

# RELATÓRIO MENSAL DE JANEIRO DE 2026

GENERAL SHOPPING & OUTLETS FII – GSFI11



CNPJ:  
11.769.604/0001-13

Início do Fundo:  
30/09/2013

Gestor:  
Capitânia Investimentos

Administrador:  
PLANNER CORRETORA DE VALORES S.A.

Classificação Anbima:  
FII Renda Gestão Ativa

Taxa de Performance:  
-

Público-Alvo:  
Investidores em Geral

Taxa de Administração e Gestão:  
1% a.a. Sobre o Patrimônio Líquido

Quantidade de Cotas:  
96.106.666

### + GENERAL SHOPPING & OUTLETS DO BRASIL FII

(TICKER B3: GSFI11)

O “GENERAL SHOPPING & OUTLETS DO BRASIL FII” 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, no mínimo, 95% (noventa e cinco por cento) dos lucros auferidos pelo Fundo e apurados segundo o regime de caixa, com base em balanço ou balancete semestral encerrado em 30 de junho e 31 de dezembro de cada ano.

### + OVERVIEW

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

**R\$ 11,06**

Valor Patrimonial (R\$/Cota):

**R\$ 12,61**

Valor de Mercado:

**R\$ 1.062.939.725,96**

Patrimônio Líquido:

**R\$ 1.211.655.059,83**

Último rendimento (R\$/Cota):

-

Dividend Yield<sup>1</sup>:

-

ABL Própria (m<sup>2</sup>):

**139.997 m<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Considerando a cota de fechamento de 30/01/2026. Dividendo mensal anualizado.



Outlet Premium São Paulo

**+ SUMÁRIO**

|           |  |           |
|-----------|--|-----------|
| <b>01</b> | <b>Fundo</b>   | <b>4</b>  |
|           | Linha do Tempo e Carteira<br>Comentário do Gestor<br>Resultado e Distribuição<br>Rentabilidade Histórica e Guidance<br>Mercado Secundário<br>Patrimônio e Alavancagem  |           |
| <b>02</b> | <b>Portfólio</b>   | <b>10</b> |
|           | Portfólio de Ativos Imobiliários<br>Indicadores Operacionais   |           |
| <b>03</b> | <b>Ativos</b>  | <b>12</b> |
|           | Parque Shopping Barueri<br>Outlet Premium São Paulo<br>Outlet Premium Brasília<br>Shopping Bonsucesso<br>Outlet Premium Rio de Janeiro<br>Parque Shopping Sulacap<br>Outlet Premium Salvador<br>Outlet Premium Grande São Paulo<br>Unimart Shopping Campinas |           |
| <b>04</b> | <b>Anexos</b>  | <b>19</b> |
|           | Glossário<br>Disclaimer  |           |

**+ CARTEIRA DE ATIVOS**

| Ativo                           | Exposição | % Carteira (NOI) | Ocupação | A B L   |         | V E N D A S              |                 | N O I                    |                 |
|---------------------------------|-----------|------------------|----------|---------|---------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|
|                                 |           |                  |          | 100%    | Fundo   | R\$/m <sup>2</sup> (LTM) | vs LTM Anterior | R\$/m <sup>2</sup> (LTM) | vs LTM Anterior |
| Parque Shopping Barueri         | Imóvel    | 24,6%            | 94,4%    | 36.300  | 32.525  | 14.449,61                | ▲ 6,2%          | 1.013,64                 | ▲ 9,0%          |
| Outlet Premium São Paulo        | Imóvel    | 19,4%            | 97,9%    | 24.882  | 12.317  | 29.238,44                | ▲ 1,3%          | 2.108,27                 | ▲ 2,7%          |
| Outlet Premium Brasília         | Imóvel    | 11,2%            | 94,2%    | 17.360  | 8.680   | 27.256,16                | ▲ 2,7%          | 1.722,71                 | ▲ 5,5%          |
| Shopping Bonsucesso             | Imóvel    | 10,8%            | 92,4%    | 27.852  | 17.408  | 14.208,49                | ▼ -2,1%         | 828,78                   | ▼ -6,0%         |
| Outlet Premium Rio de Janeiro   | Imóvel    | 10,0%            | 88,6%    | 20.906  | 10.453  | 22.430,57                | ▲ 9,4%          | 1.278,11                 | ▲ 9,0%          |
| Parque Shopping Sulacap         | Imóvel    | 10,0%            | 87,7%    | 29.022  | 27.281  | 9.790,80                 | ▲ 6,2%          | 489,09                   | ▲ 46,8%         |
| Outlet Premium Salvador         | Imóvel    | 5,8%             | 92,0%    | 15.913  | 8.116   | 19.309,17                | ▲ 8,3%          | 949,01                   | ▲ 3,8%          |
| Outlet Premium Grande São Paulo | Imóvel    | 5,3%             | 93,9%    | 16.601  | 8.134   | 18.806,05                | ▲ 5,0%          | 864,62                   | ▼ -4,8%         |
| Unimart Shopping Campinas       | Imóvel    | 3,2%             | 75,0%    | 15.878  | 15.084  | 6.660,77                 | ▲ 6,2%          | 282,26                   | ▲ 0,6%          |
|                                 |           |                  | 90,4%    | 204.714 | 139.997 | 15.898,42                | ▲ 4,4%          | 957,24                   | ▲ 6,8%          |

