002  
Telefone: +55 11 2853-8888  
[invest@capitaniainvestimentos.com.br](mailto:invest@capitaniainvestimentos.com.br)

