

Hedge Brasil Shopping FII

HGBS11



Fotos: Boulevard Shopping Bauru

JANEIRO DE 2026

Relatório Gerencial



SUMÁRIO NAVEGÁVEL	pág.
OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS	3
PRINCIPAIS DESTAQUES	4
DESEMPENHO DO FUNDO	11
CARTEIRA DE INVESTIMENTOS	15
SHOPPING JARDIM SUL	17
SHOPPING PENHA	19
CAPIM DOURADO SHOPPING	21
MOOCA PLAZA SHOPPING	23
SHOPPING WEST PLAZA	25
TIVOLI SHOPPING CENTER	27
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING	29
BOULEVARD SHOPPING BAURU	31
SHOPPING VILLALOBOS	33
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA	35
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA	37
SUZANO SHOPPING	39
PARTAGE SANTANA SHOPPING	41
I FASHION OUTLET	43
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER	45
FRANCA SHOPPING	47
SHOPPING PARQUE D. PEDRO	49
FLORIPA SHOPPING	50
GRAND PLAZA SHOPPING	51
VIA PARQUE SHOPPING	52
GLOSSÁRIO	53
DOCUMENTOS	54



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 m² 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\$ 20,67

COTA DE MERCADO

R\$ 20,00

VALOR DE MERCADO

R\$ 2,6 bi

QUANTIDADE DE COTAS

129.133.010

QUANTIDADE DE COTISTAS

149.239

ABL PRÓPRIA ¹

245,9 mil m²

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

Dez emissões de cotas realizadas

CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO

HGBS11

TIPO ANBIMA

FII Renda Gestão Ativa – Shoppings

PRAZO

Indeterminado

PÚBLICO-ALVO

Investidores em geral

RATING

brAA+ atribuído pela S&P Global Ratings Brasil ([link](#))

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.



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

Fonte: Hedge / Administradoras dos shoppings / Economática; Data base das informações: 30/01/2026.

PRINCIPAIS DESTAQUES

MOVIMENTAÇÕES ESTRATÉGICAS – QUALIFICAÇÃO DO PORTFÓLIO E GERAÇÃO DE VALOR

Desde o segundo semestre de 2025, o Fundo realizou 5 transações que colaboraram para o aumento da qualificação do seu portfólio, envolvendo a aquisição de 3 ativos no total de R\$ 402 milhões e, venda de 2 ativos no total de R\$ 114 milhões. **Combinando todas as operações, temos um cap rate consolidado de 9,5%.**

As transações foram:

- (i) [alienação](#) de 10% do Jardim Sul em set/25, reduzindo exposição ao ativo e iniciando parceria com a Ancar, administradora que é referência na indústria de shopping centers, que entrou como sócia operadora estratégica para a administração do ativo;
- (ii) [aquisição](#) de 20% do ParkShopping São Caetano em dez/25, adicionando um novo *trophy asset* ao portfólio e iniciando parceria com a Multiplan, administradora que é referência na indústria de shopping centers;
- (iii) [aquisição](#) de 35% do Boulevard Shopping Bauru em conjunto com a alienação de 15% do Suzano Shopping em jan/26, aumentando a participação em um ativo já controlado pelo Fundo, com perspectiva de crescimento elevada, e, dando saída para um ativo de menor representatividade para o Fundo, em uma troca que apresentou um *cap rate* de aquisição 1,15 p.p. superior ao *cap rate* de venda;
- (iv) aumento de participação indireta no Shopping Parque Dom Pedro, a partir da aquisição de 701.828 novas cotas de HPDP11 e 6.707 novas cotas de PQDP11, até janeiro de 2026, aproveitando a oportunidade de aumentar participação em um *trophy asset* único com condições muito atrativas, possibilitada pelo exercício do direito de preferência na aquisição do Parque Dom Pedro a um valor 14,5% inferior ao último laudo de avaliação do ativo, elaborado em dezembro de 2025.

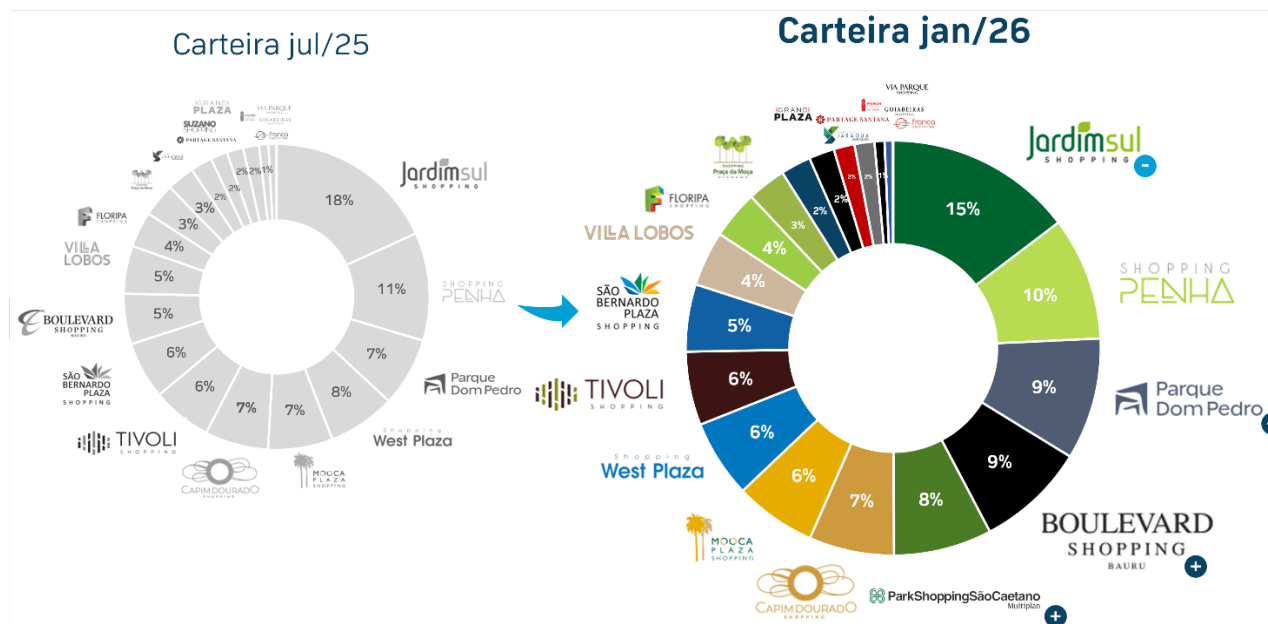
	Shopping Jardim Sul	ParkShopping São Caetano	Boulevard Shopping Bauru	Suzano Shopping	Parque D. Pedro ¹
Data	Set/25	Dez/25	Jan/26	Jan/26	Dez/25 e Jan/26
Transação	Venda	Aquisição	Aquisição	Venda	Aquisição
Participação	10%	20%	35%	15%	2,9%
Volume	R\$ 63 milhões	R\$ 237 milhões	R\$ 91 milhões	R\$ 51 milhões	R\$ 74 milhões ¹
Cap Rate	8,25%	8,65% ²	10,25%	9,10%	9,60%

Fonte: Hedge. ¹ aquisição indireta através de cotas de HPDP11 e PQDP11. ² *Cap rate* a VPL.

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

EVOLUÇÃO DO PORTFÓLIO

Com as transações, o Fundo pôde aumentar a qualificação do portfólio em condições atrativas, com expectativa de rentabilidade superior ao retorno atual apresentado pela carteira do Fundo. Ao mesmo tempo, foi mantido o foco na exposição ao estado de São Paulo, em cidades com bons indicadores demográficos, com aquisições envolvendo ativos que possuem representatividade elevada na nova carteira do HGBS.



11ª EMISSÃO DE COTAS DO HEDGE BRASIL SHOPPING FII

Em 7 de janeiro de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Hedge Brasil Shopping, comunicou via [Fato Relevante](#) que foi celebrado o Instrumento Particular de Aprovação dos Termos e Condições da Distribuição Pública Primária de Cotas da 11ª Emissão do Hedge Brasil Shopping Fundo de Investimento Imobiliário. O montante total da Oferta é inicialmente estimado em até R\$ 664.671.251,76, considerando os custos de emissão, podendo ser aumentado em até 15,68% pelo Lote Adicional. O preço de emissão é de R\$ 20,84 / cota, equivalente ao valor patrimonial de novembro de 2025 somado ao Custo Unitário de Distribuição de 2,25%.

Maiores detalhes serão divulgados a mercado em momento oportuno através dos Documentos da Oferta.

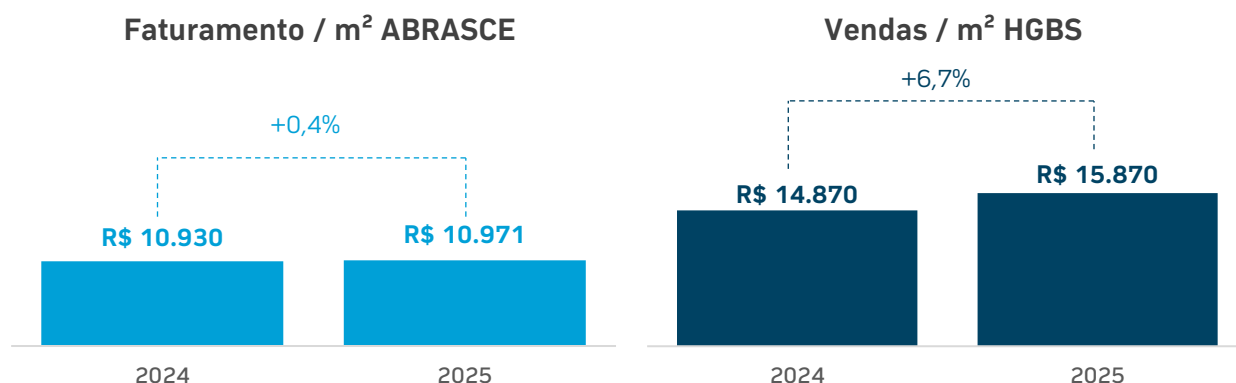
COMUNICADO AO MERCADO – PUBLICAÇÃO DOS LAUDOS DE AVALIAÇÃO

Destacamos que os laudos de avaliação dos ativos em que o Fundo detém participação direta na data base de novembro de 2025, utilizados para a marcação a valor justo do patrimônio do Fundo, foram disponibilizados na [página](#) do fundo. A divulgação do laudo visa proporcionar maior grau de informação aos investidores, reforçando o compromisso da Hedge com a transparência.

CENSO BRASILEIRO DE SHOPPING CENTERS 2025/2026 (ABRASCE)

Trazemos nesta edição o faturamento por metro quadrado do setor divulgado no Censo Brasileiro de Shopping Centers, publicação anual da Abrasce, comparado com o indicador de vendas por metro quadrado do Fundo. Para esta análise, será levado em conta o **portfólio atual do Fundo**, ou seja, como se o HGBS já detivesse a atual carteira de shoppings nos anos anteriores.

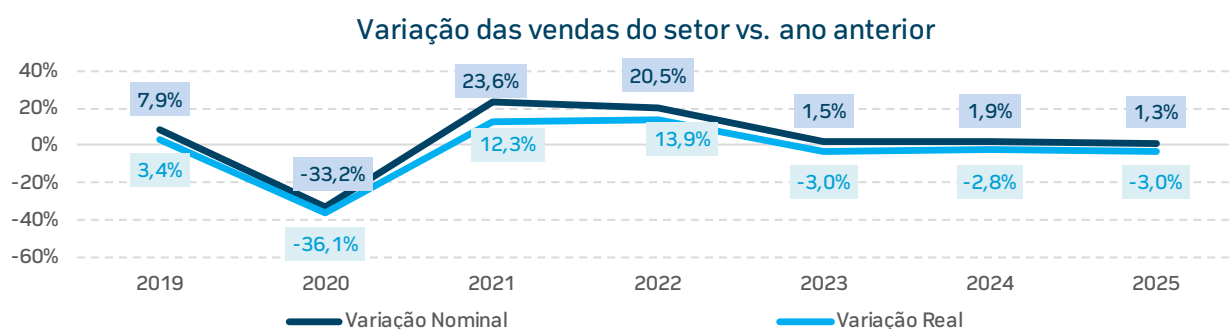
Segundo o estudo, em 2025, o setor de shopping centers no Brasil apresentou faturamento de R\$ 200,9 bilhões, um crescimento, em termos nominais, de 1,3% vs. 2024. Levando-se em conta o faturamento por m², em 2025 o setor apresentou crescimento, em termos nominais, de 0,4% quando comparado ao valor apresentado em 2024. Já as vendas por m² do HGBS apresentaram crescimento de 6,7% vs. 2024.



Fonte: Censo Abrasce 2025/2026, Hedge.

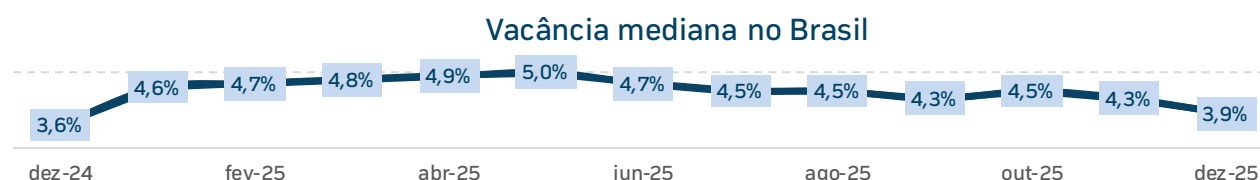
MERCADO DE SHOPPING CENTERS - MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em dezembro, o mercado de shoppings brasileiro apresentou retração de 0,8% nas vendas quando comparado ao mesmo mês de 2024, em termos nominais. Já em termos reais, ou seja, levando-se em consideração a inflação no período, houve uma retração de 4,8%. Considerando o acumulado de 2025, tivemos um crescimento nominal de vendas de 1,3% vs. o mesmo período de 2024. Abaixo, trazemos as variações do faturamento do setor comparado com os anos anteriores, em termos reais e nominais.



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

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
dez/25	3,9%	5,3%	3,3%	3,6%	2,2%
nov/25	4,3%	5,3%	3,6%	3,7%	4,4%



Fonte: Abrasce, Hedge.

INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de dezembro considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira no ano anterior. Destacamos que, as movimentações recentes no portfólio, incluindo as aquisições de 20% do ParkShopping São Caetano e 35% do Boulevard Shopping Bauru, além da venda de 15% do Suzano Shopping, somente serão refletidas nos indicadores operacionais de janeiro de 2026, ou seja, a partir do relatório gerencial de fevereiro de 2026.

VENDAS/M²: O portfólio do Fundo apresentou vendas/m² de R\$ 2.093 em dezembro, o que representa um crescimento de 2,6% vs. dezembro de 2024. Levando em consideração o ano de 2025, as vendas apresentaram crescimento de 6,7% em comparação a 2024.

VACÂNCIA: O Fundo encerrou dezembro com 4,6% da ABL vaga vs. 4,6% em novembro e 4,9% em dez/24.

NOI/M²: Em dezembro, o NOI/m² do Fundo foi de R\$ 108,4/m², um crescimento de 10,4% vs. dezembro de 2024. No ano de 2025, o indicador apresentou crescimento de 8,6% em comparação a 2024. Destacamos que a performance positiva em dezembro/25 foi puxada por receitas de estacionamento e receitas comerciais.

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

Dezembro - 2025					VENDAS (100%)			NOI (100%)		
Portfólio ¹	% da Carteira	Part.	ABL (100%)	Vacância	R\$/m ²	R\$/m ² vs. dez/24	YTD vs. 2024	R\$/m ²	R\$/m ² vs. dez/24	YTD vs. 2024
Jardim Sul	15%	80,0%	28.710	2,2%	3.412	-0,3%	4,0%	173,0	8,7%	4,5%
Penha	10%	87,6%	29.779	3,8%	2.564	2,2%	4,8%	127,9	31,4%	15,5%
Pq D. Pedro ²	8%	7,7%	126.267	0,7%	2.354	3,3%	5,0%	188,6	19,1%	9,7%
Capim Dourado	7%	60,0%	38.731	4,4%	1.844	1,3%	3,0%	100,7	11,1%	12,3%
Mooca	7%	20,0%	42.067	0,1%	4.002	5,7%	8,1%	203,2	14,0%	6,4%
West Plaza ²	6%	89,9%	35.059	8,7%	1.110	7,4%	9,6%	53,4	-3,8%	3,7%
Tivoli	6%	59,0%	25.779	0,9%	2.286	-0,3%	3,8%	104,1	-6,1%	2,4%
Bauru	6%	65,0%	34.550	2,8%	1.821	8,4%	13,5%	95,6	21,6%	14,9%
São Bernardo	5%	35,0%	42.954	3,9%	1.932	-1,0%	3,0%	107,3	2,2%	-0,7%
Villa Lobos	4%	15,0%	28.394	3,1%	4.513	4,0%	5,9%	273,0	7,4%	3,8%
Floripa ²	4%	25,7%	50.469	1,7%	1.869 ⁴	-1,4%	24,9%	105,4	28,6%	16,1%
Pr. da Moça	3%	23,1%	31.368	1,4%	2.219	-1,2%	1,5%	111,4	-3,6%	2,6%
Araraquara	2%	25,0%	21.099	4,5%	2.238	5,4%	14,4%	107,9	24,7%	21,5%
Suzano	2%	15,0%	25.055	2,2%	2.383	10,2%	7,9%	162,9	40,2%	4,4%
Santana	2%	15,0%	25.884	5,8%	2.204	1,7%	3,1%	116,6	4,4%	20,4%
IFONH	2%	18,4%	20.047	2,2%	2.449	-2,4%	9,1%	152,7	25,7%	22,4%
Via Parque ²	1%	12,4%	56.485	10,4%	592	2,7%	6,0%	-39,5	-223,6%	19,8%
Goiabeiras	0,5%	54,0%	25.831	17,3%	569	0,9%	5,9%	12,6	na	na
Franca	0,03%	0,4%	18.955	0,2%	2.883	16,9%	17,6%	187,0	41,4%	16,6%
HGBS^{1 3}	-	-	236.688	4,6%	2.093	2,6%	6,7%	108,4	10,4%	8,6%

¹ Não considera Grand Plaza visto que não temos acesso aos números.

² Participação no West Plaza via imóvel e WPLZ11, no Parque D. Pedro via HPDP11, no Floripa via FLRP11 e no Via Parque via FVPQ11.

³ Indicadores próprios, considerando a participação atual do Fundo em cada ativo.

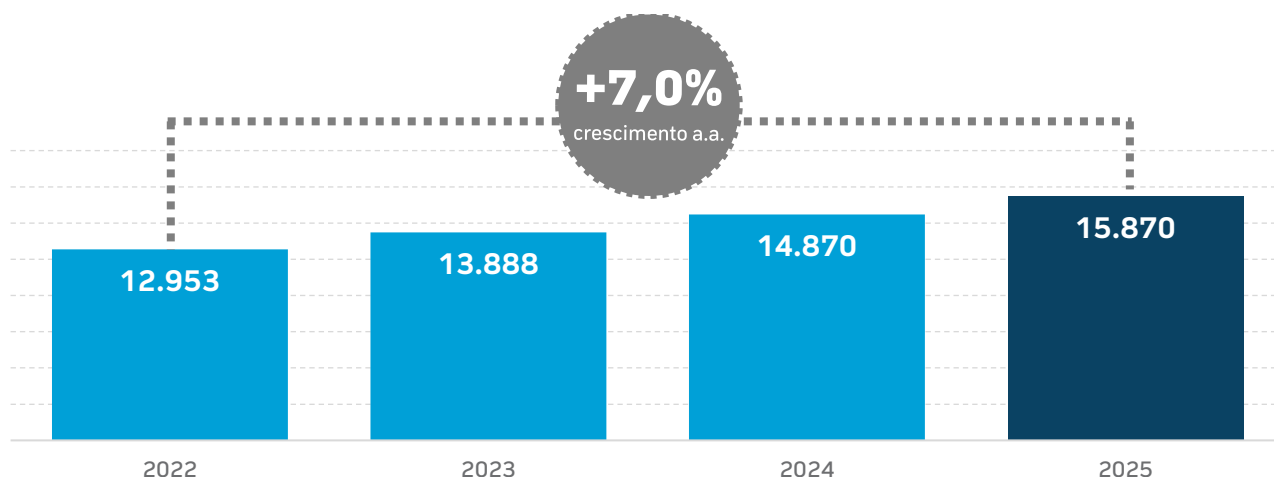
⁴ Não considera ABL de lajes corporativas.