### + Comentário do Gestor

(TICKER B3: GSFI11)

#### Contexto Macroeconômico e Setorial

O início de 2026 marca um período de consolidação e otimismo cauteloso para a indústria de shopping centers no Brasil. Após os fortes volumes de vendas do tradicional aquecimento do quarto trimestre de 2025, o varejo físico mantém resiliência, sustentado por um ambiente de inflação mais ancorada e pela estabilização da curva de juros reais.

Esses fatores trazem maior previsibilidade à renda disponível e ao consumo das famílias e, ao mesmo tempo, aliviam o custo de capital e o endividamento dos lojistas — reflexo direto nos baixos índices de inadimplência do portfólio.

No mercado de fundos imobiliários, o segmento de tijolo — sobretudo os fundos de gestão ativa com portfólios ancorados em ativos premium e dominantes em suas regiões — segue demonstrando elevada atratividade como veículo de proteção e geração de renda real.

#### Desempenho do Fundo no Mês

Os indicadores operacionais confirmam a solidez do portfólio. A taxa de ocupação encerrou janeiro em 90,44%, refletindo a qualidade dos ativos premium e dominantes. As vendas alcançaram R\$ 15.898/m<sup>2</sup> nos últimos doze meses, alta de 4,40% ante o período anterior, enquanto o NOI atingiu R\$ 957/m<sup>2</sup> (LTM), avanço de 6,81% — evidência de eficiência operacional e de repasses contratuais bem-sucedidos.

A carteira reúne nove ativos, com ABL total de 204.714 m<sup>2</sup> (139.997 m<sup>2</sup> atribuíveis ao Fundo), ancorada em Parque Shopping Barueri (24,6% do NOI) e Outlet Premium São Paulo (19,4%). No mercado secundário, a cota fechou o mês em R\$ 11,06, com volume médio diário de R\$ 17,0 milhões, e a base encerrou janeiro com 6.370 cotistas.



Outlet Premium Salvador

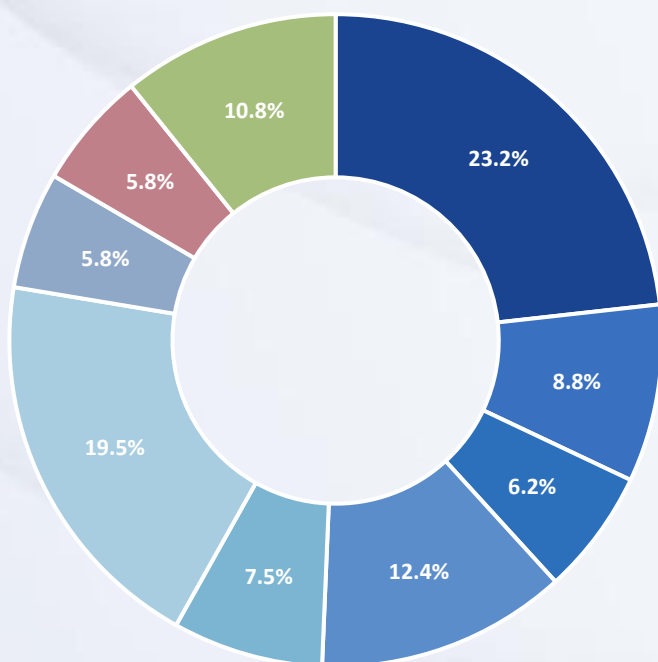
**+ RENTABILIDADE**

Desde abr/19, o GSFI11 a mercado apresenta rentabilidade de **+11,2% a.a.**, enquanto a cota patrimonial ajustada acumula **+5,8% a.a.**, versus **+6,6% a.a.** do IFIX no mesmo período.

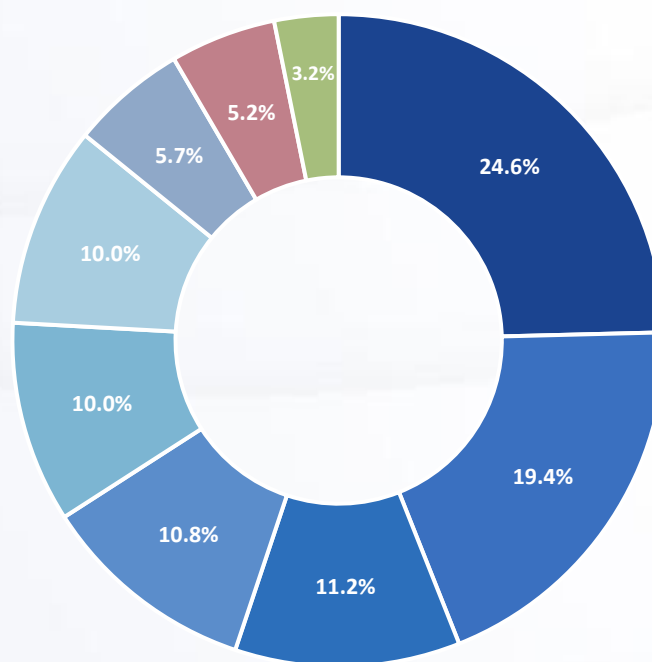


\* Cota patrimonial ajustada pelas distribuições realizadas.

**+ Distribuição por ABL (%)**



**+ Distribuição por NOI (%)**



- Parque Shopping Barueri
- Outlet Premium São Paulo
- Outlet Premium Brasília
- Shopping Bonsucesso
- Outlet Premium Rio de Janeiro
- Parque Shopping Sulacap
- Outlet Premium Salvador
- Outlet Premium Grande São Paulo
- Unimart Shopping Campinas

**+** LIQUIDEZ



No mês de Janeiro de 2026, as cotas do GSFI11 fecharam em R\$ 11,06, com uma média diária de negócios de R\$ 17,0 milhões.



**+** COTISTAS



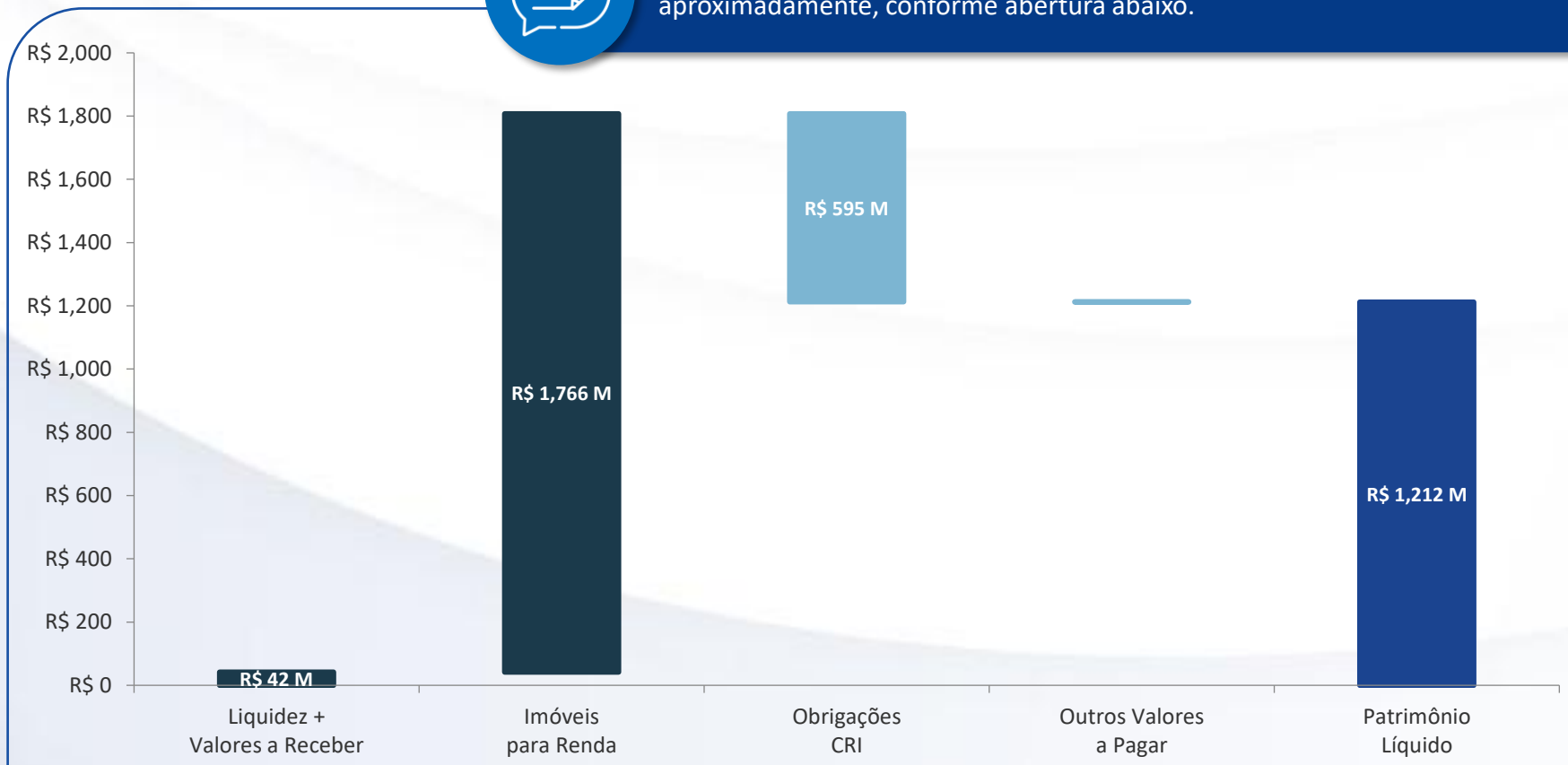
O Fundo encerrou janeiro de 2026 com 6.370 cotistas.