Fonte: Hedge, Administradoras.

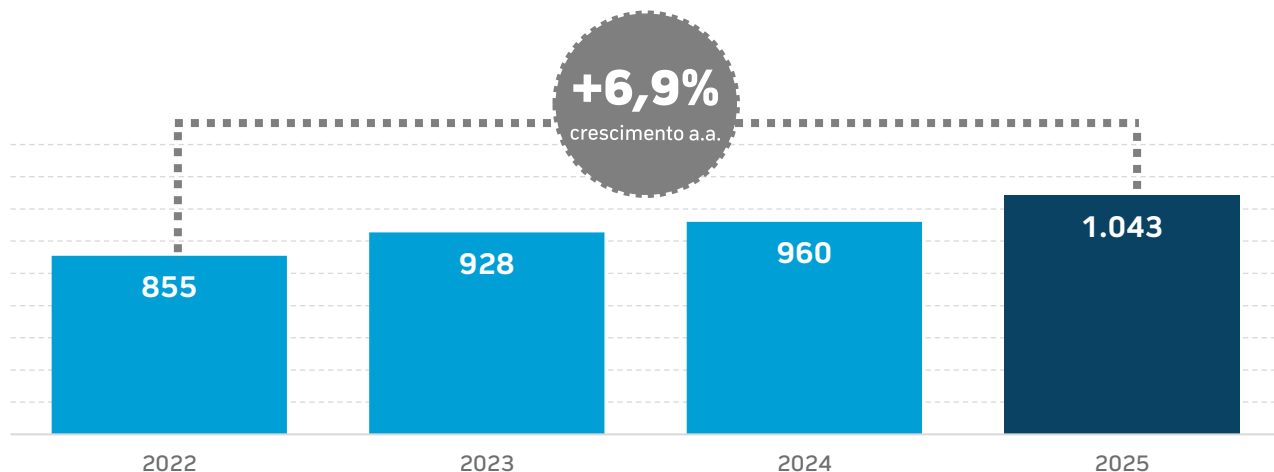
INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO

Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na [página](#) do Fundo. Trazemos abaixo o histórico desde 2022 dos indicadores operacionais considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira nos anos anteriores.

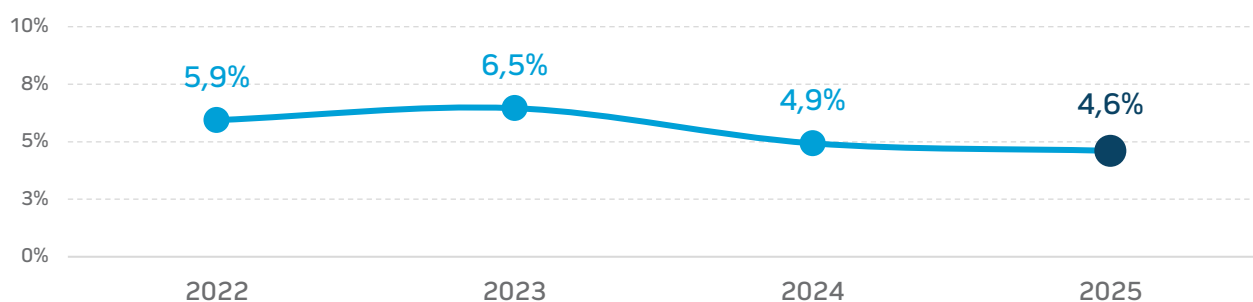
VENDAS TOTAIS / M² (R\$/m² acumulado)



EVOLUÇÃO DO NOI/M² (R\$/m² acumulado, sob regime de caixa)



VACÂNCIA (% da ABL própria vaga ao fim de cada ano)



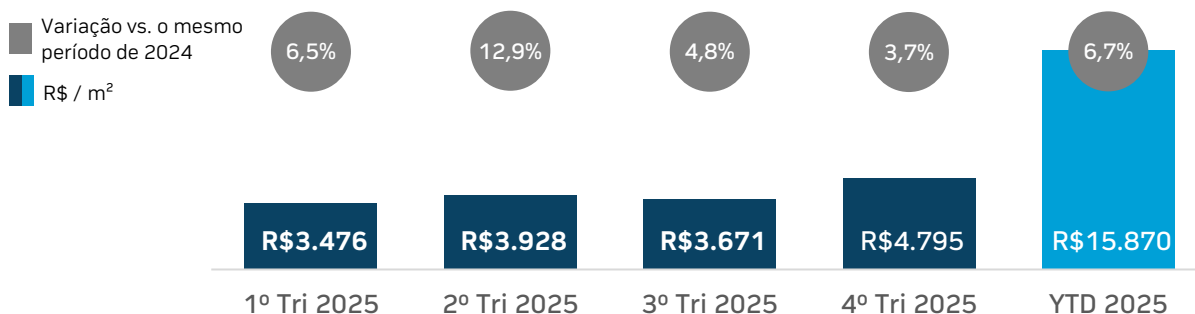
Fonte: Hedge, Administradores

INDICADORES TRIMESTRAIS

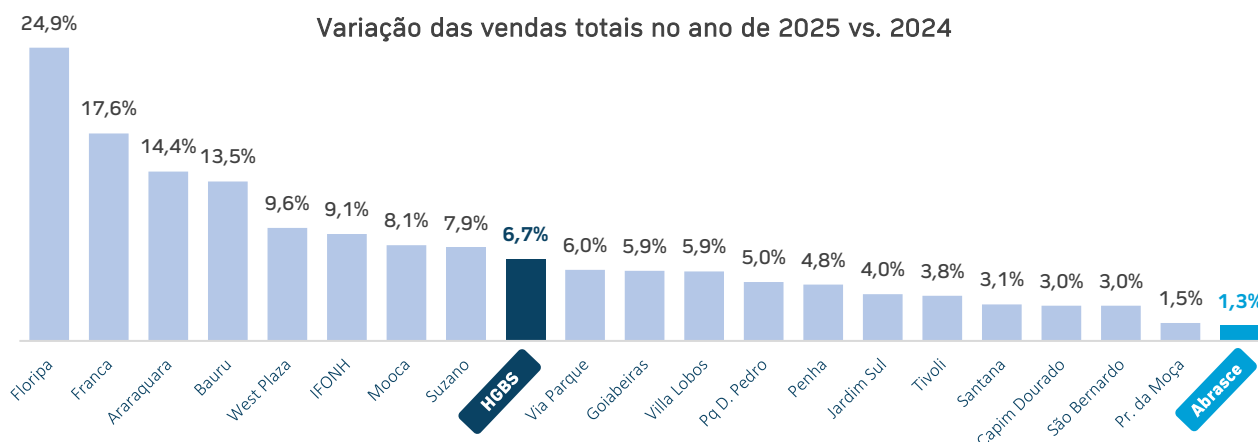
VENDAS / M²

O Fundo apresentou vendas de R\$ 4.795 / m² no 4º trimestre de 2025, o que representa um crescimento de 3,7% em relação ao 4º trimestre de 2024. É possível identificar uma desaceleração das vendas no 2º semestre de 2025, que se intensificou no 4º trimestre, impactada por uma performance mais fraca das vendas nas datas da Black Friday e Natal.

Ainda assim, temos um crescimento sólido de 6,7% no ano de 2025, em comparação a 2024. Os ativos de maior destaque no portfólio considerando o ano de 2025 são: Floripa (+25% vs 2024), Franca (+18% vs 2024), Araraquara (+14% vs YTD/24) e Bauru (+14% vs YTD/24).

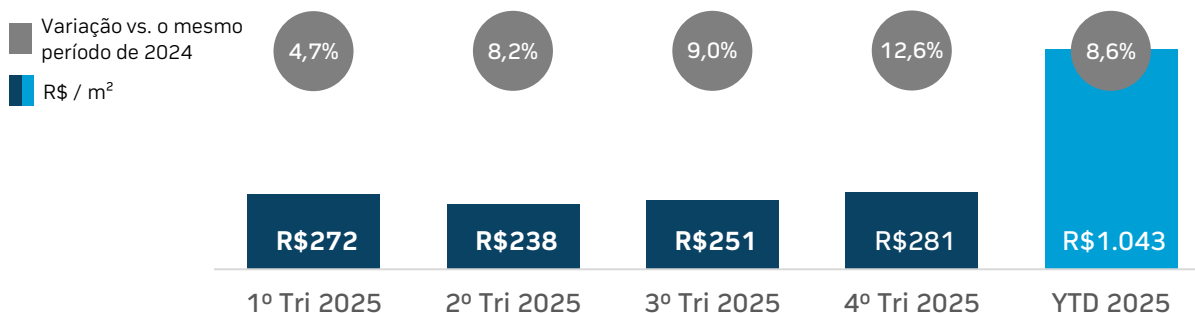


Vale destacar também que todos os ativos do portfólio apresentaram uma performance de vendas superior ao setor de shopping centers em 2025, quando comparados ao ano de 2024, conforme comparação com a performance do faturamento do setor divulgada pela Abrasce.



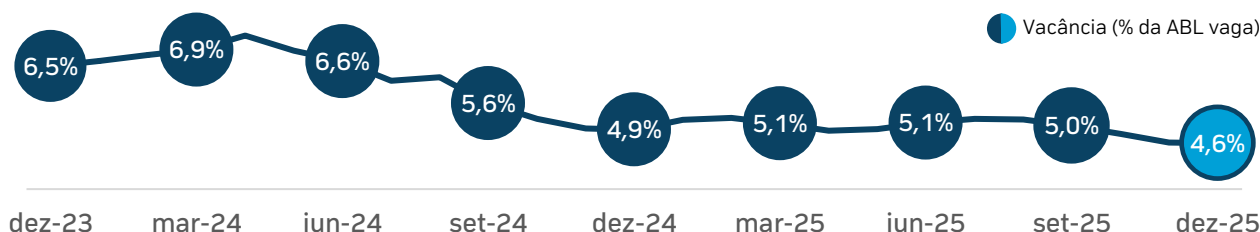
NOI / M²

O NOI/m² do Fundo ficou em R\$ 281,39 / m² no 4º trimestre de 2025, um crescimento de 12,6% em relação ao mesmo período de 2024. No 4º trimestre, tivemos o melhor desempenho do NOI no ano, impulsionado por fatores como recuperações de inadimplência, receitas comerciais e boa performance da receita de estacionamento dos shoppings.



VACÂNCIA

Ao longo de 2025 o Fundo manteve uma vacância próxima a 5,0% da ABL vaga, sem grandes flutuações ao longo dos meses, fechando o ano com 4,6%, a menor vacância do portfólio atual desde o final de 2019. Vale destacar que este nível é considerado saudável para a indústria, e em alguns ativos é até mesmo considerada como “vacância estratégica”, possibilitando que a gestão do shopping tenha ABL disponível para trazer novas operações que agreguem para a qualificação do *mix* de lojistas do shopping.

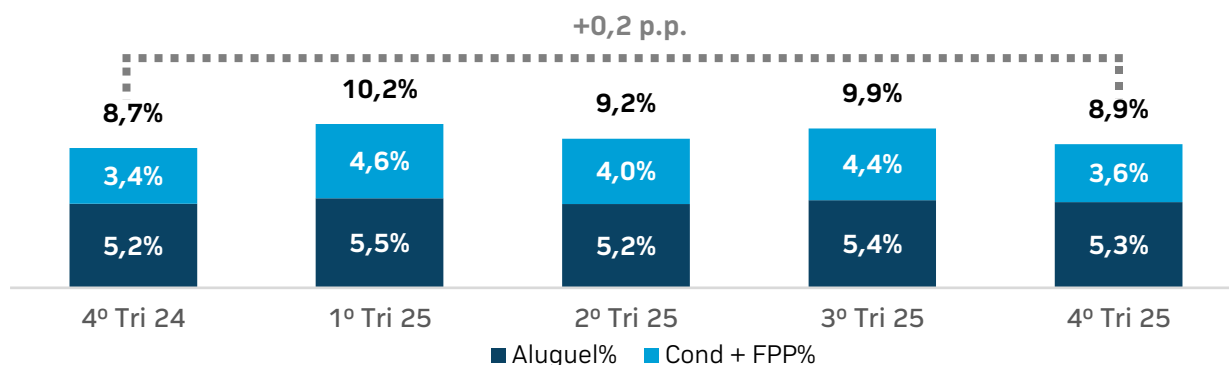


INDICADORES COMERCIAIS

CUSTO DE OCUPAÇÃO (% DAS VENDAS)

No último trimestre de 2025, o custo de ocupação médio do portfólio atingiu 8,9%, apresentando uma elevação de 0,2 pontos percentuais em comparação ao mesmo período de 2024. Esse aumento decorre do crescimento mais moderado das vendas combinado com a elevação dos custos operacionais, incluindo despesas condominiais e locatícias.

Apesar disso, o indicador mantém-se em patamar satisfatório, ficando abaixo dos níveis observados no 4º trimestre de 2021 (9,3%) e 2022 (9,4%), e equivalente ao registrado em 2023 (8,9%).



VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS)

No 4º trimestre de 2025, o portfólio do HGBS registrou SSS de +1,9% em relação ao mesmo período de 2024. O principal destaque foi o segmento de Conveniências e Serviços, impulsionado por Farmácias (+19,1%), que têm participação relevante nas vendas do grupo. Em Alimentação, mantiveram bom desempenho as categorias Café & Lanches (+5,9%) e Fast Food (+5,6%).

Em Roupas e Calçados, o crescimento foi de +0,7%, o resultado positivo veio principalmente das lojas de Esportes (+13,4%), mas foi parcialmente neutralizado pelo desempenho de Lojas de Departamento (-0,4%), que têm maior representatividade dentro do segmento. Já em Outros, a variação foi de +0,1%, em que Telefonia (+12,2%) apresentou forte avanço, porém a queda expressiva de Cinema, teatro e show (-25,9%), a maior queda do portfólio, limitou o resultado consolidado do grupo.

Entre os ativos, o destaque do trimestre foi o Franca (+12,4%), seguido por Villa Lobos (+5,2%), Bauru (+5,2%) e Mooca (+5,1%). No ano, esses quatro ativos ficaram entre os cinco maiores SSS do portfólio, atrás apenas do Floripa (+23,7%), beneficiado pelo impacto do turismo no início de 2025.

SSS por segmento (vs. mesmo período de 2024)	1º Tri 25	2º Tri 25	3º Tri 25	4º Tri 25	2025
Roupas e Calçados	10,4%	13,1%	1,5%	0,7%	5,7%
Alimentação	-3,1%	12%	5,0%	4,1%	4,5%
Conveniência & Serviços	5,3%	7,8%	6,2%	6,7%	6,6%
Artigos do Lar	10,8%	9,4%	1,8%	-0,6%	5,0%
Outros	0,4%	3,2%	-1,5%	0,1%	0,5%
HGBS	4,5%	9,8%	2,4%	1,9%	4,5%

Fonte: Hedge, Administradores

DESEMPENHO DO FUNDO

RESULTADO

Em janeiro, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,159 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,160 / cota como rendimento referente ao mês de janeiro de 2026, considerando as 129.133.010 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 13 de fevereiro de 2026, aos detentores de cotas em 30 de janeiro de 2026.

Informamos que em janeiro houve um pequeno prejuízo de R\$ 0,011 / cota com a venda da participação de 15% no Suzano Shopping, em uma transação que envolveu a aquisição de 35% do Boulevard Bauru pelo *cap rate* de 9,3% e venda do Suzano pelo *cap rate* de 8,6%. Adicionalmente, informamos que o Fundo levantou caixa com a venda de FIs líquidos, realizando um prejuízo compensado pelo lucro obtido com venda de FIs estratégicos.

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

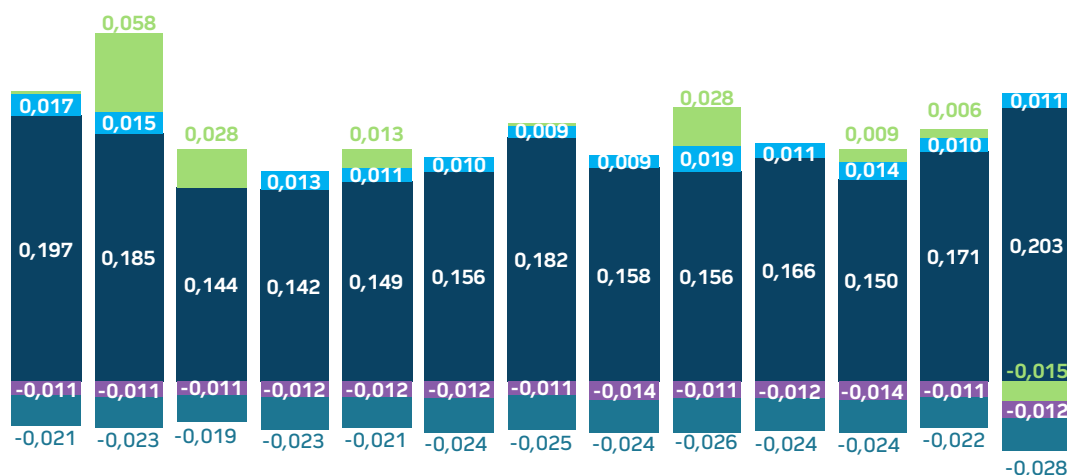
Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na [página](#) do Fundo.

HGBS 11	jan-26	R\$ / Cota
Receita Imobiliária	26.171.697	0,203
Imóveis	23.114.839	0,179
FIs Estratégicos - Rendimento	3.056.857	0,024
Outras Receitas	1.484.204	0,011
FIs Líquidos - Rendimento	672.805	0,005
CRI	186.439	0,001
LCI	62.137	0,000
Renda Fixa	562.823	0,004
Total de Despesas	(5.273.479)	(0,041)
Despesas operacionais	(1.609.104)	(0,012)
Despesas financeiras	(3.664.375)	(0,028)
Resultado Operacional	22.382.422	0,173
Lucro Operações	(1.892.139)	(0,015)
Imóveis	(1.371.923)	(0,011)
FIs Estrat. - Ganho de Capital	4.551.089	0,035
FIs Líquidos - Ganho de Capital	(4.930.245)	(0,038)
IR Ganho FIs	(141.060)	(0,001)
Resultado HGBS11	20.490.283	0,159
Rendimento HGBS11	20.661.282	0,160

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

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

■ Renda Imobiliária ■ Outras Receitas ■ Resultado de Operações ■ Despesas Operacionais ■ Despesas Financeiras



	jan-25	fev-25	mar-25	abr-25	mai-25	jun-25	jul-25	ago-25	set-25	out-25	nov-25	dez-25	jan-26	Média 12m
Resultado Total	0,181	0,224	0,143	0,120	0,140	0,130	0,155	0,130	0,166	0,141	0,136	0,153	0,159	0,150
Rendimento	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,160	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,160	0,155
Resultado Acumulado	0,067	0,131	0,114	0,074	0,054	0,024	0,030	0,010	0,026	0,017	0,003	0,006	0,005	-

PROJEÇÃO DE RESULTADOS

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

Neste sentido, informamos que estamos em tratativas avançadas para alienação de ativos do portfólio, o que poderá aumentar a base de resultado a ser distribuído. Por esta razão, o novo *guidance* de rendimentos será divulgado em momento oportuno.