**+ COMPOSIÇÃO DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO**



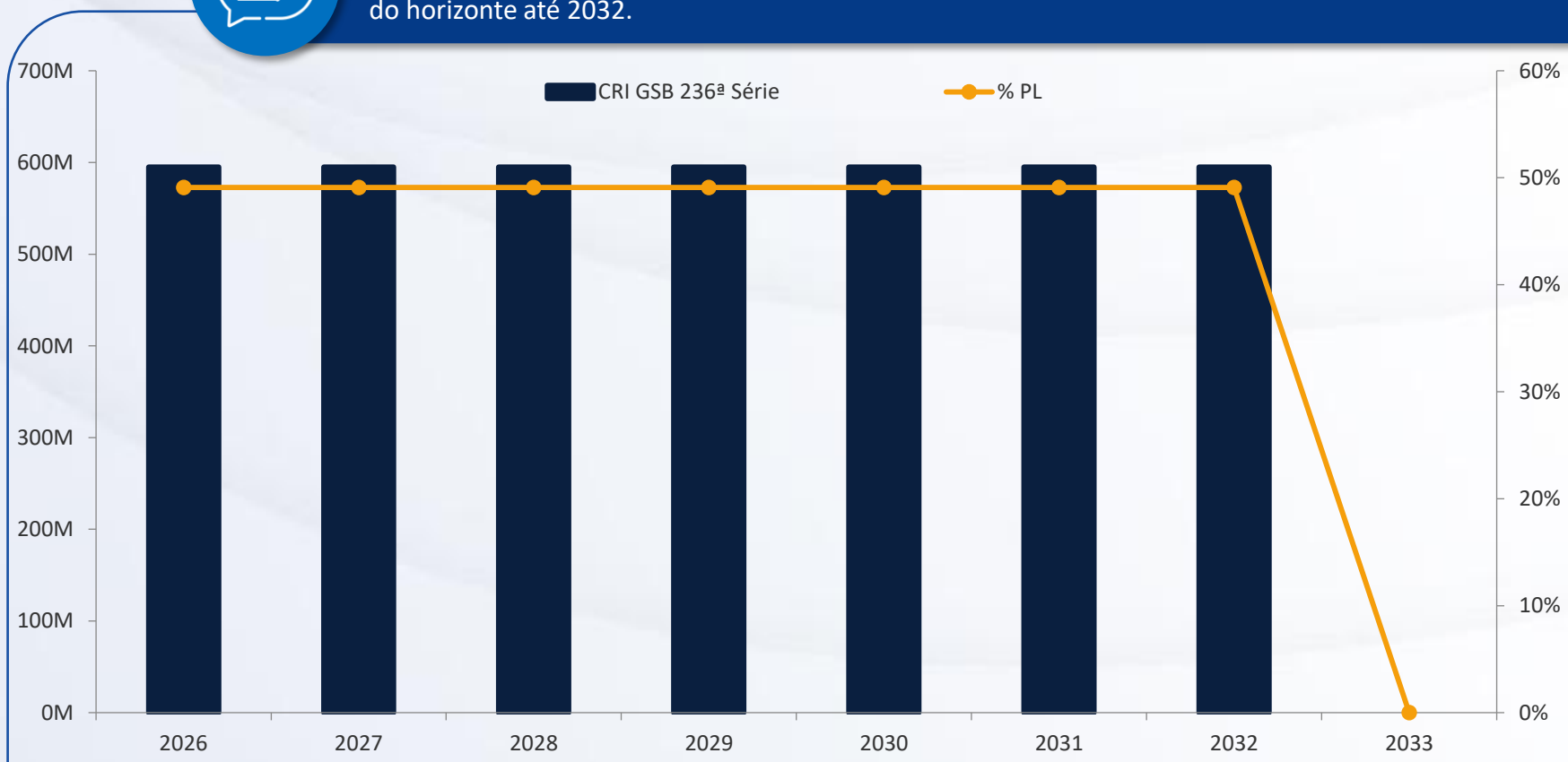
O Fundo possui, atualmente, patrimônio líquido de R\$ 1,212 bilhões, aproximadamente, conforme abertura abaixo.



**+ ALAVANCAGEM**



O Fundo possui um CRI em sua estrutura (CRI GSB 236ª Série), com saldo devedor de R\$ 595,0 milhões, equivalente a aproximadamente 49,1% do patrimônio líquido, com amortização ao longo do horizonte até 2032.



### + PORTFÓLIO DE ATIVOS

Parque Shopping Barueri



Outlet Premium São Paulo



Outlet Premium Brasília



Shopping Bonsucesso



Outlet Premium Rio de Janeiro



Parque Shopping Sulacap



Outlet Premium Grande São Paulo



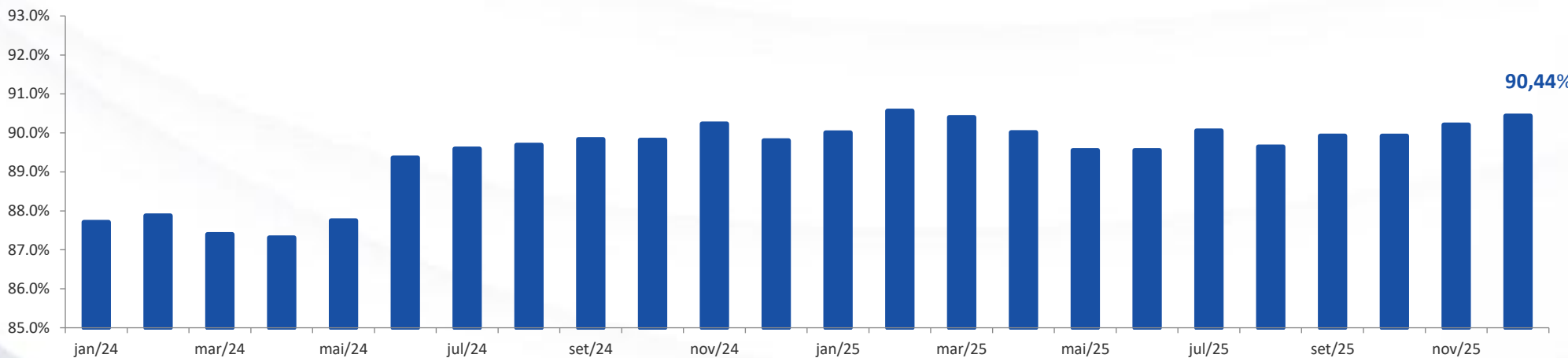
Outlet Premium Salvador



Unimart Shopping Campinas



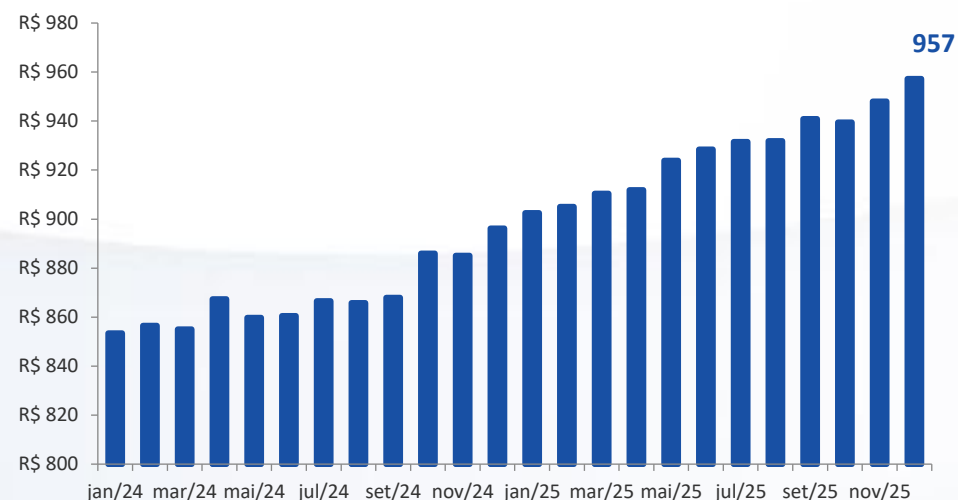
**+** Taxa de Ocupação



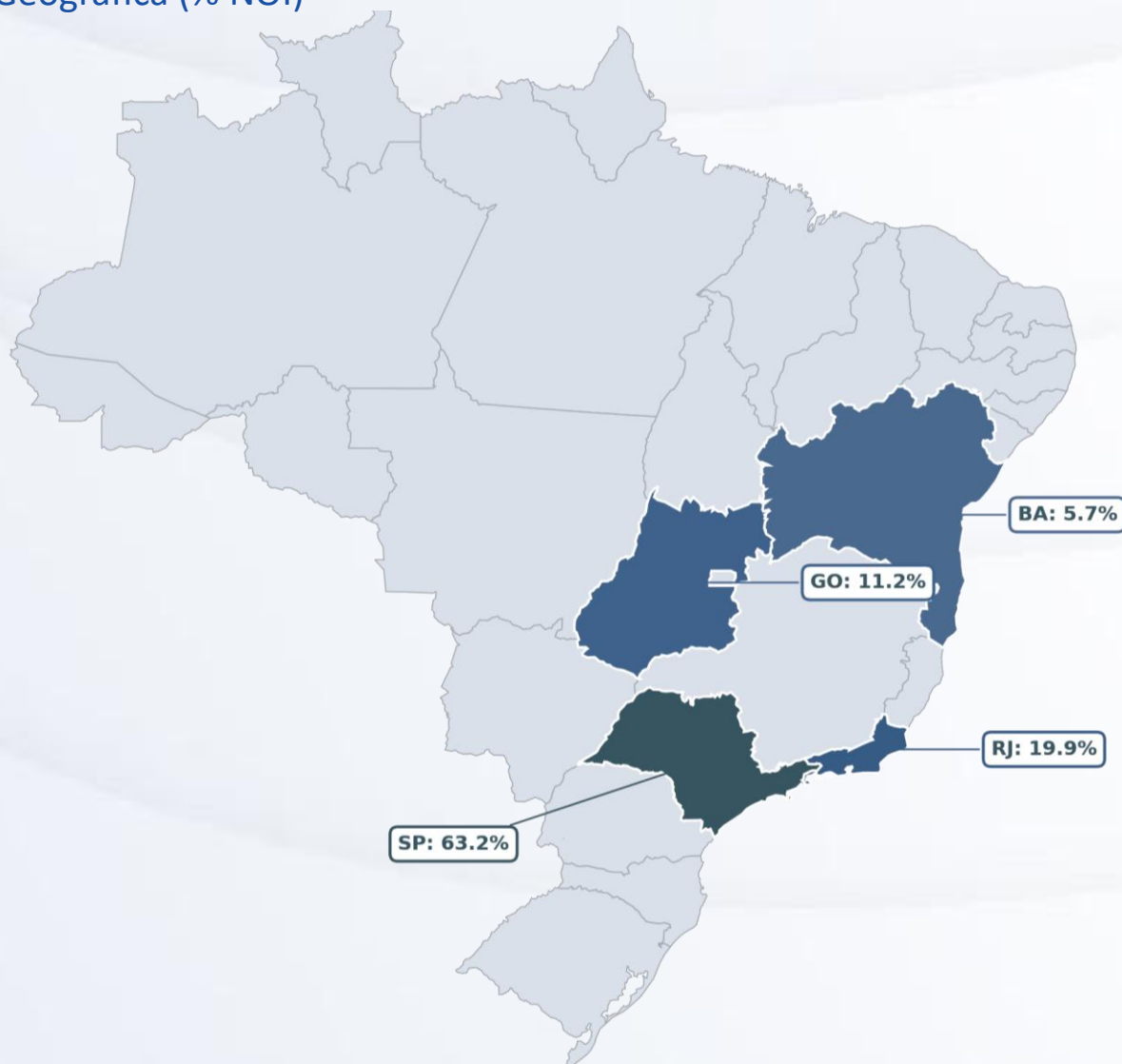
**+** Vendas (R\$/m² - LTM)



**+** NOI (R\$/m² - LTM)



**+** Distribuição Geográfica (% NOI)



**+ PARQUE SHOPPING BARUERI**

**+ Informações Técnicas**

|                                      |                               |   |
|--------------------------------------|-------------------------------|---|
| Inauguração:<br><b>2011</b>          | Expansões:<br>—               | ABL Total:<br><b>36.300 m<sup>2</sup></b> |
| Lojas:<br><b>189</b>                 | Vagas Estac.:<br><b>1.100</b> | Salas de Cinema:<br><b>9</b>              |
| Participação Atual:<br><b>89,60%</b> | ABL Própria:<br><b>32.525</b> | Entrada GSFI:<br><b>Jan/19</b>            |