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.

Fonte: Hedge

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\$ 20,00**.

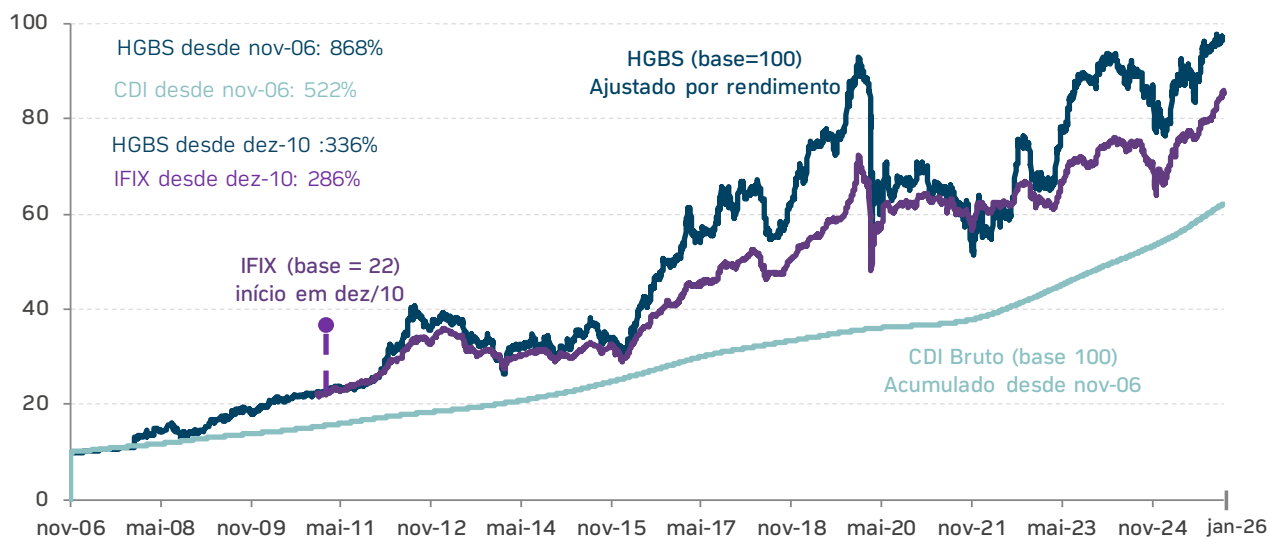
Hedge Brasil Shopping FII	jan/26	12 meses	Início
Cota Aquisição (R\$)	20,00	17,70	10,00
Renda Acumulada	0,8%	10,5%	281,9%
Ganho de Capital Líquido	0,0%	10,4%	80,0%
TIR Líq. (Renda + Venda)	0,8%	22,2%	1431,5%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	9,4%	22,2%	15,3%
% CDI Líquido	76,2%	181,7%	322,5%
Retorno Total Bruto	0,8%	23,5%	381,9%
IFIX	2,3%	27,8%	258,9%¹
% IFIX	33,0%	84,4%	117,4%²

¹ Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

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

RENTABILIDADE ACUMULADA

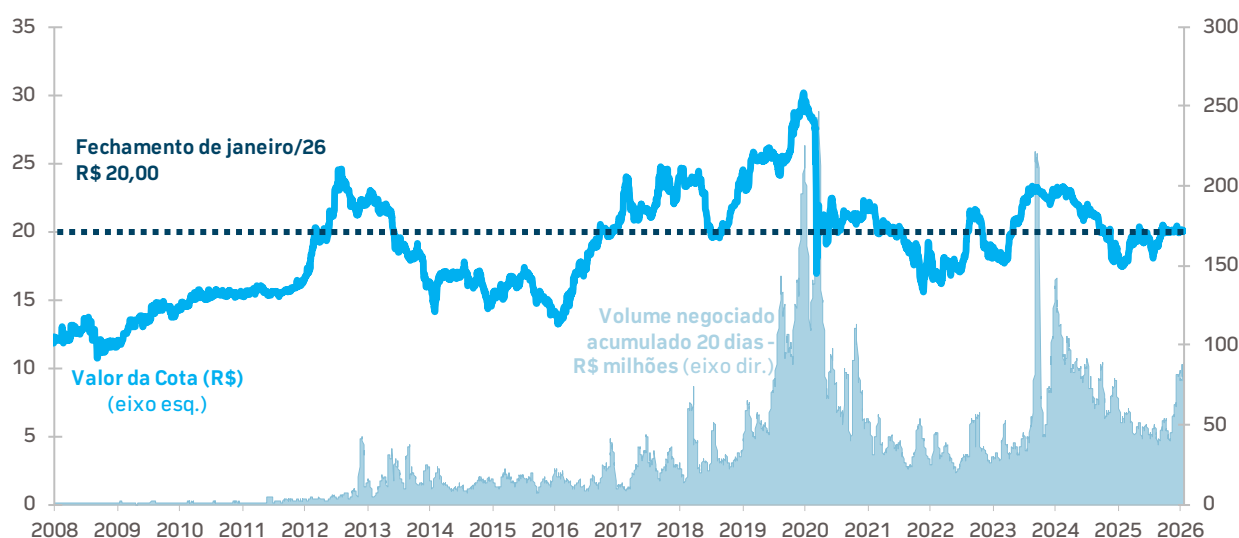
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Econômica

LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	jan/26	12 meses
Presença em pregões	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	3,6%	26,9%
Volume negociado (R\$ milhões)	91,8	674,0
Volume médio diário (R\$ milhões)	4,4	2,7

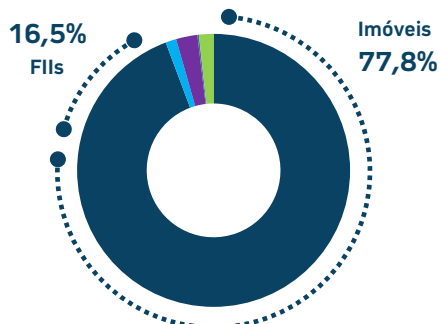


Fonte: Hedge / B3 / Econômica

CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

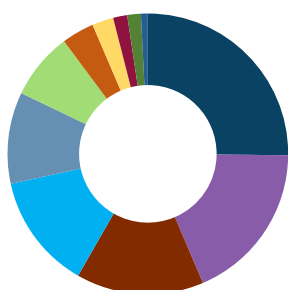
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 20 shopping centers, distribuídos em quinze cidades e seis estados, sendo 15 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 94,3% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 7 shoppings, que totalizam 52% do valor investido em ativos estratégicos.

DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	94,3%	FII's Líquidos	1,3%
CRIs e LCIs	2,7%	Fundos RF	1,7%

DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



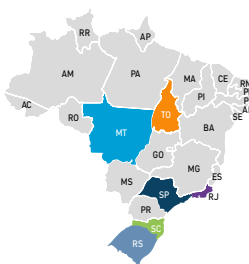
ALLOS	25%
AD Shopping	18%
Ancar Ivanhoe	15%
Soul Malls	13%
WE9	11%
Multiplan	8%
Plena Malls	4%
SYN	2%
Partage	2%
Iguatemi	2%
Alqia	1%

DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

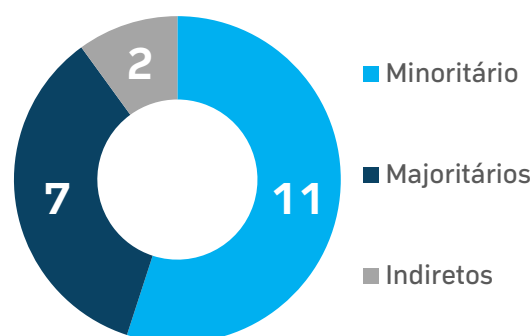


DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

São Paulo	87%
Tocantins	7%
Santa Catarina	4%
Rio Grande do Sul	2%
Rio de Janeiro	1%
Mato Grosso	1%



QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



Fonte: Hedge

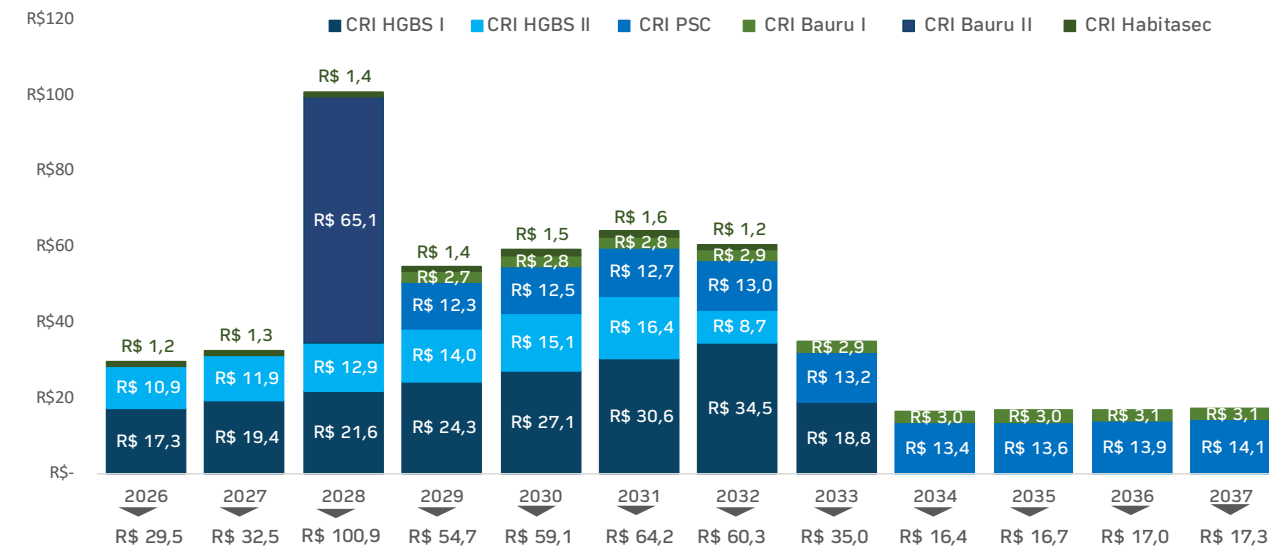


ALAVANCAGEM DO FUNDO

Em junho de 2023, foi emitido um CRI para a primeira aquisição de participação no Shopping Jardim Sul (40%), identificado abaixo como “CRI HGBS I”, enquanto em dezembro de 2024 o Fundo adquiriu 25% do Shopping Jaraguá Araraquara com recursos levantados via CRI, identificado abaixo como “CRI HGBS II”, e pela assunção de dívida já existente, identificada abaixo como “CRI Habitasec”. Em dezembro de 2025 foram levantados recursos via CRI para a aquisição de 20% do ParkShopping São Caetano, identificado abaixo como “CRI PSC”. As características e fluxo de pagamentos estão apresentados abaixo. Em janeiro de 2026 foram levantados recursos via CRI para a aquisição de 35% do Boulevard Shopping Bauru, identificado abaixo como “CRI Bauru I” e “CRI Bauru II”. As características e fluxo de pagamentos estão apresentados abaixo.

Relação Dívida / PL	15,9%						
Identificação	CRI HGBS I	CRI HGBS I	CRI HGBS II	CRI PSC	CRI Bauru I	CRI Bauru II	CRI Habitasec
Séries	174ª e 196ª da TrueSec	197ª e 198ª da TrueSec	242ª da Virgo	135ª da Província	138ª da Província	138ª da Província	205ª e 348ª da Habitasec
Código IF	23F2356215 23F2354249	23F2356518 23F2356527	24L1967186	25L3091365	25L3673856	25L3678075	20J0030144 20J0947707
Saldo devedor (R\$ milhões)	R\$ 98,5	R\$ 103,8	R\$ 93,8	R\$ 120,0	R\$ 26,6	R\$ 65,6	R\$ 10,0
Garantia	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 50% do Jardim Sul	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 50% do Jardim Sul	AF de 20% do Mooca Plaza Shopping	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 65% do Bauru	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 35% do Bauru	Cotas de FIIs detidas pelo HGBS e AF de 35% do Bauru	Não há (por parte do HGBS)
Rating	AA.br (Moody's)	AA.br (Moody's)	brA+ (Austin)	-	-	-	-
Taxa de emissão	IPCA + 8,0% a.a.	CDI + 2,4% a.a.	IPCA + 8,6% a.a.	CDI + 1,75% a.a.	CDI + 1,75% a.a.	CDI + 1,6% a.a.	IPCA + 5,38% a.a.
Data de emissão	06/2023	06/2023	12/2024	12/2025	12/2025	12/2025	12/2024
Vencimento	06/2033	06/2033	06/2032	12/2037	12/2037	12/2028	09/2032

FLUXO DE AMORTIZAÇÃO POR VENCIMENTO (R\$ milhões)



Fonte: Hedge, True Securitizadora

SHOPPING JARDIM SUL (15% 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.

Destacamos uma movimentação comercial estratégica realizada para viabilizar duas mudanças relevantes no mix de lojistas do Jardim Sul: i) a entrada do CEMA Medicina Especializada, referência em oftalmologia e otorrinolaringologia e uma das operações de saúde que mais crescem no mercado; ii) a ampliação da área do Espaço Curumim Kids, que também terá seu escopo de atuação expandido.

Essa movimentação atende a um desejo antigo da gestão e preenche duas lacunas importantes no mix do shopping: a ausência de uma operação de saúde com atendimento clínico e a falta de uma oferta completa de lazer e recreação infantil. Além de qualificar o mix, a iniciativa reforça a ancoragem de serviços do shopping e aumenta a rentabilidade do shopping.

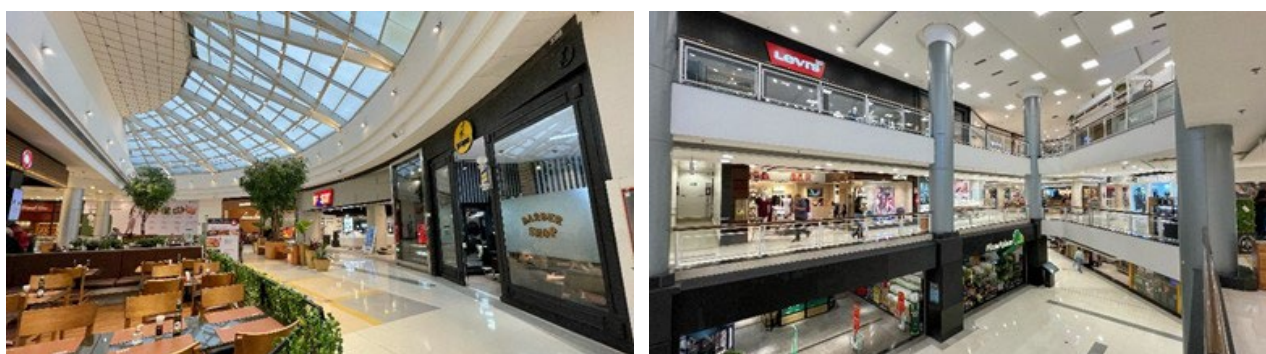
Movimentações comerciais: entradas da São Paulo Store (60 m²) e Mr Cheney (26 m²), saídas da Chiquinho Sorvetes (31 m²) e Via Laser (28 m²).

PARTICIPAÇÃO 80,0%	ABL TOTAL 28,7 mil m ²	OPERAÇÕES 171	INAUGURAÇÃO 1990	OPERADOR Ancar + Hedge
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	---------------------------

Principais Operações: Renner, C&A, CEMA Medicina Especializada (a inaugurar), Centauro, Fast Shop, Pão de Açúcar, Outback, Almanara, Madero, América e UCI Cinemas.

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

www.shoppingjardimsul.com.br



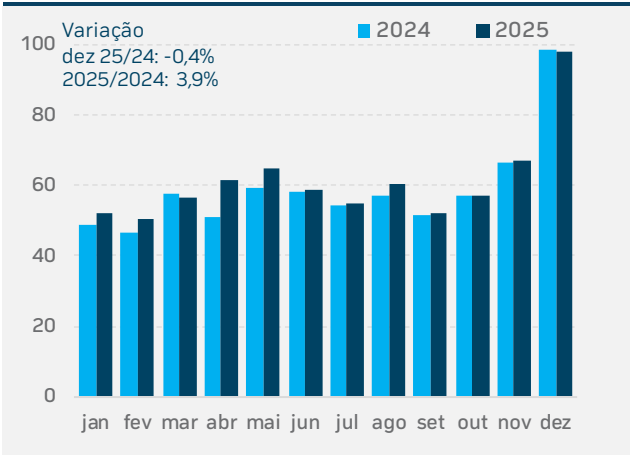
Fotos: Maurício Moreno.



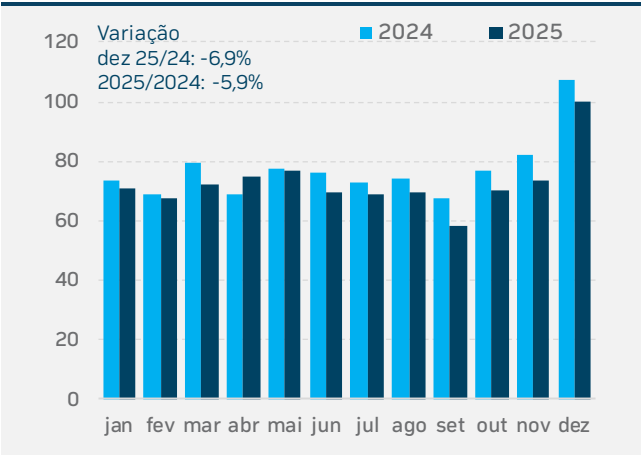
SHOPPING JARDIM SUL (15% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.874.343	2.839.186	1%	33.725.793	33.448.763	1%
Aluguel complementar	333.446	321.061	4%	2.836.814	2.431.106	17%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.035.204	724.267	43%	7.444.631	6.867.342	8%
Outras receitas	102.085	73.419	39%	759.284	1.029.432	-26%
Receitas totais	4.345.078	3.957.933	10%	44.766.521	43.776.644	2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(49.385)	(45.290)	9%	(759.217)	(1.064.319)	-29%
Outras despesas	(545.728)	(509.189)	7%	(6.055.975)	(5.915.303)	2%
Despesas totais	(595.112)	(554.479)	7%	(6.815.192)	(6.979.622)	-2%
Resultado sem estacionamento	3.749.966	3.403.454	10%	37.951.330	36.797.022	3%
Resultado estacionamento	1.216.206	1.170.504	4%	13.139.601	12.139.545	8%
Resultado operacional (NOI)	4.966.172	4.573.957	9%	51.090.931	48.936.566	4%
Benfeitorias	(392.840)	(4.093)	9498%	(859.797)	(1.094.650)	-21%
Resultado não operacional	(5.327)	8.871	-	(335.431)	911.356	-
Fluxo de caixa total	4.568.005	4.578.735	0%	49.895.702	48.753.272	2%

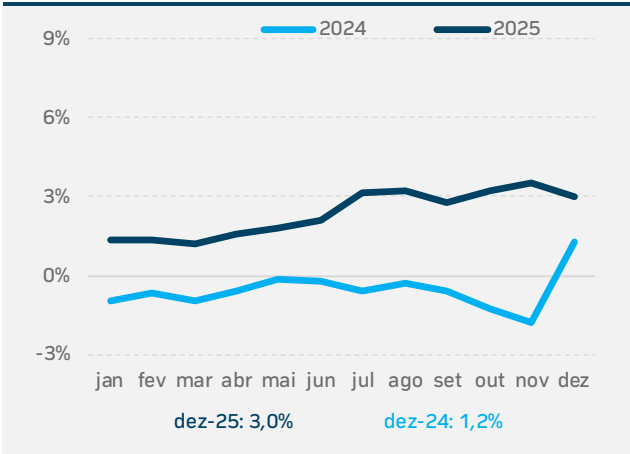
VENDAS (R\$ MM)



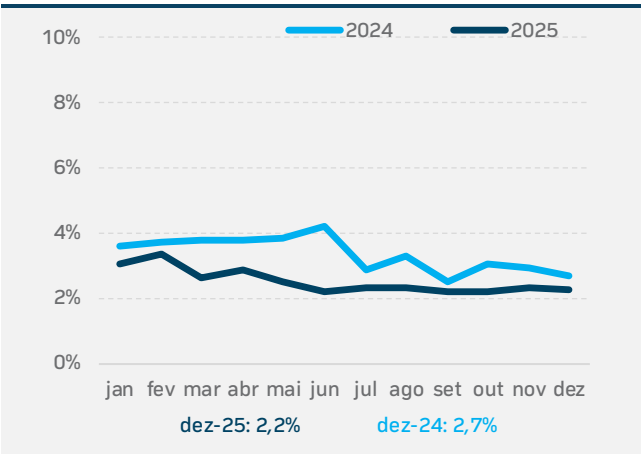
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PENHA (10% DA CARTEIRA)

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

Movimentações comerciais: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO 87,6%	ABL TOTAL 29,8 mil m ²	OPERAÇÕES 167	INAUGURAÇÃO 1992	OPERADOR AD Shopping
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------------

Principais Operações: Renner, C&A, Vivara, Life by Vivara, Centauro, Kalunga, Outback, Moviecom, Sonda, Dafyne Presentes e Smart Fit.