**+ Dados Operacionais**

|  |
|--|
| Ocupação:<br><b>94,4%</b>                    |
| Vendas LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>14.450</b> |
| NOI LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>1.014</b>     |



**+ Lojas**

## + OUTLET PREMIUM SÃO PAULO

### + Informações Técnicas

Inauguração:  
**2009**

Expansões:  
**—**

ABL Total:  
**24.882 m<sup>2</sup>**

Lojas:  
**140**

Vagas Estac.:  
**1600**

Salas de Cinema:  
**0**

Participação Atual:  
**49,50%**

ABL Própria:  
**12.317**

Entrada GSFI:  
**Jan/19**

### + Dados Operacionais

Ocupação:  
**97,9%**

Vendas LTM/m<sup>2</sup>:  
**29.238**

NOI LTM/m<sup>2</sup>:  
**2.108**



### + Lojas



RICARDO  
ALMEIDA

TOMMY HILFIGER



**HUGO**

Spicy

VIVARA

LACOSTE

**+ OUTLET PREMIUM BRASÍLIA**

**+ Informações Técnicas**

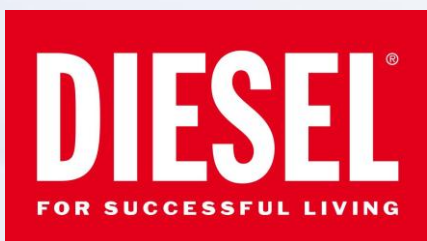
|                                      |                               |   |
|--------------------------------------|-------------------------------|---|
| Inauguração:<br><b>2012</b>          | Expansões:<br>-               | ABL Total:<br><b>17.360 m<sup>2</sup></b> |
| Lojas:<br><b>120</b>                 | Vagas Estac.:<br><b>2.114</b> | Salas de Cinema:<br><b>0</b>              |
| Participação Atual:<br><b>50,00%</b> | ABL Própria:<br><b>8.680</b>  | Entrada GSFI:<br><b>Jan/19</b>            |

**+ Dados Operacionais**

|  |
|--|
| Ocupação:<br><b>94,2%</b>                    |
| Vendas LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>27.256</b> |
| NOI LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>1.723</b>     |



**+ Lojas**



TOMMY HILFIFIGER SWAROVSKI Calvin Klein

AÉROPOSTALE

Spicy

VIVARA

LACOSTE

## + SHOPPING BONSUCESSO

### + Informações Técnicas

|                                      |                               |   |
|--------------------------------------|-------------------------------|---|
| Inauguração:<br><b>2006</b>          | Expansões:<br>—               | ABL Total:<br><b>27.852 m<sup>2</sup></b> |
| Lojas:<br><b>146</b>                 | Vagas Estac.:<br><b>700</b>   | Salas de Cinema:<br><b>6</b>              |
| Participação Atual:<br><b>62,50%</b> | ABL Própria:<br><b>17.408</b> | Entrada GSFI:<br><b>Jan/19</b>            |

### + Dados Operacionais

|  |
|--|
| Ocupação:<br><b>92,4%</b>                    |
| Vendas LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>14.208</b> |
| NOI LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>829</b>       |



### + Lojas



**+ OUTLET PREMIUM RIO DE JANEIRO**

**+ Informações Técnicas**

|                                      |                               |   |
|--------------------------------------|-------------------------------|---|
| Inauguração:<br><b>2015</b>          | Expansões:<br>-               | ABL Total:<br><b>20.906 m<sup>2</sup></b> |
| Lojas:<br><b>121</b>                 | Vagas Estac.:<br><b>1200</b>  | Salas de Cinema:<br>-                     |
| Participação Atual:<br><b>50,00%</b> | ABL Própria:<br><b>10.453</b> | Entrada GSFI:<br><b>Jan/19</b>            |

**+ Dados Operacionais**

|  |
|--|
| Ocupação:<br><b>88,6%</b>                    |
| Vendas LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>22.431</b> |
| NOI LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>1.278</b>     |