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

www.shoppingpenha.com.br

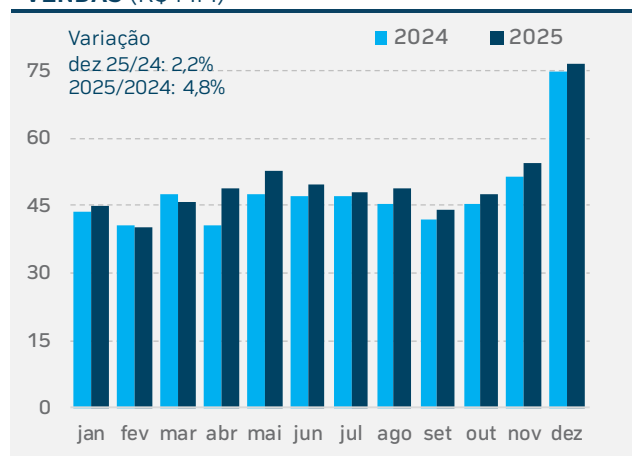


Fotos: Maurício Moreno

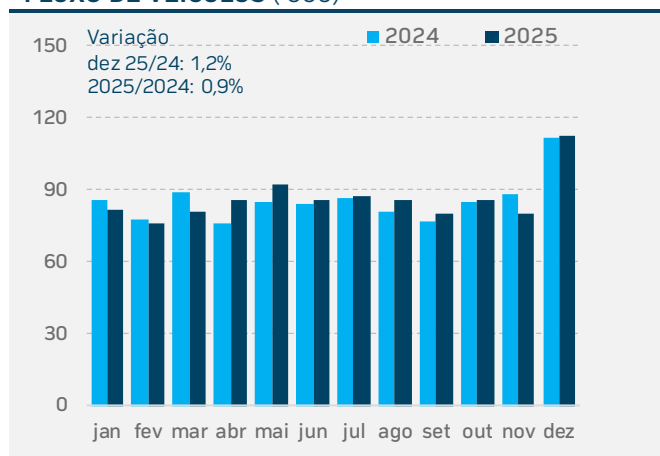
SHOPPING PENHA (10% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.028.294	2.044.643	-1%	25.732.694	23.649.278	9%
Aluguel complementar	219.332	208.859	5%	2.170.068	2.393.817	-9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	669.728	657.874	2%	6.094.514	6.153.491	-1%
Outras receitas	1.028.885	12.589	8073%	3.325.775	390.248	752%
Receitas totais	3.946.238	2.923.966	35%	37.323.051	32.586.834	15%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(315.391)	(255.164)	24%	(3.420.129)	(3.425.423)	0%
Outras despesas	(401.377)	(262.739)	53%	(3.177.930)	(3.202.256)	-1%
Despesas totais	(716.769)	(517.903)	38%	(6.598.059)	(6.627.679)	0%
Resultado sem estacionamento	3.229.469	2.406.063	34%	30.724.992	25.959.155	18%
Resultado estacionamento	579.914	492.834	18%	6.386.549	6.163.814	4%
Resultado operacional (NOI)	3.809.383	2.898.898	31%	37.111.542	32.122.969	16%
Benfeitorias	(225.716)	(1.399.848)	-84%	(6.932.625)	(6.344.391)	9%
Resultado não operacional	-	(2.200)	-	(22.000)	(318.666)	-93%
Fluxo de caixa total	3.583.667	1.496.850	139%	30.156.917	25.459.912	18%

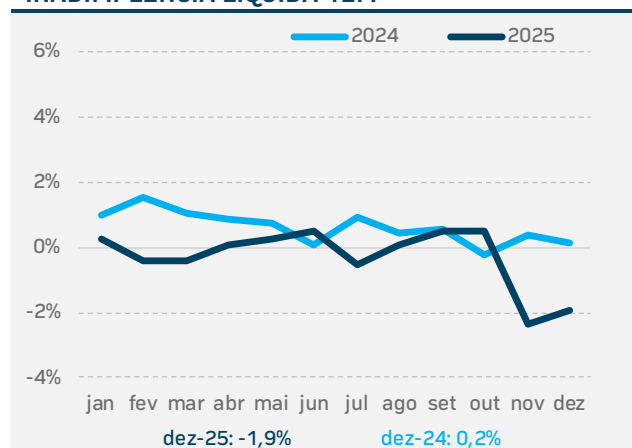
VENDAS (R\$ MM)



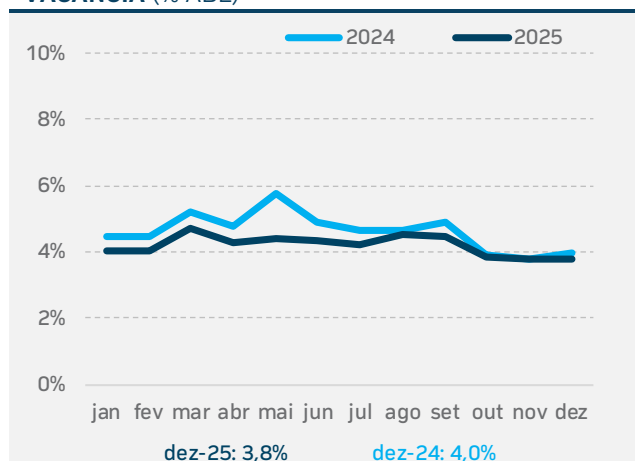
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Localizado em Palmas, no estado do Tocantins, o Capim Dourado é o maior centro de compras da cidade, a capital com o segundo maior crescimento populacional entre 2010 e 2022, conforme medido pelo IBGE. Adicionalmente, o estado do Tocantins vem se destacando nos últimos anos como uma nova fronteira agrícola do país.

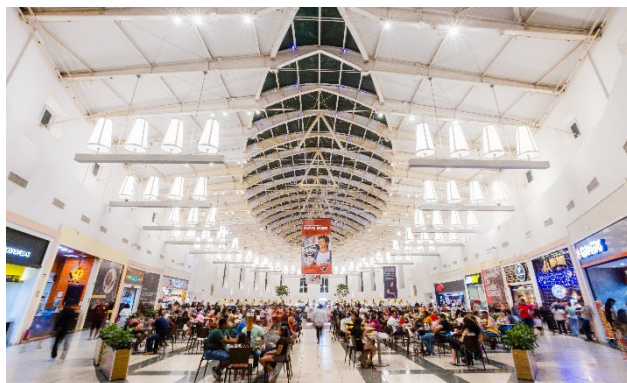
Movimentações comerciais: saída da Uza Shoes (58 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
60,0%	38,8 mil m ²	153	2010	Soul Malls

Principais Operações: Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, Hering Megastore, Madero, MoroFit, Cinemark, Super Big, ZigZag Play e Wow Park.

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

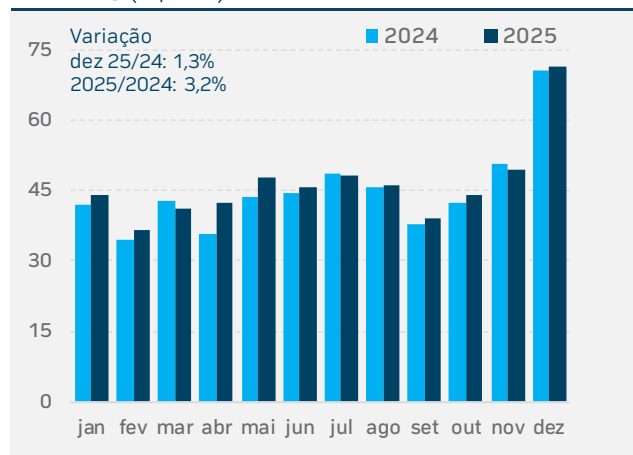
capimdouradosc.com.br



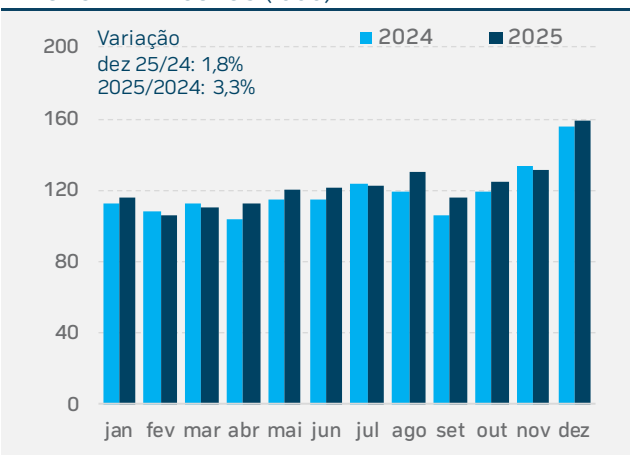
CAPIM DOURADO SHOPPING (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.796.383	1.568.338	15%	19.710.143	17.948.035	10%
Aluguel complementar	611.786	785.815	-22%	6.158.377	6.058.738	2%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	920.469	682.664	35%	7.000.834	5.965.535	17%
Outras receitas	109.848	75.509	45%	891.526	943.426	-6%
Receitas totais	3.438.485	3.112.326	10%	33.760.880	30.915.734	9%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(48.895)	(47.716)	2%	(605.323)	(507.814)	19%
Outras despesas	(237.838)	(258.329)	-8%	(3.120.584)	(3.490.016)	-11%
Despesas totais	(286.733)	(306.045)	-6%	(3.725.906)	(3.997.830)	-7%
Resultado sem estacionamento	3.151.753	2.806.281	12%	30.034.974	26.917.904	12%
Resultado estacionamento	749.043	705.223	6%	6.693.385	5.729.297	17%
Resultado operacional (NOI)	3.900.796	3.511.504	11%	36.728.360	32.647.201	13%
Benfeitorias	-	(107.955)	-100%	(1.050.715)	(148.195)	609%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	3.900.796	3.403.549	15%	35.677.645	32.499.006	10%

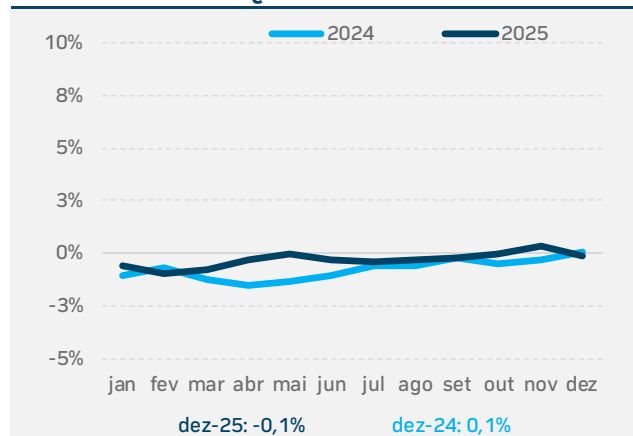
VENDAS (R\$ MM)



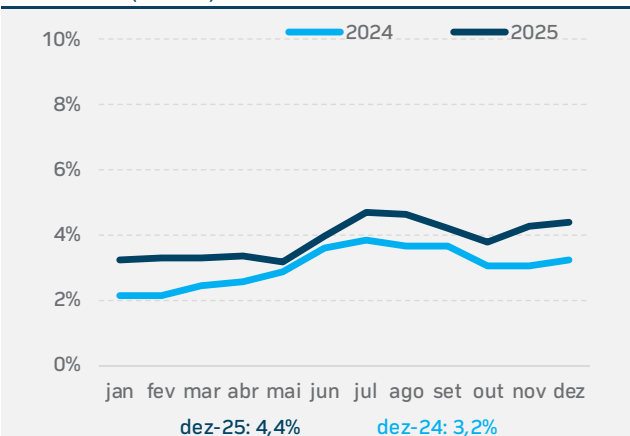
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VCÂNCIA (% ABL)



MOOCA PLAZA SHOPPING (6% 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 do restaurante Don e Lia (326 m²).

PARTICIPAÇÃO 20,0%	ABL TOTAL 42,1 mil m ²	OPERAÇÕES 220	INAUGURAÇÃO 2011	OPERADOR ALLOS
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------

Principais Operações: Camarada Camarão, C&A, Centauro, Cinemark, Companhia Atlética, Hocca Bar, Kalunga, Lacoste, Le Lis Blanc, Madero, Nagairô Sushi, Outback, Pecorino, Petz, PEP da Polícia Federal, Riachuelo, Renner, Sephora, Vivara, Zara.

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

www.moocaplaza.com.br

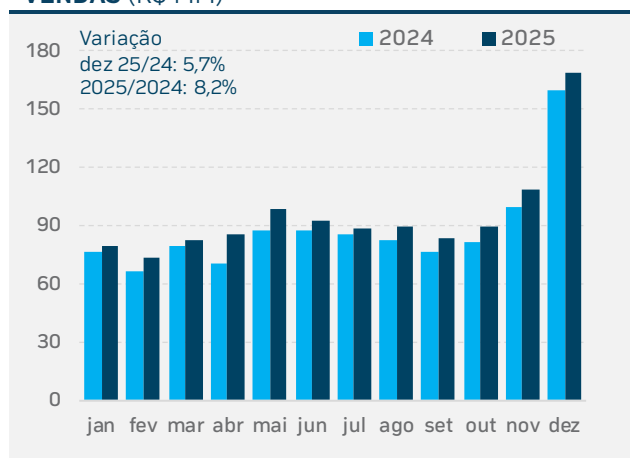


Fotos: Maurício Moreno.

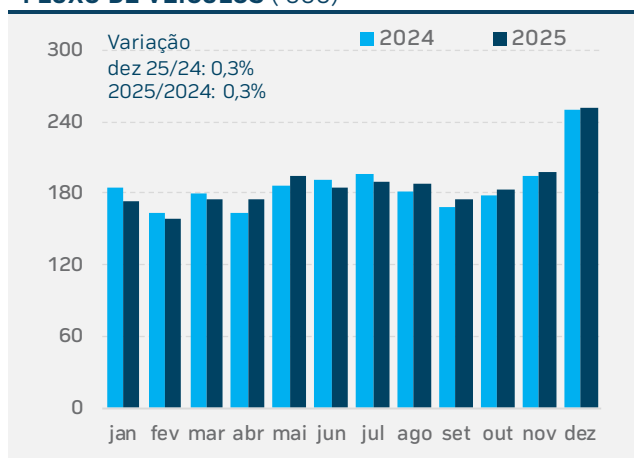
MOOCA PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	5.140.963	4.857.448	6%	60.652.028	58.274.555	4%
Aluguel complementar	710.997	736.301	-3%	6.052.658	5.655.825	7%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.654.847	1.263.314	31%	12.604.081	10.992.723	15%
Outras receitas	763.566	316.710	141%	3.792.740	3.228.111	17%
Receitas totais	8.270.372	7.173.773	15%	83.101.507	78.151.213	6%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(314.251)	(56.662)	455%	(1.153.877)	(1.122.636)	3%
Outras despesas	(1.777.151)	(1.508.847)	18%	(19.275.197)	(17.636.191)	9%
Despesas totais	(2.091.402)	(1.565.509)	34%	(20.429.075)	(18.758.828)	9%
Resultado sem estacionamento	6.178.971	5.608.265	10%	62.672.432	59.392.385	6%
Resultado estacionamento	2.367.387	1.887.945	25%	23.967.903	21.939.996	9%
Resultado operacional (NOI)	8.546.357	7.496.210	14%	86.640.335	81.332.381	7%
Benfeitorias	(2.031.544)	(442.383)	359%	(14.234.790)	(4.824.822)	195%
Resultado não operacional	97.312	(79.868)	-	208.684	46.379	350%
Fluxo de caixa total	6.612.125	6.973.958	-5%	72.614.229	76.553.938	-5%

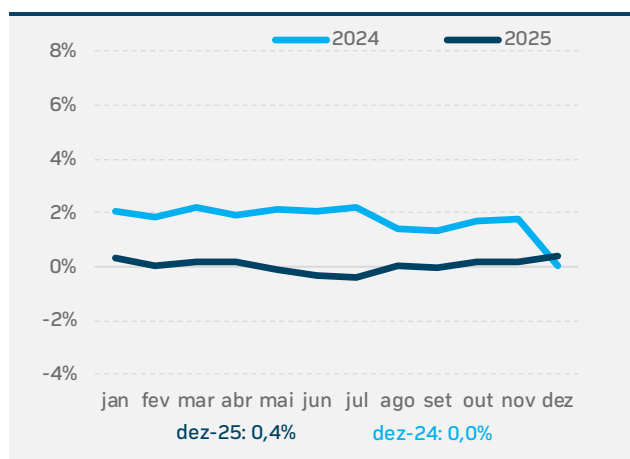
VENDAS (R\$ MM)



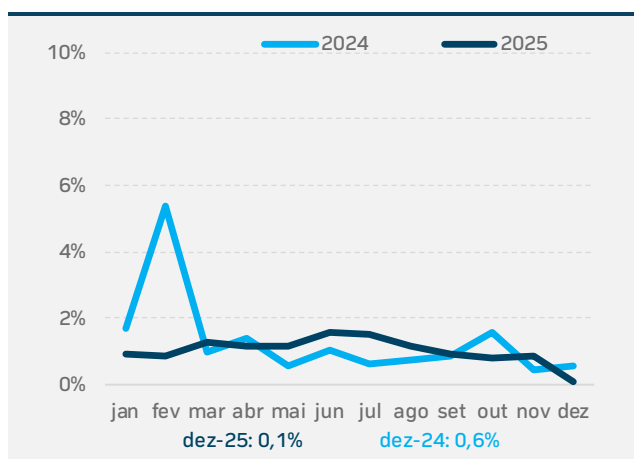
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING WEST PLAZA (6% da carteira – 5% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

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

O *retrofit* da praça de alimentação foi finalizado no primeiro semestre de 2025. O projeto trouxe como principal novidade a abertura de uma grande janela que traz iluminação natural para o ambiente e uma ampla vista da região onde o Shopping está inserido. Esta área contempla um mobiliário mais descontraído e confortável, bem como o novo acesso do cinema e 200 novos assentos.