**+ Lojas**

AÉROPOSTALE

Calvin Klein

TOMMY HILFIGER



Spicy

VIVARA

LACOSTE 

**+ PARQUE SHOPPING SULACAP**

**+ Informações Técnicas do Ativo**

|                                      |                               |   |
|--------------------------------------|-------------------------------|---|
| Inauguração:<br><b>2013</b>          | Expansões:<br>-               | ABL Total:<br><b>29.022 m<sup>2</sup></b> |
| Lojas:<br><b>137</b>                 | Vagas Estac.:<br><b>1.296</b> | Salas de Cinema:<br><b>6</b>              |
| Participação Atual:<br><b>94,00%</b> | ABL Própria:<br><b>27.281</b> | Entrada GSFI:<br><b>Jan/19</b>            |

**+ Dados Operacionais**

|   |
|---|
| Ocupação:<br><b>87,7%</b>                   |
| Vendas LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>9.791</b> |
| NOI LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>489</b>      |



**+ Lojas**

**RCHLO** RIACHUELO **BAGAGGIO**

**O AMIGÃO**

**CONSTANCE**

**RENNER**

**-ESPETTO-**  
CARIOCA

**havaianas®**

**milky moo**

**+ OUTLET PREMIUM SALVADOR**

**+ Informações Técnicas do Ativo**

|                                      |                              |   |
|--------------------------------------|------------------------------|---|
| Inauguração:<br><b>2013</b>          | Expansões:<br>-              | ABL Total:<br><b>15.913 m<sup>2</sup></b> |
| Lojas:<br><b>101</b>                 | Vagas Estac.:<br><b>1500</b> | Salas de Cinema:<br>-                     |
| Participação Atual:<br><b>51,00%</b> | ABL Própria:<br><b>8.116</b> | Entrada GSFI:<br><b>Jan/19</b>            |

**+ Dados Operacionais**

|  |
|--|
| Ocupação:<br><b>92,0%</b>                    |
| Vendas LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>19.309</b> |
| NOI LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>949</b>       |



**+ Lojas**

  
**Nike** Factory Store

**Calvin Klein**

**TOMMY HILFIGER**

 **CONSTANCE**

**OSKLEN** Track & Field

**VIVARA**

**LACOSTE** 

**+ OUTLET PREMIUM GRANDE SÃO PAULO**

**+ Informações Técnicas**

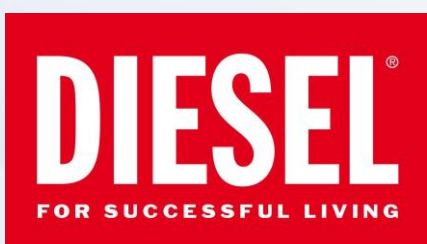
|                                      |                              |   |
|--------------------------------------|------------------------------|---|
| Inauguração:<br><b>2020</b>          | Expansões:<br>-              | ABL Total:<br><b>16.601 m<sup>2</sup></b> |
| Lojas:<br><b>102</b>                 | Vagas Estac.:<br><b>700</b>  | Salas de Cinema:<br><b>0</b>              |
| Participação Atual:<br><b>49,00%</b> | ABL Própria:<br><b>8.134</b> | Entrada GSFI:<br><b>Jan/19</b>            |

**+ Dados Operacionais**

|  |
|--|
| Ocupação:<br><b>93,9%</b>                    |
| Vendas LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>18.806</b> |
| NOI LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>865</b>       |



**+ Lojas**



**+ UNIMART SHOPPING CAMPINAS**

**+ Informações Técnicas**

|                                      |                               |   |
|--------------------------------------|-------------------------------|---|
| Inauguração:<br><b>1994</b>          | Expansões:<br>—               | ABL Total:<br><b>15.878 m<sup>2</sup></b> |
| Lojas:<br><b>119</b>                 | Vagas Estac.:<br><b>690</b>   | Salas de Cinema:<br><b>4</b>              |
| Participação Atual:<br><b>95,00%</b> | ABL Própria:<br><b>15.084</b> | Entrada GSFI:<br><b>Jan/19</b>            |

**+ Dados Operacionais**

|   |
|---|
| Ocupação:<br><b>75,0%</b>                   |
| Vendas LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>6.661</b> |
| NOI LTM/m <sup>2</sup> :<br><b>282</b>      |



**+ Lojas**



**+** 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  |
| 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 estratégica das lojas definida pelo administrador dos shoppings  |
| NOI (Net Operating 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 (Same Store Sales)           | Vendas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e mesmo período do ano anterior  |
| SSR (Same Store Rent)            | 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   |
| CRI                              | Certificado de recebível imobiliário  |
| Equity                           | Patrimônio líquido (PL)   |
| SPE                              | Sociedade de propósito específico   |
| MOU                              | <i>Memorandum of understanding</i> / Memorando de entendimentos   |
| CVC                              | Compromisso de venda e compra   |

## 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 podem ser diferentes. 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.



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)