Além de diversas outras melhorias que estão sendo realizadas no empreendimento, como troca de escadas rolantes, *retrofit* de elevadores, o próximo projeto está relacionado à fachada e a área externa do empreendimento, área arborizada ao ar livre de domínio público que engloba o shopping.

Adicionalmente, destacamos que foi iniciada a operação do [Mané Mercado São Paulo](#) com um evento de abertura para convidados, influenciadores, jornalistas e operadores, atingindo um engajamento de mais de 105 mil visualizações nas redes sociais em menos de 24 horas. Conforme [divulgado](#), a unidade paulista nasce com a expectativa de atrair aproximadamente 1 milhão de visitantes por ano e com a meta de faturar cerca de R\$ 60 milhões no primeiro ano de operação.

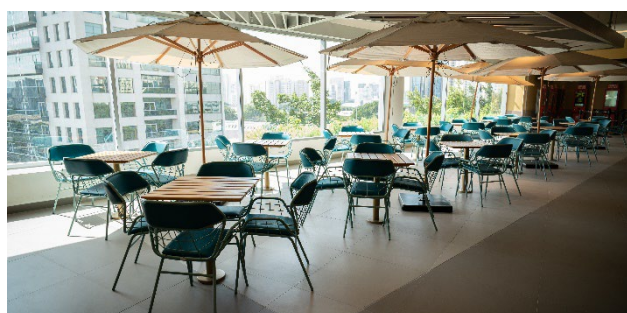
Movimentações comerciais: saída da Now Nutrição Esportiva (35 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
89,1%	35,0 mil m²	165	1991	Soul Malls

Principais Operações: Dafyne, Daiso, Renner, Magazine Luiza, Bio Ritmo, Madero, Mané Mercado, Outback, Pecorino, Nagairô, Calle54, Jeronimo, Mega Cacau Show, Johny Rockets, Dickey's, Cinemark, Game Station, Villa Bowling e Cema Medicina Especializada.

Endereço: Av. Francisco Matarazzo – São Paulo, SP

westplaza.com.br

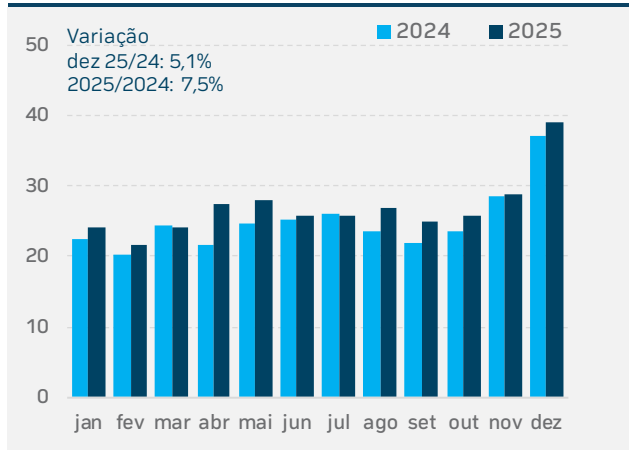


Fotos: Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).

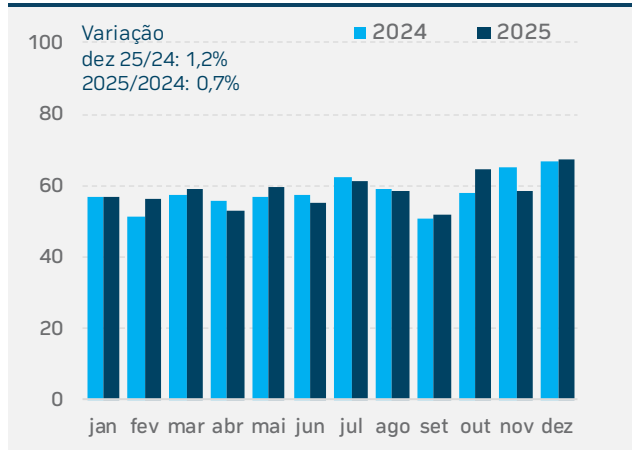
SHOPPING WEST PLAZA (6% da carteira – 5% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.456.940	1.300.715	12%	17.482.472	15.829.873	10%
Aluguel complementar	168.460	186.960	-10%	1.895.659	2.156.240	-12%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	302.400	416.146	-27%	3.324.852	3.425.662	-3%
Outras receitas	21.627	26.532	-	131.785	765.986	-83%
Receitas totais	1.949.427	1.930.353	1%	22.834.766	22.177.760	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(530.880)	(553.975)	-4%	(9.393.545)	(8.392.164)	12%
Outras despesas	(385.392)	(237.007)	63%	(4.595.967)	(3.955.220)	16%
Despesas totais	(916.272)	(790.982)	16%	(13.989.512)	(12.347.384)	13%
Resultado sem estacionamento	1.033.155	1.139.371	-9%	8.845.254	9.830.376	-10%
Resultado estacionamento	838.444	847.287	-1%	8.382.870	7.119.154	18%
Resultado operacional (NOI)	1.871.599	1.986.659	-6%	17.228.124	16.949.530	2%
Benfeitorias	(2.031.740)	(2.100.334)	-3%	(21.842.668)	(10.434.561)	109%
Resultado não operacional	-	-	-	-	(82.580)	-100%
Fluxo de caixa total	(160.141)	(113.675)	41%	(4.614.544)	6.432.389	-

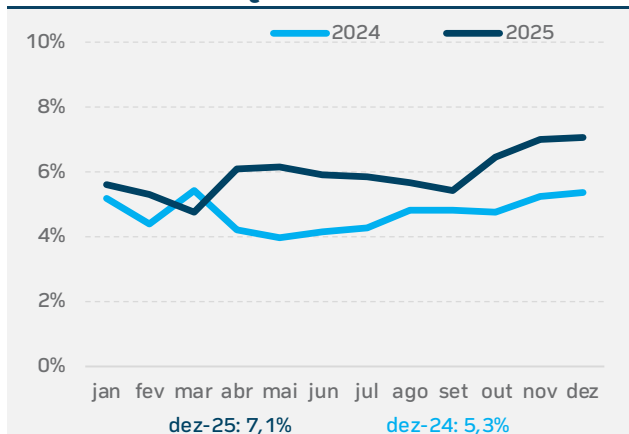
VENDAS (R\$ MM)



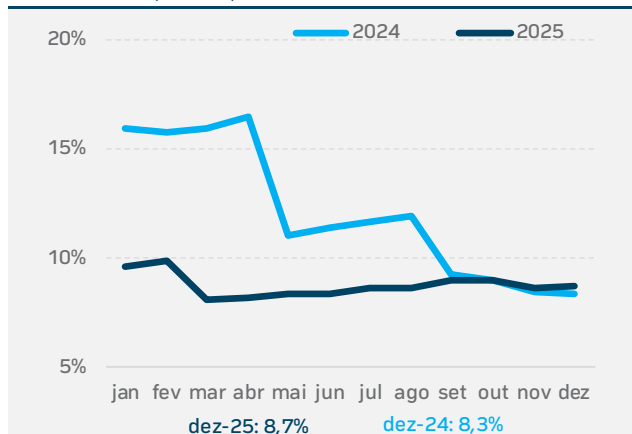
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

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

Movimentações comerciais: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
59,0%	25,8 mil m ²	145	1998	AD Shopping

Principais Operações: Renner, C&A, Vivara, Life by Vivara, Magazine Luiza, Centauro, Riachuelo, Moviecom, Pernambucanas, Cobasi, Coco Bambu e Outback.

Endereço: Av. Santa Bárbara, 777 – Santa Bárbara d'Oeste, SP

www.tivolishopping.com.br



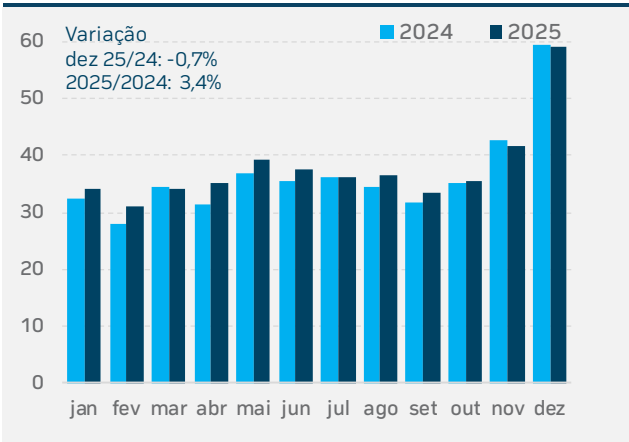
Fotos: Maurício Moreno



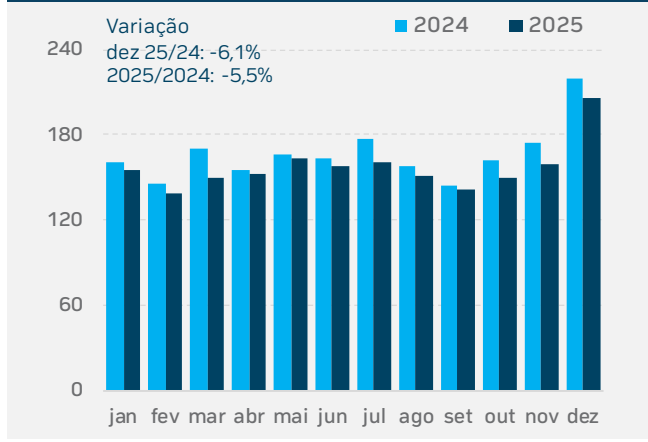
TIVOLI SHOPPING CENTER (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.698.076	1.807.952	-6%	20.047.151	19.407.957	3%
Aluguel complementar	205.488	229.709	-11%	2.304.578	2.410.323	-4%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	405.405	351.288	15%	3.327.238	3.002.213	11%
Outras receitas	41.091	91.395	-55%	730.171	1.150.735	-37%
Receitas totais	2.350.059	2.480.344	-5%	26.409.138	25.971.228	2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(39.555)	(54.192)	-27%	(581.632)	(625.847)	-7%
Outras despesas	(289.881)	(228.082)	27%	(2.949.715)	(2.352.044)	25%
Despesas totais	(329.436)	(282.273)	17%	(3.531.348)	(2.977.891)	19%
Resultado sem estacionamento	2.020.623	2.198.071	-8%	22.877.791	22.993.337	-1%
Resultado estacionamento	663.679	671.399	-1%	7.773.667	7.071.118	10%
Resultado operacional (NOI)	2.684.302	2.869.470	-6%	30.651.458	30.064.455	2%
Benfeitorias	(397.425)	(216.661)	83%	(2.043.774)	(3.347.690)	-39%
Resultado não operacional	-	-	-	-	(160.551)	-100%
Fluxo de caixa total	2.286.877	2.652.809	-14%	28.607.684	26.556.214	8%

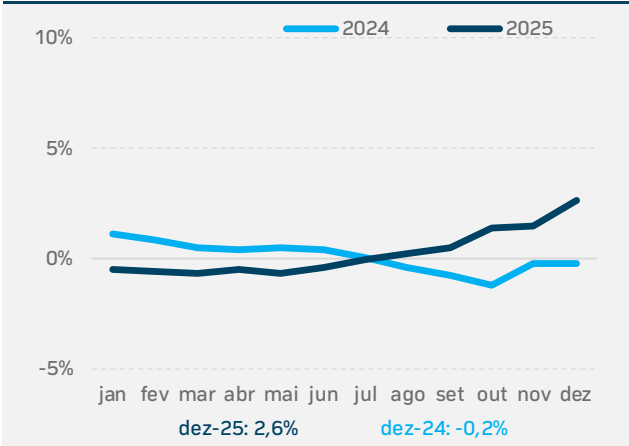
VENDAS (R\$ MM)



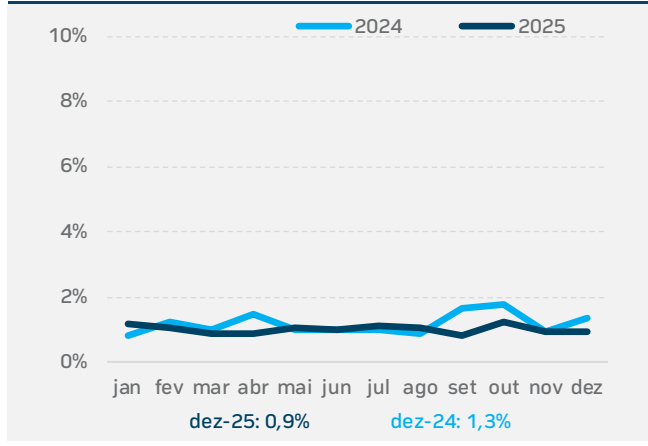
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



BOULEVARD SHOPPING BAURU (9% DA CARTEIRA)

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

Destacamos que a aquisição de 35% do Boulevard Shopping Bauru será refletida nos indicadores operacionais de janeiro de 2026, ou seja, a partir do relatório gerencial de fevereiro de 2026.

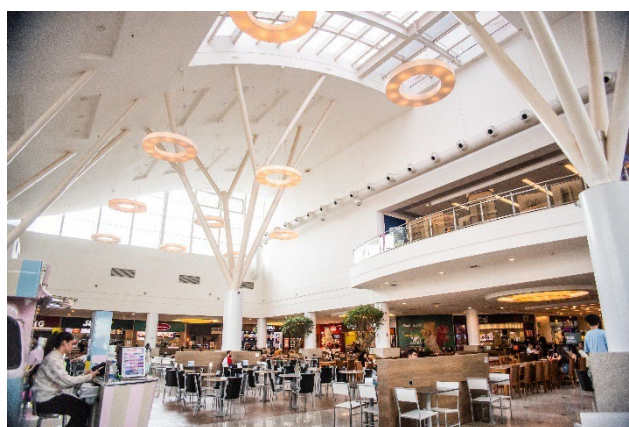
Movimentações comerciais: entrada da Kidstock (52m²) e saída da Cine 6D (54 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
65,0%	34,7 mil m ²	163	2012	WE9 + Hedge

Principais Operações: Alessandro Eletro, Renner, Riachuelo, Centauro, Daiso + Soneda, Farm, Levi's, Maravilhas do Lar, Outback, PEP da Polícia Federal, Vans, Vivara, Tommy Hilfiger e Cinépolis.

Endereço: Rua Marcondes Salgado, Quadra 11, Bauru – SP

boulevardshoppingbauru.com.br

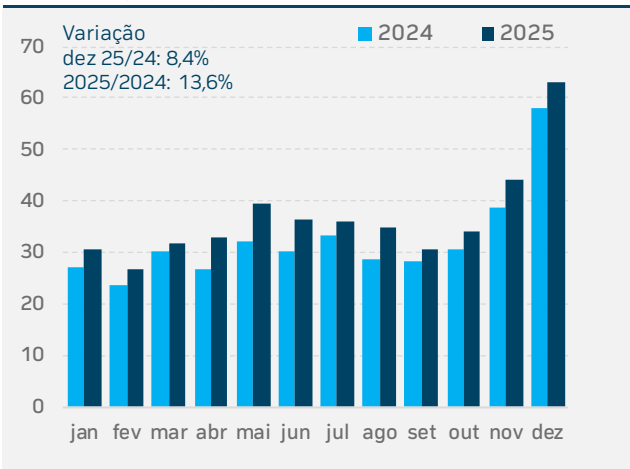




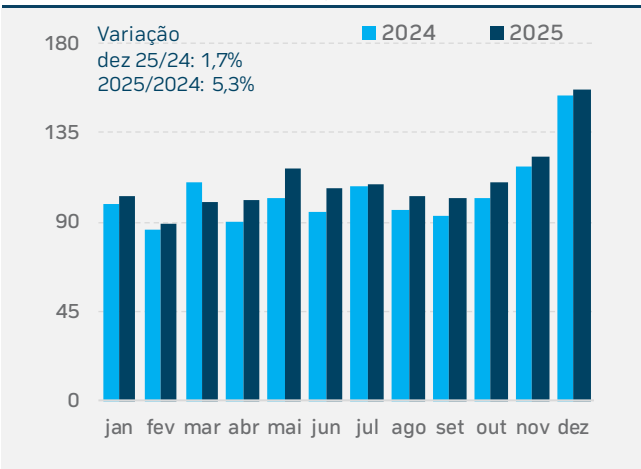
BOULEVARD SHOPPING BAURU (9% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.689.511	1.390.234	22%	16.433.967	15.097.974	9%
Aluguel complementar	422.922	362.905	17%	2.918.309	2.399.656	22%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	713.391	616.577	16%	4.663.396	4.135.106	13%
Outras receitas	55.538	27.042	-	317.855	250.124	-
Receitas totais	2.881.362	2.396.759	20%	24.333.526	21.882.860	11%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(194.353)	(226.969)	-14%	(2.463.401)	(2.629.734)	-6%
Outras despesas	(230.747)	(162.375)	42%	(2.991.700)	(2.488.940)	20%
Despesas totais	(425.100)	(389.344)	9%	(5.455.100)	(5.118.674)	7%
Resultado sem estacionamento	2.456.262	2.007.415	22%	18.878.426	16.764.186	13%
Resultado estacionamento	845.974	707.886	20%	5.948.989	4.832.551	23%
Resultado operacional (NOI)	3.302.236	2.715.301	22%	24.827.415	21.596.737	15%
Benfeitorias	(34.233)	(60.727)	-44%	(1.509.950)	(743.478)	103%
Resultado não operacional	12.026	49.929	-76%	156.910	48.153	226%
Fluxo de caixa total	3.280.030	2.704.503	21%	23.474.375	20.901.411	12%

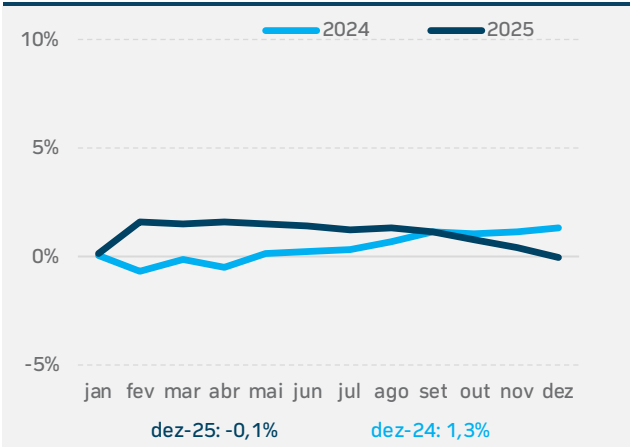
VENDAS (R\$ MM)



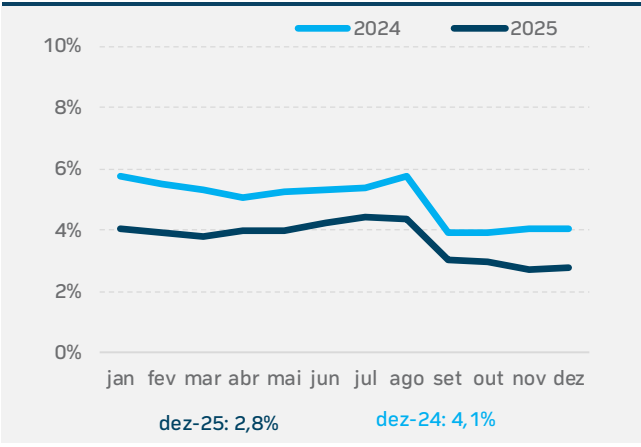
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (5% 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: saída da Fátima Bolos (48 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
35,0%	42,9 mil m²	186	2012	ALLOS

Principais Operações: Cinépolis, Estrela do Lar, Outback, Kalunga, Magazine Luiza e Smart Fit.

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

www.shoppingsaobernardoplaza.com.br



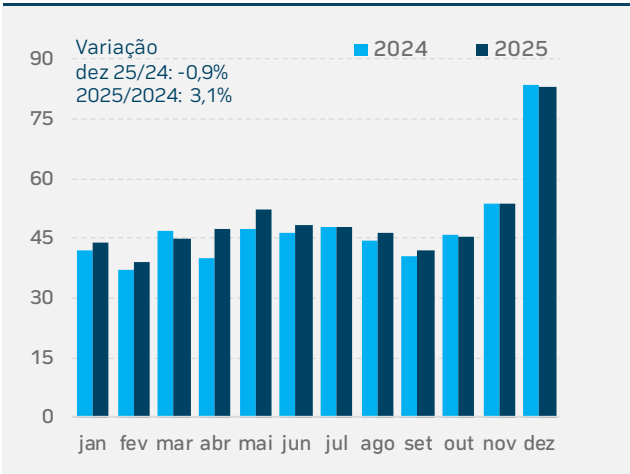
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



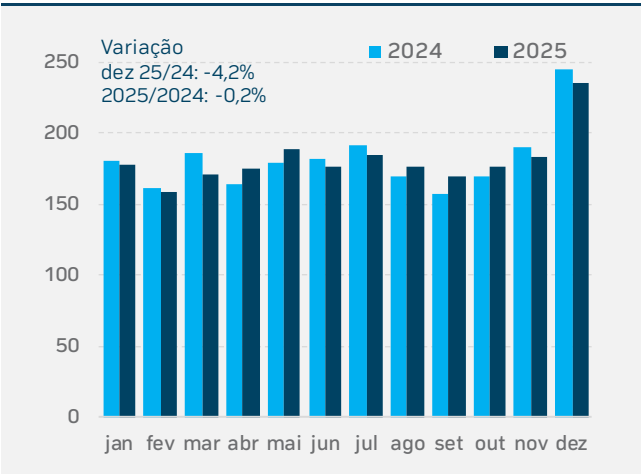
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.439.974	2.712.607	-10%	28.226.467	28.685.506	-2%
Aluguel complementar	269.760	265.368	2%	2.082.422	2.424.375	-14%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	790.622	586.102	35%	5.820.360	5.766.054	1%
Outras receitas	320.541	82.347	289%	2.072.795	1.509.931	37%
Receitas totais	3.820.897	3.646.424	5%	38.202.043	38.385.866	0%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(16.678)	(12.204)	37%	(1.273.907)	(1.215.589)	5%
Outras despesas	(425.014)	(401.880)	6%	(6.342.226)	(5.247.162)	21%
Despesas totais	(441.692)	(414.084)	7%	(7.616.133)	(6.462.751)	18%
Resultado sem estacionamento	3.379.205	3.232.340	5%	30.585.910	31.923.115	-4%
Resultado estacionamento	1.228.592	1.275.996	-4%	14.256.892	13.188.435	8%
Resultado operacional (NOI)	4.607.797	4.508.336	2%	44.842.803	45.111.550	-1%
Benfeitorias	(126.404)	(188.396)	-33%	(2.212.643)	(2.259.318)	-2%
Resultado não operacional	(20.945)	14.282	-	(375.064)	80.766	-
Fluxo de caixa total	4.460.448	4.334.222	3%	42.255.095	42.932.998	-2%

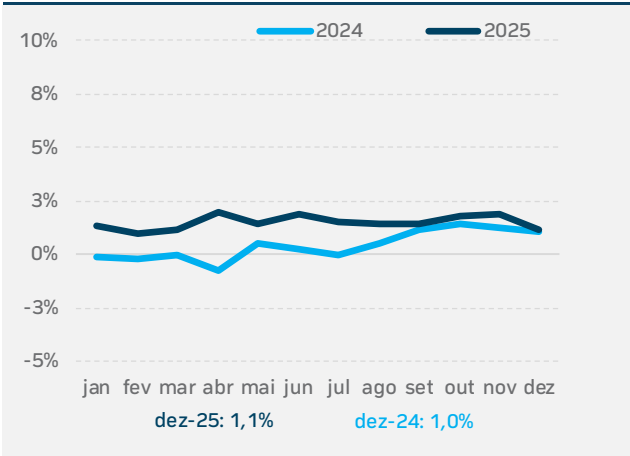
VENDAS (R\$ MM)



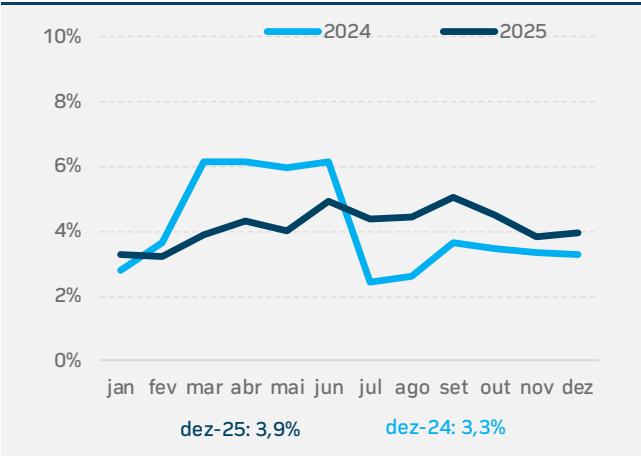
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING VILLALOBOS (4% DA CARTEIRA)

Localizado em uma área nobre da cidade de São Paulo, o Alto de Pinheiros, o Shopping VillaLobos é cercado pelo verde do Parque Villa Lobos e está inserido na identidade cultural e diversa da região. O empreendimento passou recentemente por um retrofit da área interna e por uma revitalização da fachada. Abaixo, na última fileira de fotos, trazemos a foto da fachada finalizada.

Movimentações comerciais: entrada do Nectar (102 m²) e saída da antiga loja da Live! (65 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15,0%	28,4 mil m ²	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



Fotos: Maurício Moreno.

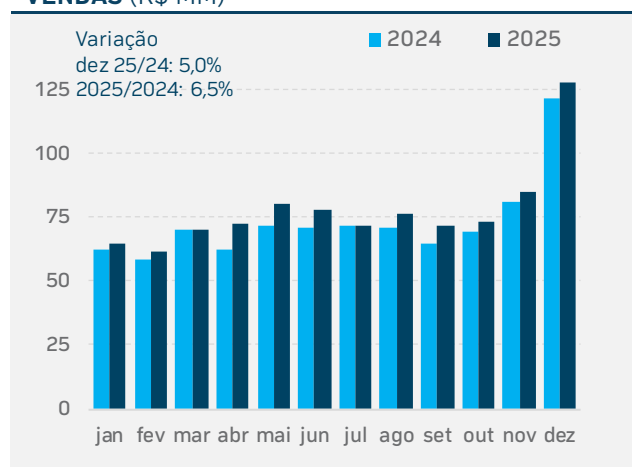


Fotos: Fachada revitalizada.

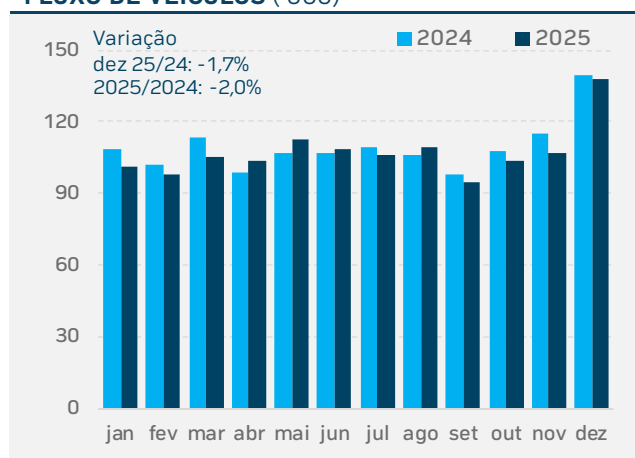
SHOPPING VILLALOBOS (4% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	4.333.479	4.373.050	-1%	53.041.691	52.583.488	1%
Aluguel complementar	596.172	655.170	-9%	5.574.325	5.864.645	-5%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	1.182.539	1.021.624	16%	11.812.913	11.313.862	4%
Outras receitas	633.112	183.861	244%	4.214.029	2.410.487	75%
Receitas totais	6.745.303	6.233.706	8%	74.642.959	72.172.481	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(71.271)	59.465	-	(2.551.933)	(1.713.524)	49%
Outras despesas	(709.264)	(813.680)	-13%	(8.538.739)	(8.217.358)	4%
Despesas totais	(780.535)	(754.215)	3%	(11.090.672)	(9.930.882)	12%
Resultado sem estacionamento	5.964.768	5.479.491	9%	63.552.286	62.241.599	2%
Resultado estacionamento	1.787.523	1.668.913	7%	19.559.119	17.485.774	12%
Resultado operacional (NOI)	7.752.291	7.148.404	8%	83.111.405	79.727.373	4%
Benfeitorias	(175.917)	(3.765.894)	-95%	(9.035.523)	(30.514.747)	-70%
Resultado não operacional	99.065	16.030	518%	532.489	269.846	97%
Fluxo de caixa total	7.675.439	3.398.541	126%	74.608.371	49.482.472	51%

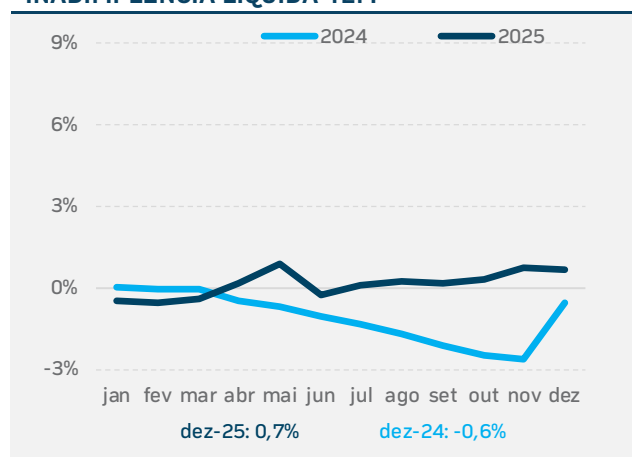
VENDAS (R\$ MM)



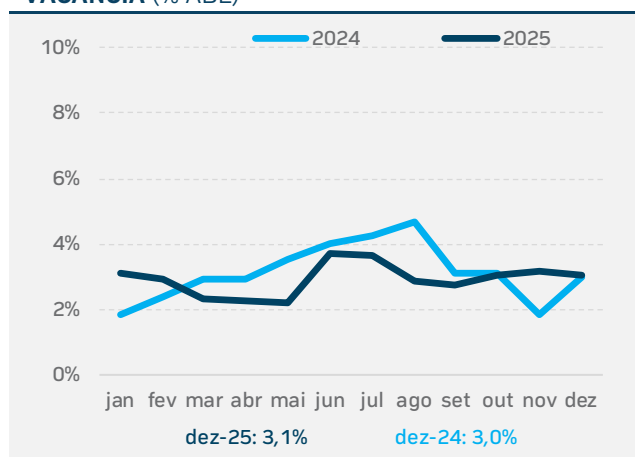
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (3% 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.

Destacamos que foi inaugurada a Smart Fit em uma área de 1.240 m² localizada onde antes era área de estacionamento, o que gerou aumento da ABL total do shopping. Esta entrada contribui muito para a qualificação do mix de serviços e lazer do empreendimento, e, espera-se que irá gerar uma forte atração de fluxo de clientes, colaborando para a reversão do quadro de queda do fluxo de veículos apresentado desde a saída da última operação de academia do shopping.

Movimentações comerciais: entradas da SP Pelúcias (69 m²) e Luna Gelato e Café (67 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
23,1%	31,4 mil m ²	137	2009	AD Shopping

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

Endereço: R. Graciosa - Diadema, SP

www.shoppingpracadamoca.com.br



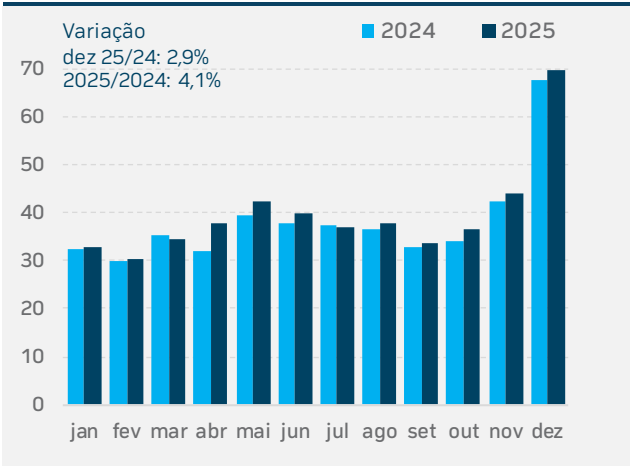
Fotos: Maurício Moreno.



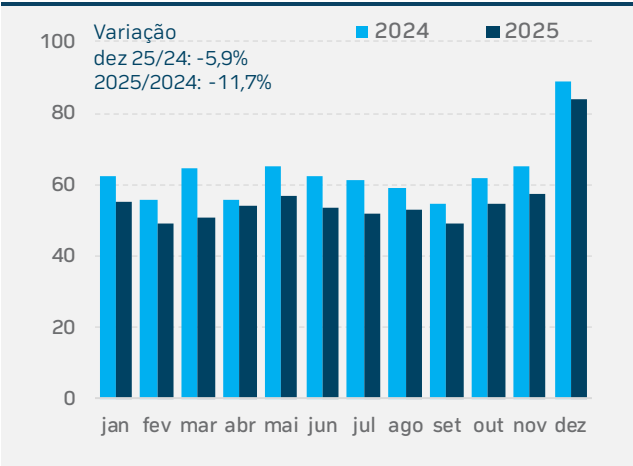
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (3% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.187.903	2.159.505	1%	29.177.676	27.379.814	7%
Aluguel complementar	155.725	158.307	-2%	1.398.874	1.344.501	4%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	596.607	630.679	-5%	5.082.557	5.136.138	-1%
Outras receitas	37.103	42.257	-12%	697.061	723.635	-4%
Receitas totais	2.977.340	2.990.748	0%	36.356.169	34.584.087	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(61.947)	(63.030)	-2%	(1.061.631)	(955.893)	11%
Outras despesas	(153.605)	(153.972)	0%	(2.387.255)	(2.541.927)	-6%
Despesas totais	(215.552)	(217.002)	-1%	(3.448.885)	(3.497.819)	-1%
Resultado sem estacionamento	2.761.788	2.773.746	0%	32.907.284	31.086.268	6%
Resultado estacionamento	734.006	709.510	3%	5.338.890	5.339.300	0%
Resultado operacional (NOI)	3.495.794	3.483.256	0%	38.246.174	36.425.569	5%
Benfeitorias	-	(175.000)	-100%	(103.407)	(500.000)	-79%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	3.495.794	3.308.256	6%	38.142.767	35.925.569	6%

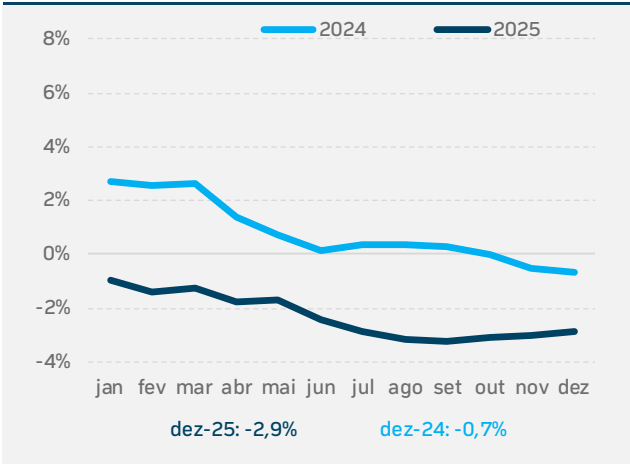
VENDAS (R\$ MM)



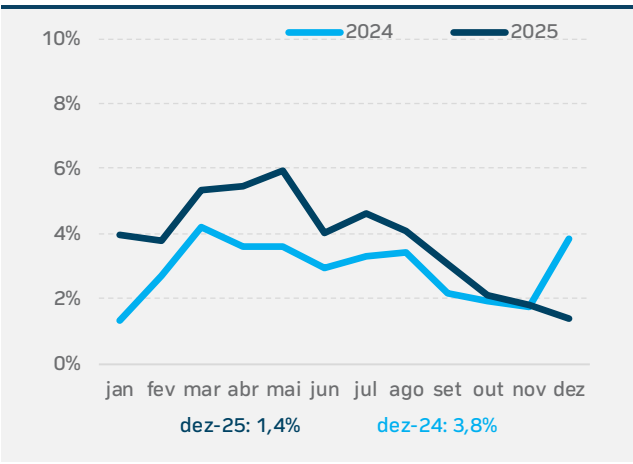
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Localizado em Araraquara - SP, cidade em intenso desenvolvimento, o Shopping Jaraguá Araraquara reúne uma arquitetura moderna a um ambiente acolhedor, sendo um dos principais destinos de compras, lazer e entretenimento da região.

Movimentações comerciais: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO 25%	ABL TOTAL 21,1 mil m ²	OPERAÇÕES 118	INAUGURAÇÃO 2001	OPERADOR WE9 + Hedge
---------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------------

Principais Operações: Coco Bambu, Outback, Renner, Riachuelo, C&A, Caedu, Inova Academia, 1 a 99, Moviecom Cinemas, Cobasi, Polo Wear.

Endereço: Av. Alberto Benassi, 2270 - Araraquara - SP

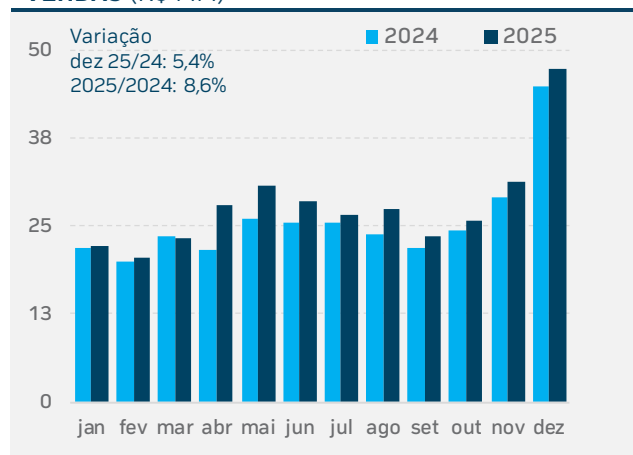
shoppingjaragua.com.br/araraquara/



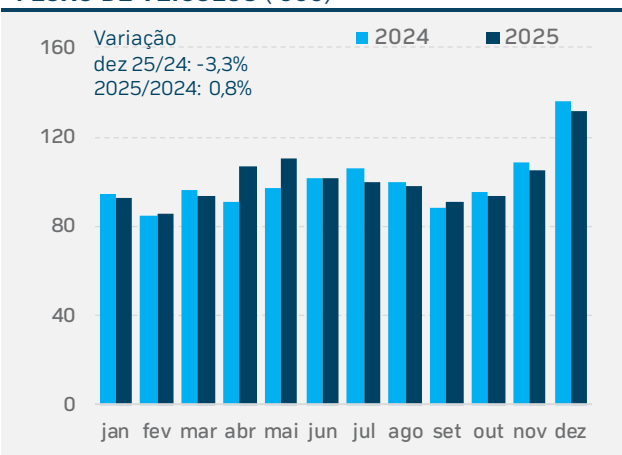
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	898.994	724.071	24%	10.797.116	9.891.819	9%
Aluguel complementar	240.879	289.445	-17%	2.388.951	2.755.327	-13%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	757.186	572.201	32%	6.152.267	4.968.828	24%
Outras receitas	28.944	24.421	19%	403.569	420.292	-4%
Receitas totais	1.926.003	1.610.138	20%	19.741.903	18.036.266	9%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(71.539)	(84.844)	-16%	(970.066)	(1.139.583)	-15%
Outras despesas	(136.597)	(104.602)	31%	(1.666.386)	(1.461.238)	14%
Despesas totais	(208.136)	(189.446)	10%	(2.636.451)	(2.600.821)	1%
Resultado sem estacionamento	1.717.867	1.420.693	21%	17.105.452	15.435.445	11%
Resultado estacionamento	559.708	405.210	38%	5.487.580	4.247.956	29%
Resultado operacional (NOI)	2.277.575	1.825.903	25%	22.593.032	19.683.400	15%
Benfeitorias	(98.570)	(511.450)	-81%	(4.063.233)	(2.538.302)	60%
Resultado não operacional	(2.972)	-	-	(98.777)	-	-
Fluxo de caixa total	2.176.033	1.314.453	66%	18.431.022	17.145.099	8%

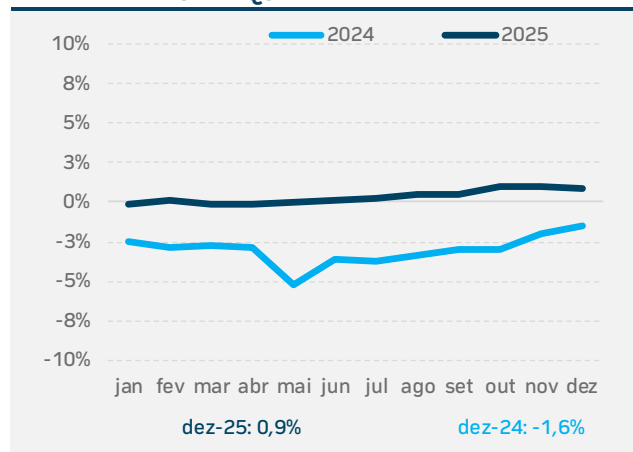
VENDAS (R\$ MM)



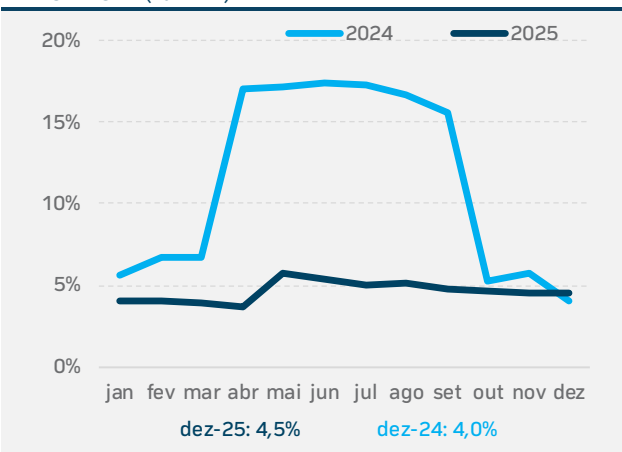
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SUZANO SHOPPING (0% DA CARTEIRA)

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

Destacamos que a venda de 15% do Suzano Shopping será refletida nos indicadores operacionais de janeiro de 2026, ou seja, a partir do relatório gerencial de fevereiro de 2026.

Movimentações comerciais: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO 15,0%	ABL TOTAL 25,0 mil m ²	OPERAÇÕES 134	INAUGURAÇÃO 2000	OPERADOR 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	



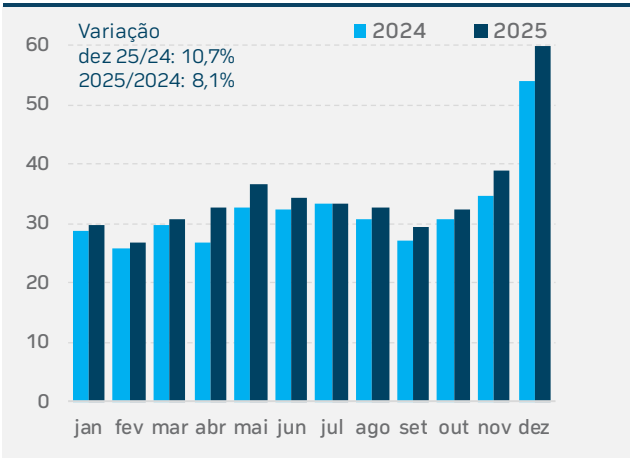
Fotos 2 a 4: Maurício Moreno; Foto 5: Fachada da Riachuelo.



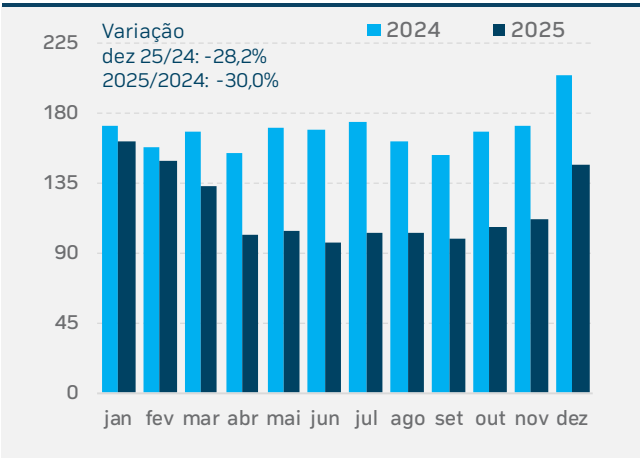
SUZANO SHOPPING (0% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.707.059	1.433.626	19%	18.114.895	18.109.932	0%
Aluguel complementar	234.451	197.703	19%	2.479.577	2.247.998	10%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	581.098	501.661	16%	4.399.457	4.266.248	3%
Outras receitas	821.546	136.903	500%	2.258.431	1.718.005	31%
Receitas totais	3.344.155	2.269.892	47%	27.252.359	26.342.183	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(124.047)	(34.984)	255%	(980.526)	(965.175)	2%
Outras despesas	(203.880)	(143.141)	42%	(3.006.309)	(2.558.738)	17%
Despesas totais	(327.927)	(178.125)	84%	(3.986.836)	(3.523.912)	13%
Resultado sem estacionamento	3.016.228	2.091.767	44%	23.265.523	22.818.271	2%
Resultado estacionamento	1.066.013	808.310	32%	7.332.659	6.451.379	14%
Resultado operacional (NOI)	4.082.241	2.900.077	41%	30.598.182	29.269.649	5%
Benfeitorias	(781.202)	(1.827.708)	-57%	(6.177.363)	(5.278.804)	17%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	3.301.039	1.072.370	208%	24.420.820	23.990.845	2%

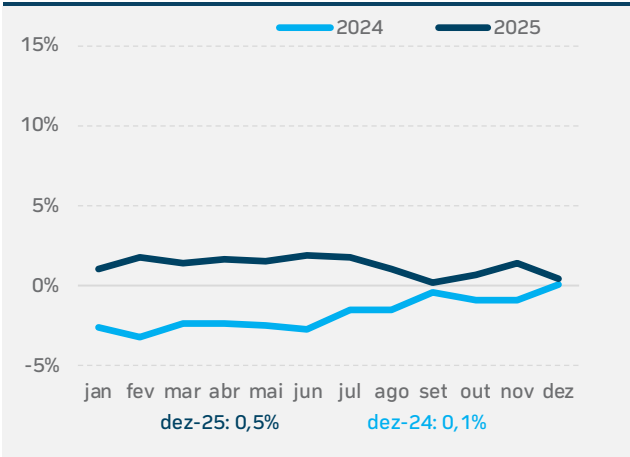
VENDAS (R\$ MM)



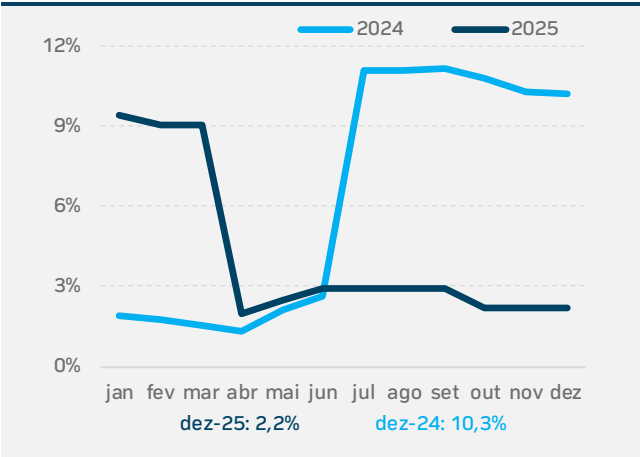
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

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

Movimentações comerciais: saídas da Mundo Verde (47 m²) e Hope (36 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15,0%	26,7 mil m ²	165	2007	Partage

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

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

partagesantana.com.br/



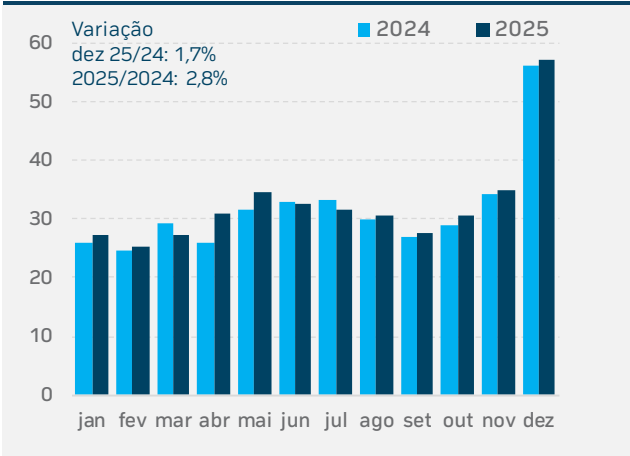
Fotos: Maurício Moreno.



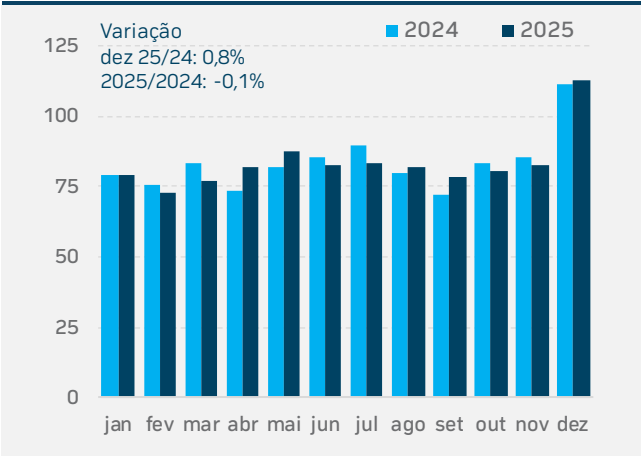
PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.611.032	1.757.485	-8%	19.785.890	18.561.899	7%
Aluguel complementar	322.778	305.754	6%	3.476.908	2.884.923	21%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	508.418	793.137	-36%	4.547.410	4.510.852	1%
Outras receitas	98.264	147.957	-34%	823.350	496.655	66%
Receitas totais	2.540.492	3.004.333	-15%	28.633.558	26.454.329	8%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(2.384)	(163.864)	-99%	(1.395.086)	(2.658.901)	-48%
Outras despesas	(194.768)	(512.247)	-62%	(3.409.103)	(3.943.914)	-14%
Despesas totais	(197.152)	(676.111)	-71%	(4.804.189)	(6.602.815)	-27%
Resultado sem estacionamento	2.343.340	2.328.222	1%	23.829.369	19.851.513	20%
Resultado estacionamento	674.513	562.933	20%	8.801.206	7.385.261	19%
Resultado operacional (NOI)	3.017.853	2.891.156	4%	32.630.575	27.236.775	20%
Benfeitorias	(109.862)	(506.750)	-78%	(2.148.307)	(3.060.632)	-30%
Resultado não operacional	(114.425)	-	-	(1.752.173)	(144.800)	1110%
Fluxo de caixa total	2.793.565	2.384.405	17%	28.730.095	24.031.343	20%

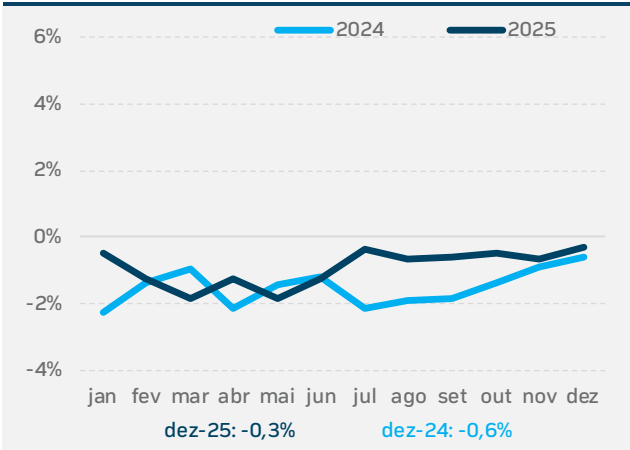
VENDAS (R\$ MM)



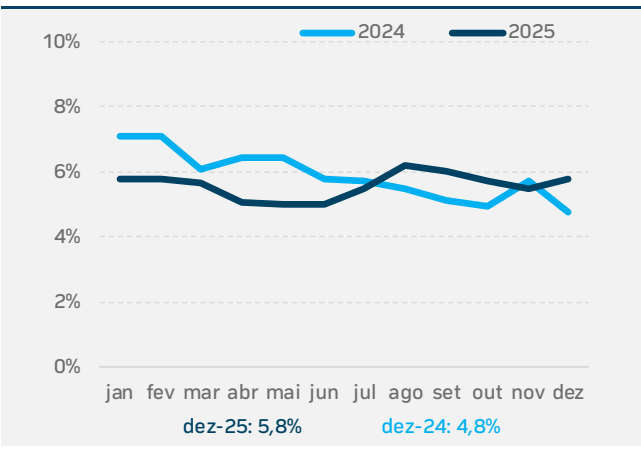
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

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

Movimentações comerciais: saída da Femoto (104 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
18,4%	20,1 mil m²	92	2013	Iguatemi

Principais Operações: Nike Outlet, Adidas, Puma, Hugo Boss, Calvin Klein, Diesel, Dolce & Gabbana e Tommy Hilfiger

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

iguatemi.com.br/ifashionoutletnh

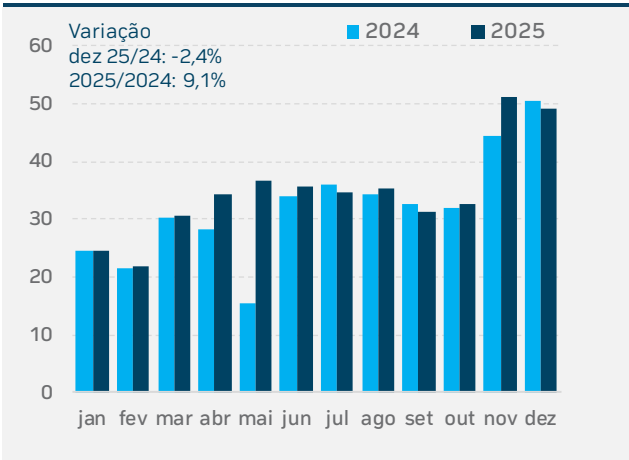




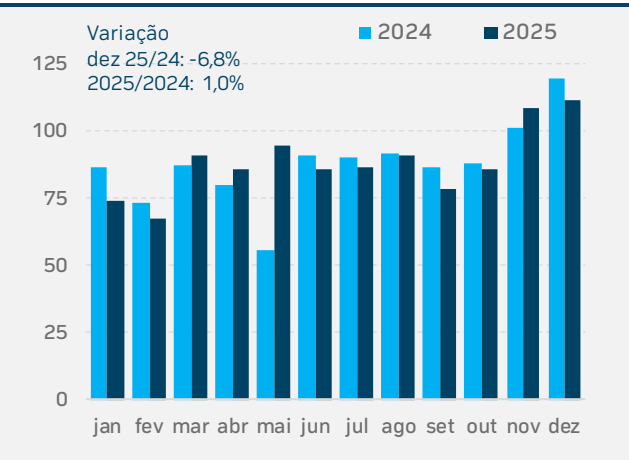
I FASHION OUTLET (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.486.364	1.380.315	8%	15.427.902	13.979.048	10%
Aluguel complementar	1.096.011	851.900	29%	6.197.845	5.513.088	12%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	211.346	211.160	0%	1.874.821	1.527.752	23%
Outras receitas	40.554	23.317	74%	496.820	442.236	12%
Receitas totais	2.834.275	2.466.692	15%	23.997.389	21.462.125	12%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(88.273)	(87.928)	0%	(902.138)	(708.613)	27%
Outras despesas	(272.130)	(272.944)	0%	(2.228.324)	(1.956.023)	14%
Despesas totais	(360.403)	(360.872)	0%	(3.130.462)	(2.664.637)	17%
Resultado sem estacionamento	2.473.872	2.105.820	17%	20.866.927	18.797.488	11%
Resultado estacionamento	586.732	328.327	79%	4.602.567	2.002.912	130%
Resultado operacional (NOI)	3.060.604	2.434.147	26%	25.469.494	20.800.400	22%
Benfeitorias	(307.039)	(349.715)	-12%	(1.092.564)	(2.206.812)	-50%
Resultado não operacional	6.670	149.944	-96%	(3.624)	(273.352)	-99%
Fluxo de caixa total	2.760.235	2.234.377	24%	24.373.306	18.320.236	33%

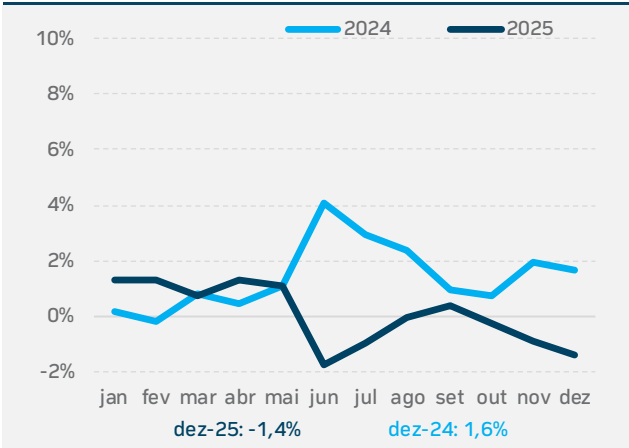
VENDAS (R\$ MM)



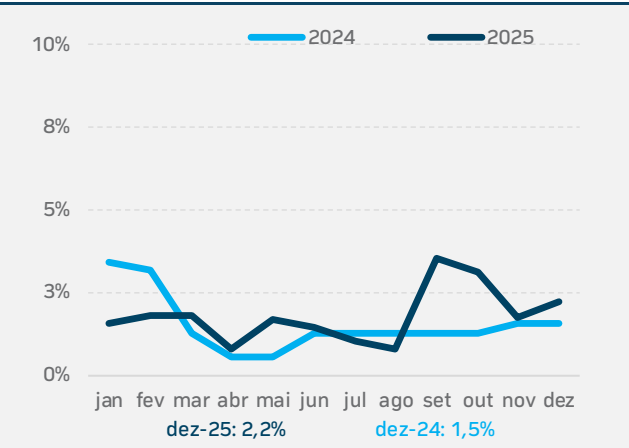
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,5% 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: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO 54,0%	ABL TOTAL 26,3 mil m ²	OPERAÇÕES 166	INAUGURAÇÃO 1989	OPERADOR Soul Malls
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	------------------------

Principais Operações: Bodytech, Cinelaser, Vivara, Track & Field, Kitchens (a inaugurar), Le Lis Blanc, John John, Dudalina, Brooksfeld, Avenida, Animale, Osklen, Maison Paris, Peixe ao Cubo, Sebrae.

Endereço: Av. José Monteiro de Figueiredo, 500 – Cuiabá, MT

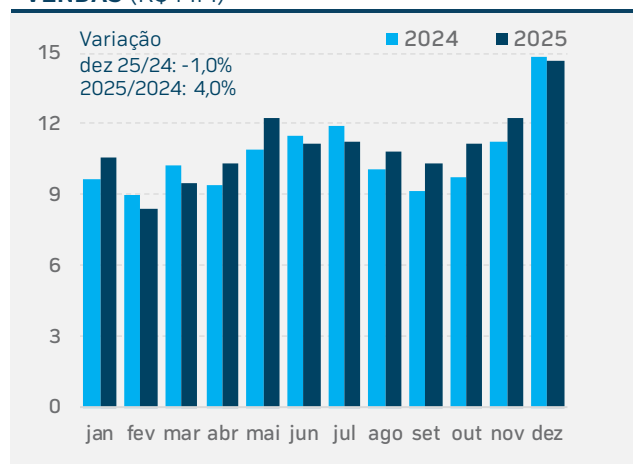
www.goiabeirasshopping.com.br



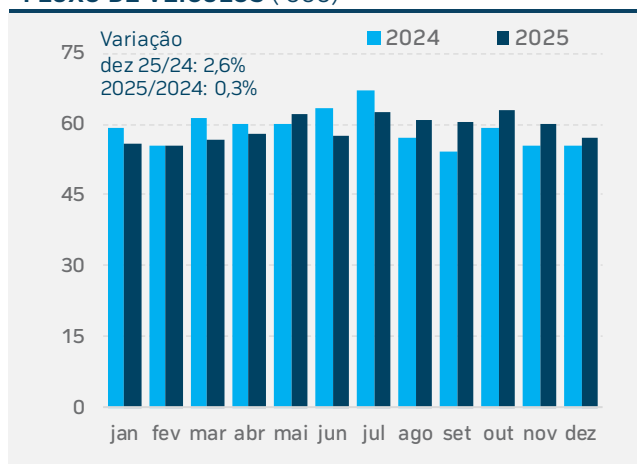
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	228.547	177.421	29%	2.451.353	2.605.840	-6%
Aluguel complementar	68.656	76.990	-11%	1.057.379	1.163.551	-9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	96.417	86.166	12%	1.093.587	989.794	10%
Outras receitas	374	-	-	28.294	311.518	-91%
Receitas totais	393.994	340.577	16%	4.630.612	5.070.703	-9%
Encargos de lojas vagas e contratuais	-	132.553	-	(8.557.585)	(7.902.105)	8%
Outras despesas	(71.210)	(79.227)	-10%	(829.004)	(920.553)	-10%
Despesas totais	(71.210)	53.326	-	(9.386.589)	(8.822.658)	6%
Resultado sem estacionamento	322.784	393.903	-18%	(4.755.978)	(3.751.955)	27%
Resultado estacionamento	2.510	1.525	65%	28.848	29.654	-3%
Resultado operacional (NOI)	325.294	395.428	-18%	(4.727.129)	(3.722.301)	27%
Benfeitorias	(142.679)	(255.730)	-44%	(1.145.662)	(1.037.234)	10%
Resultado não operacional	-	(425.000)	-100%	(1.045.000)	(2.693.946)	-61%
Fluxo de caixa total	182.615	(285.302)	-	(6.917.791)	(7.453.481)	-7%

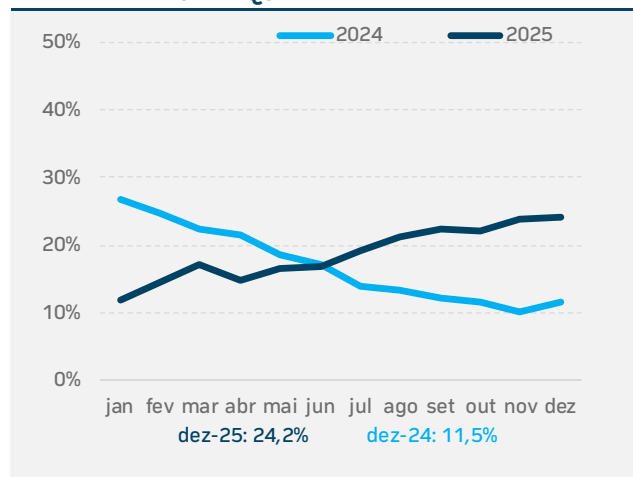
VENDAS (R\$ MM)



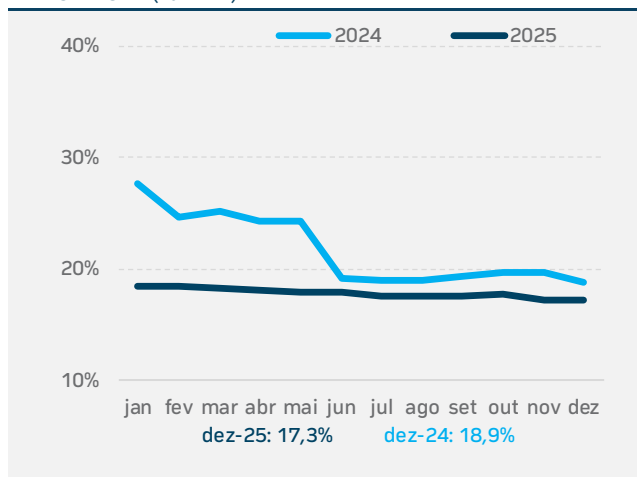
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

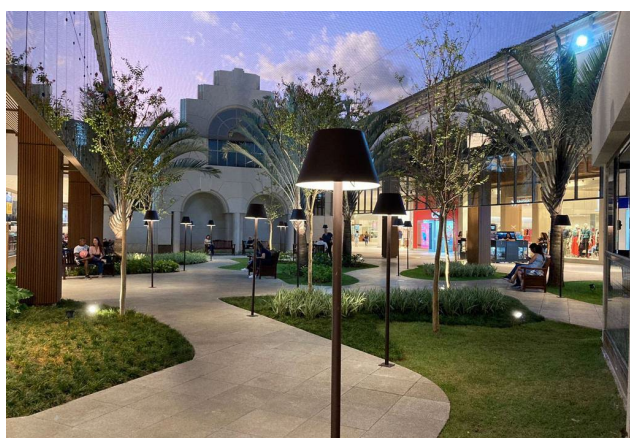
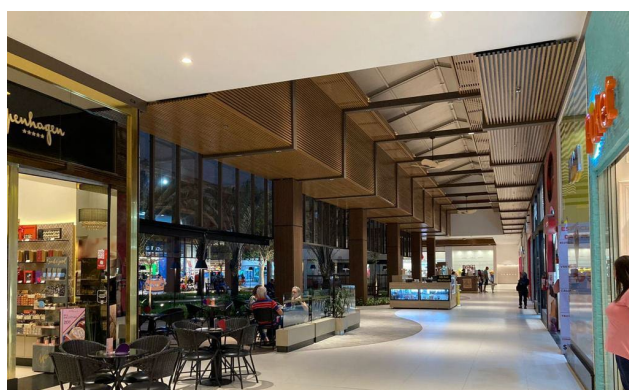
Movimentações comerciais: entradas da Espaço Laser (61 m²) e Senhor dos Calçados (42 m²).

PARTICIPAÇÃO 0,4%	ABL TOTAL 18,7 mil m ²	OPERAÇÕES 100	INAUGURAÇÃO 1993	OPERADOR ALLOS
----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------

Principais Operações: Lojas Renner, Casas Bahia, C&A, Riachuelo, Maravilhas do Lar, Magazine Luiza e Centauro, Outback, Unimed e Youcom.

Endereço: Av. Rio Negro, 1.100, Franca, SP

www.francashopping.com.br

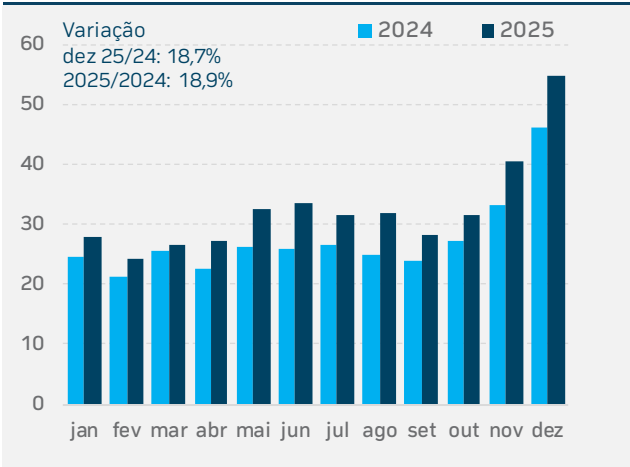




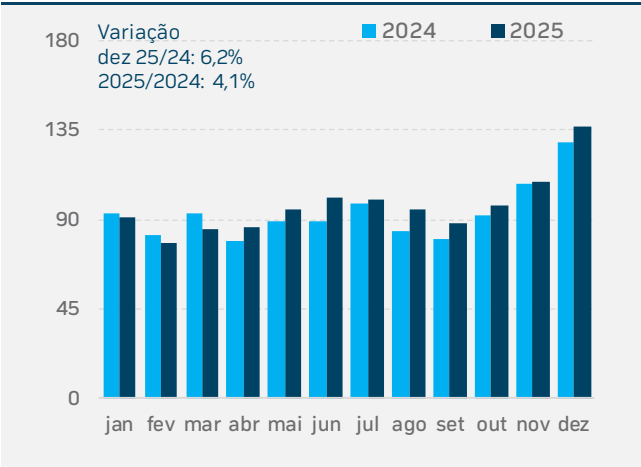
FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado dez-25	Realizado dez-24	Variação vs. dez-24	Acum. dez-25	Acum. dez-24	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.689.706	1.218.375	39%	15.601.947	14.113.527	11%
Aluguel complementar	395.272	324.196	22%	3.022.678	2.348.050	29%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	594.140	541.489	10%	4.324.023	3.588.738	20%
Outras receitas	52.231	27.374	-	382.502	150.534	-
Receitas totais	2.731.349	2.111.435	29%	23.331.149	20.200.848	15%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(35.754)	(42.003)	-15%	(672.671)	(610.096)	10%
Outras despesas	18.850	(261.303)	-	(2.472.442)	(2.056.778)	20%
Despesas totais	(16.903)	(303.306)	-94%	(3.145.113)	(2.666.875)	18%
Resultado sem estacionamento	2.714.445	1.808.129	50%	20.186.037	17.533.974	15%
Resultado estacionamento	830.325	661.217	26%	6.888.018	5.433.818	27%
Resultado operacional (NOI)	3.544.770	2.469.345	44%	27.074.055	22.967.792	18%
Benfeitorias	(52.644)	(33.130)	59%	(2.292.147)	(1.044.411)	119%
Resultado não operacional	(17.706)	20.735	-	(268.312)	(104.337)	157%
Fluxo de caixa total	3.474.421	2.456.950	41%	24.513.596	21.819.045	12%

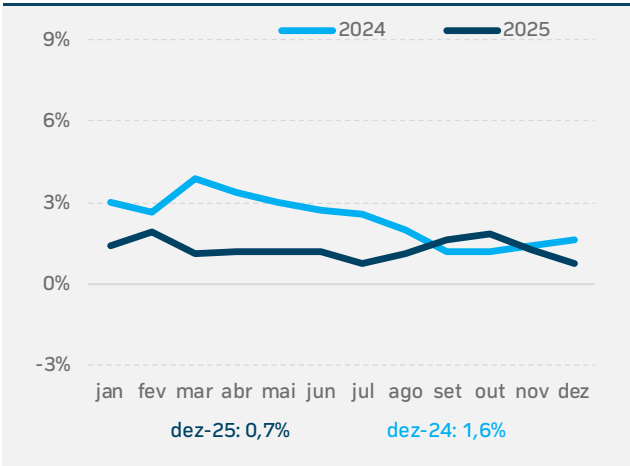
VENDAS (R\$ MM)



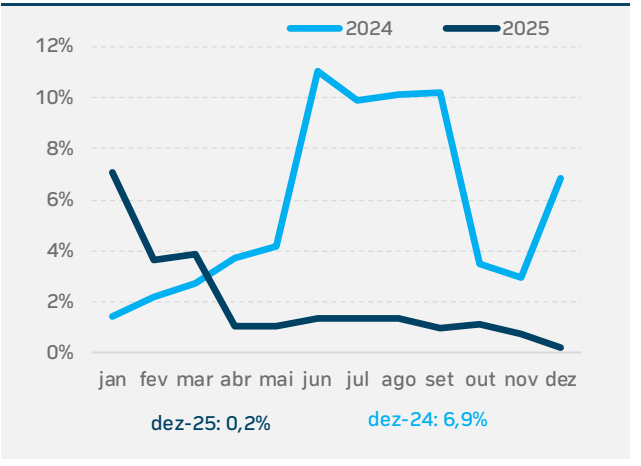
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PARQUE D. PEDRO (9% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII HPDP11)

O Parque D. Pedro Shopping é o mais completo centro de compras, lazer, entretenimento e serviços da região de Campinas, e um dos maiores shoppings da América Latina. No encerramento de mês, o Fundo detinha uma participação de 7,7% do Shopping, por meio do Fundo HPDP11.

Destacamos que em outubro ocorreu a inauguração da H&M em uma área de cerca de 2.300 m² no corredor Árvores. Reconhecida como uma das maiores redes de moda do mundo, a varejista sueca abriu sua terceira loja no país, sendo a primeira fora da cidade de São Paulo e a única que conta com a H&M Home, divisão da marca focada em itens de decoração e utilidades para casa. A data de inauguração contou com ações especiais como brindes e vale -compras para os primeiros clientes, além de influenciadores locais.

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

PARTICIPAÇÃO 7,7%	ABL TOTAL 126,2 mil m ²	OPERAÇÕES 387	INAUGURAÇÃO 2002	OPERADOR ALLOS
Principais Operações: Bodytech, C&A, Casas Bahia, Centauro, Clínica Diagmed, Daiso Japan, Decathlon, Expo Dom Pedro, H&M, Kinoplex, Magazine Luiza, Marisa, Miniso, Mobly, PEP da Polícia Federal, Renner, Riachuelo, Zara, Barbacoa, Big Jack, Camarada Camarão, Empório Santa Therezinha, Giovannetti, Jangada Restaurante, Lago do Holandês, L'Entrecôte de Paris, Madero, Mamma Jamma, Nagairô, Ninetto, O Matuto, Olive Garden, Outback, Parrilla da Fazenda, Pecorino, Pirajá, Si Señor, Toca da Traíra (a inaugurar) e Temakeria e Cia.				
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 25,6%	ABL TOTAL 50,5 mil m ²	OPERAÇÕES 151	INAUGURAÇÃO 2006	OPERADOR Plena Malls
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------------

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

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

www.floripashopping.com.br



GRAND PLAZA SHOPPING (2% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII ABCP11)

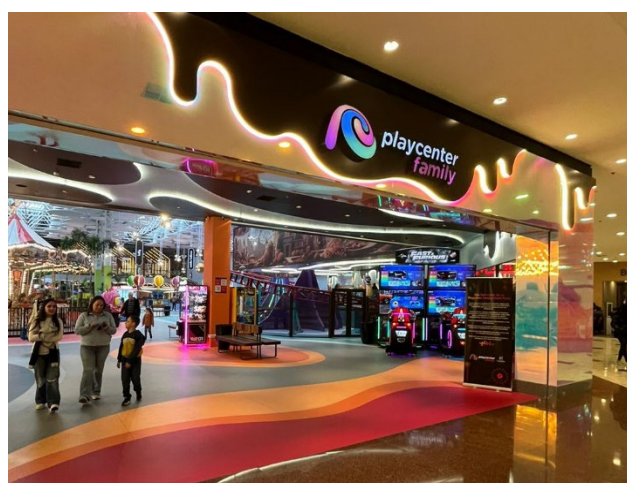
O Grand Plaza Shopping é o principal centro de compras do Grande ABC e figura entre os maiores do país em ABL, com 70 mil metros quadrados, e reúne parte das marcas mais sólidas do varejo nacional.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
7,4%	69,5 mil m ²	284	1997	SYN

Principais Operações: Playcenter Family, Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, Fast Shop, Pernambucanas e Cinemark.

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

www.grandplazashopping.com.br



VIA PARQUE SHOPPING (1% DA CARTEIRA VIA COTAS DO FII FVPQ11)

Inaugurado em 1993, o Via Parque Shopping está localizado na Barra da Tijuca, Zona Oeste do Rio de Janeiro. O empreendimento possui 56,5 mil m² de Área Bruta Locável (ABL), com diversidade de operações entre lojas âncoras, megalojas, lazer, serviços e ampla praça de alimentação.

Reconhecido como um shopping voltado para a família, o Via Parque consolidou-se como um importante polo de conveniência e entretenimento na região. Apesar de a Barra da Tijuca ser uma das áreas de maior crescimento da cidade, também apresenta um dos maiores índices de ABL por habitante, o que intensifica a competição entre shoppings. Nos últimos anos, o aumento da concorrência impactou indicadores de fluxo e ocupação do empreendimento.

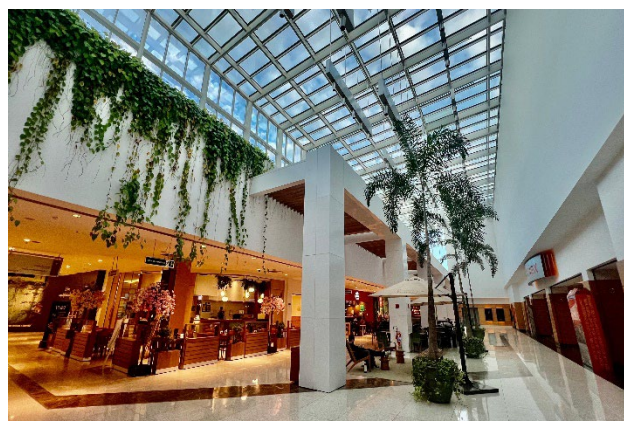
Por outro lado, movimentos recentes reforçam o reposicionamento do ativo: a inauguração de um supermercado, importante operação para agregação ao *tenant mix* do shopping, e a instalação de um hospital no terreno vizinho ampliam a atratividade do empreendimento, com potencial de incremento no fluxo de visitantes e no dinamismo da região.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
12,4%	56,5 mil m ²	200	1993	Alqia

Principais Operações: Cobasi, Daiso, Kalunga, Lojas Americanas, O Amigão, Renner, Smart Fit, Supermarket, Outback, Bar do Adão, Bardana, Bartô Galático, Esquillo's, Galeteria Continental, Lorelai Cucina Mediterranea, Yuki Cozinha Japonesa, Kinoplex, Qualistage, PEP da Polícia Federal, Centro Médico Barra D'Or (a inaugurar).

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

www.viaparqueshopping.com.br



GLOSSÁRIO

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

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

ABRASCE: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IFIX: Índice de Fundos Imobiliários da B3.

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

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

Megalojas: lojas especializadas com área entre 500 a 999m² de ABL.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

DOCUMENTOS

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

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

hedge.

INVESTMENTS

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

hedgeinvest.com.br

Siga-nos nas redes sociais:

