

Hedge Brasil Shopping FII

HGBS11



Foto: Shopping Parque Dom Pedro

ABRIL 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
BOULEVARD SHOPPING BAURU	21
PARKSHOPPING SÃO CAETANO	23
CAPIM DOURADO SHOPPING	25
MOOCA PLAZA SHOPPING	27
SHOPPING WEST PLAZA	29
TIVOLI SHOPPING CENTER	31
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING	33
SHOPPING VILLALOBOS	35
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA	37
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA	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
EVENTOS, COMUNICADOS E FATOS RELEVANTES	54
DOCUMENTOS	55



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\$ 20,65	INÍCIO DAS ATIVIDADES Novembro de 2006
COTA DE MERCADO R\$ 20,78	ADMINISTRADORA Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.
VALOR DE MERCADO R\$ 2,7 bi	GESTORA Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.
QUANTIDADE DE COTAS* 129.133.010	TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão) 0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas
QUANTIDADE DE COTISTAS 181.535	TAXA DE PERFORMANCE Não há
ABL PRÓPRIA ¹ 275,9 mil m²	OFERTAS CONCLUÍDAS Onze 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 / Econômica; Data base das informações: 30/04/2026.

* Não considera os 15.222.716 recibos da 11ª Emissão de Cotas.



PRINCIPAIS DESTAQUES

11ª EMISSÃO DE COTAS DO HEDGE BRASIL SHOPPING FII

No dia 29 de abril de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Hedge Brasil Shopping, [anunciou o encerramento](#) da 11ª Emissão do Hedge Brasil Shopping Fundo de Investimento Imobiliário, com 15.222.716 Novas Cotas distribuídas, o que representa um montante total captado de R\$ 310.238.952,08, desconsiderando os custos de emissão.

Os investidores que entraram na Oferta receberam recibos de subscrição, que foram convertidos em cotas do HGBS11 em 6 de maio de 2026.

Após a conversão, o patrimônio do Fundo passou a ser composto por 144.355.726 cotas que, considerando o valor patrimonial do encerramento de abril, representariam um valor patrimonial de R\$ 3,0 bilhões.

ALOCAÇÃO DOS RECURSOS

AQUISIÇÃO DE PARTICIPAÇÃO ADICIONAL NO SHOPPING PARQUE DOM PEDRO

Conforme comunicado ao mercado pelos fundos [HPDP11](#) e [PQDP11](#), cada fundo exerceu seu direito de preferência e realizou a aquisição de participação adicional no Shopping Parque Dom Pedro, sendo 12,086% para o fundo HPDP11 e 13,774% para o fundo PQDP11. Ambos os fundos anunciaram a realização de emissão de novas cotas para viabilizar as aquisições.

No dia 30 de abril de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Hedge Brasil Shopping, anunciou via [Fato Relevante](#) a aquisição da participação indireta de 14,4% do Shopping Parque Dom Pedro, a partir da aquisição de 4.054.902 cotas de HPDP11 e 13.412 cotas de PQDP11 pelo montante total de R\$ 401.690.739,11.

O *cap rate* ponderado da transação foi de 8,9% a VPL considerando o NOI de 2026, o que representa um indicador 17% acima de transações similares com *trophy assets* realizadas recentemente. O *valuation* da transação representa um valor 10,5% inferior ao último laudo de avaliação, realizado em dez/25.

Com a conclusão destas aquisições, o Fundo passou a deter uma participação indireta consolidada de 21,7% no Imóvel, e, o Parque Dom Pedro tornou-se o principal ativo do Fundo, passando a representar 19% da carteira de ativos estratégicos.

A Transação está em linha com a estratégia traçada nos últimos anos e atende integralmente à política de investimentos do Fundo.

Recomendamos a visualização da apresentação anexa ao [Fato Relevante](#) da aquisição, visando um maior detalhamento da operação.

ALIENAÇÃO DE 19% DO SHOPPING JARDIM SUL

No dia 31 de março de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Fundo, comunicou aos Cotistas via [Fato Relevante](#) que foi assinado um MOU para alienação de 19% do Shopping Jardim Sul pelo preço de R\$ 128.000.000,00, com pagamento dividido em 4 parcelas, sendo 60% do preço a ser recebido na data de fechamento da operação, 20% em 12 meses e 20% em 18 meses do fechamento.

O *cap rate* da Transação, considerando o resultado operacional do Shopping nos últimos 12 meses findos em fevereiro de 2026, é de 7,7%. Adicionalmente, o preço da Transação representa um valor 16,9% superior ao valor do último laudo de avaliação do ativo, realizado em novembro de 2025.

Caso a Transação seja efetivada conforme previsto, o ganho de capital gerado pela venda representará um lucro não recorrente de aproximadamente R\$ 0,12 por cota, impactando positivamente o resultado caixa do Fundo ao longo do recebimento das parcelas. O lucro gerado pela Transação será adicionado ao resultado base caixa do Fundo que será, no mínimo, 95% distribuído aos cotistas, conforme determina a regulamentação vigente. Adicionalmente, quando concluída, a Transação provocará um aumento de 2,9% na cota patrimonial do Fundo, após a remarcação da participação remanescente pelo *valuation* da Transação.

A Operação está sujeita à superação de condições precedentes usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização dos documentos da Transação. Com a evolução da Transação, novas informações serão disponibilizadas ao mercado em geral. A Transação está em linha com a estratégia e atende integralmente à política de investimento do Fundo e aos critérios de enquadramento constantes no Regulamento.

Alienações Jardim Sul – Reposicionamento de portfólio

Desde a assunção da gestão pela Hedge, em outubro de 2018, o HGBS veio ampliando gradualmente sua exposição ao Shopping Jardim Sul, inicialmente por meio de participação indireta, via fundo imobiliário JRDM11. Em julho de 2023, em movimento estratégico de consolidação, o Fundo adquiriu fração ideal de 40% no empreendimento, passando a atuar de forma direta na gestão do imóvel, conforme divulgado em Fato Relevante à época ([link](#)). Dando continuidade a essa trajetória e em linha com sua estratégia de investimento de longo prazo, em abril de 2024, o Fundo realizou a aquisição de participação adicional de 50%, passando a deter posição de controle no empreendimento e fortalecendo seu portfólio com um ativo de relevância no segmento ([link](#)). Com a segunda aquisição o Fundo atingiu a participação de 90% no ativo, que passou a representar 18% da carteira de ativos estratégicos.

Em setembro de 2025 o Fundo realizou a alienação de 10% do Jardim Sul, em um movimento que trouxe a [Ancar](#) como nova parceira estratégica, assumindo a gestão do empreendimento ao mesmo tempo que se tornou coproprietária do imóvel. Nesta segunda alienação iniciada em março de 2026, agora na fração de 19%, o Fundo busca continuar o processo de adequação da exposição ao ativo, reduzindo sua representatividade na carteira de ativos estratégicos para 13%, ao mesmo tempo que realiza um lucro de R\$ 15 milhões com a operação. Ainda, vale destacar que o HGBS continuará com o controle societário do ativo, com uma participação de 61%.

Adicionalmente, o *cap rate* de venda é 1,1 p.p. inferior ao *cap rate* ponderado das aquisições (7,7% de *cap rate* das alienações vs. 8,7% de *cap rate* ponderado das aquisições, levando em conta o arredondamento), considerando o NOI dos 12 meses anteriores a cada transação.

ALIENAÇÃO DE 18,375% DO I FASHION OUTLET NOVO HAMBURGO

No dia 3 de março de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Fundo, comunicou aos Cotistas via [Fato Relevante](#) que foi assinado um MOU para alienação de 18,375% do I Fashion Outlet Novo Hamburgo pelo preço de R\$ 63.400.161,28, com pagamento dividido em 5 parcelas.

O *cap rate* da Transação, considerando o resultado operacional estimado para os últimos doze meses anteriores à data estimada para o Fechamento será de 7,7%. Adicionalmente, o preço da transação representa um valor 29,4% superior ao valor do último laudo de avaliação do ativo.

Uma vez efetivada, a Transação gerará um lucro não recorrente de aproximadamente R\$ 48 milhões, ou o equivalente a R\$ 0,37 por cota, impactando positivamente o resultado caixa do Fundo ao longo do recebimento das parcelas. O lucro gerado pela Transação será adicionado ao resultado base caixa do Fundo que será, no mínimo, 95% distribuído aos cotistas, conforme determina a regulamentação vigente.



Abaixo, temos o cronograma previsto para os recebimentos da operação:

Venda IFONH 18,375%	Venda	Lucro	Lucro / cota
Total	R\$ 63.400.161,28	R\$ 48.025.884,29	R\$ 0,372
1º semestre de 2026	R\$ 36.455.081,28	R\$ 27.614.874,79	R\$ 0,214
2º semestre de 2026	R\$ 23.775.080,00	R\$ 18.009.721,40	R\$ 0,139
1º semestre de 2027	R\$ 3.170.000,00	R\$ 2.401.288,11	R\$ 0,019

Fonte: Hedge. Valores não consideram a correção por IPCA/IBGE.

Case I Fashion Outlet Novo Hamburgo – CRI Conversível

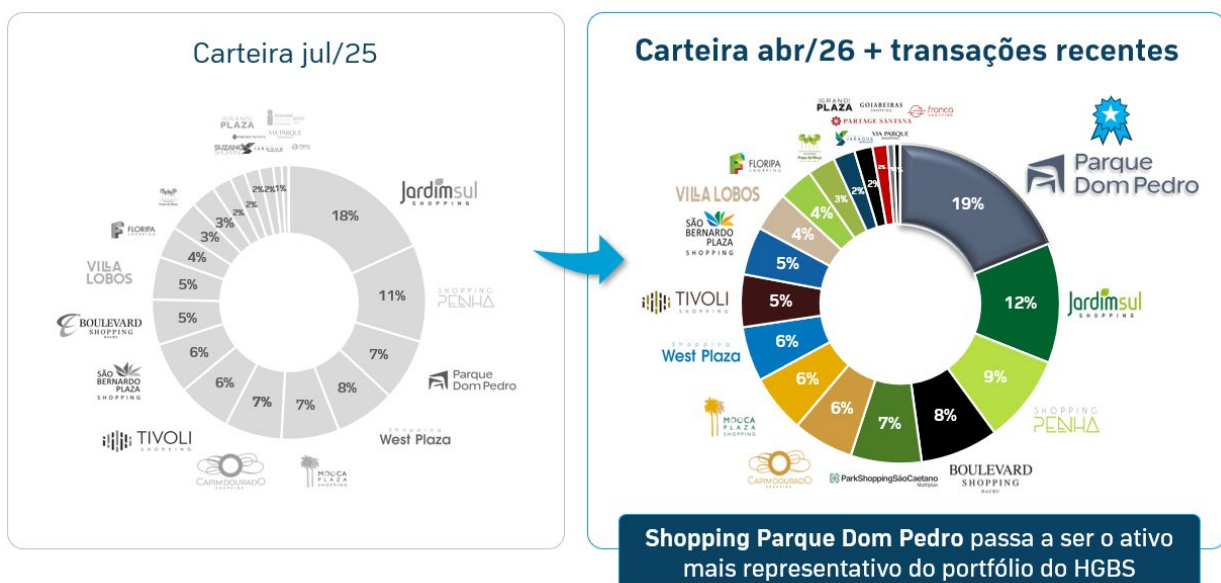
A participação do Fundo no empreendimento teve início em 2012 a partir da estruturação de um CRI para financiar as obras do empreendimento. Em junho de 2015 este CRI foi convertido em fração ideal do Imóvel, quando o Fundo passou a fazer jus aos resultados da exploração comercial do Outlet. A conversão foi realizada por um valor de R\$ 12.919.254,71, considerando a fração objeto de 18,375%. Ou seja, o valor total da venda foi 4,9x superior ao custo de aquisição.

Após esta Transação, o Fundo encerrou sua participação no imóvel, que já havia sido reduzida em março de 2024 com a [venda](#) da participação de 30,625%. Considerando todo o período presente no ativo, de aproximadamente 11 (onze) anos, o investimento gerou uma TIR (taxa interna de retorno) de 24,8% ao ano, ao passo que o IPCA médio no período foi de 5,1% ao ano.

A Operação está sujeita à superação de condições precedentes usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização dos documentos da Transação. Com a evolução da Transação, novas informações serão disponibilizadas ao mercado em geral. A Transação está em linha com a estratégia e atende integralmente à política de investimento do Fundo e aos critérios de enquadramento constantes no Regulamento.

EVOLUÇÃO DO PORTFÓLIO

Com as recentes aquisições realizadas em [dezembro de 2025 e janeiro de 2026](#), as alienações recentemente anunciadas e a aquisição indireta de Parque Dom Pedro, 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. Abaixo temos um exercício de como ficaria a carteira do fundo em abril ao considerar a conclusão das alienações do IFONH e Jardim Sul.



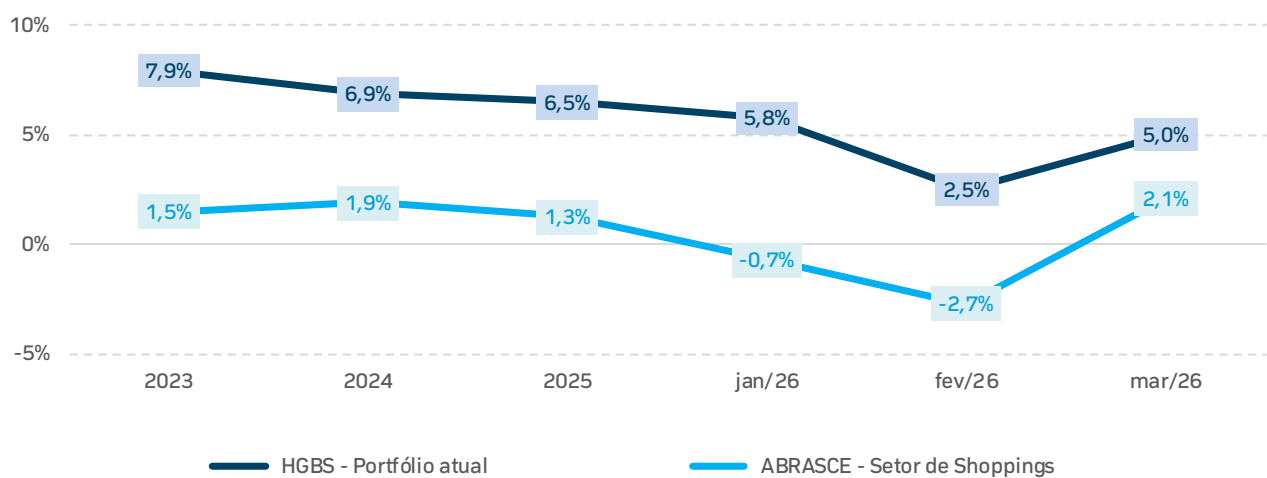


MERCADO DE SHOPPING CENTERS - MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasca), em março, o mercado de shoppings brasileiro apresentou crescimento de 2,1% nas vendas quando comparado ao mesmo mês de 2025, em termos nominais. Já em termos reais, ou seja, levando-se em consideração a inflação no período, houve uma retração de 0,5%. Considerando o acumulado de 2026, temos uma retração nominal de vendas de 0,3% vs. o mesmo período de 2025.

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

Variação nominal das vendas vs. ano anterior

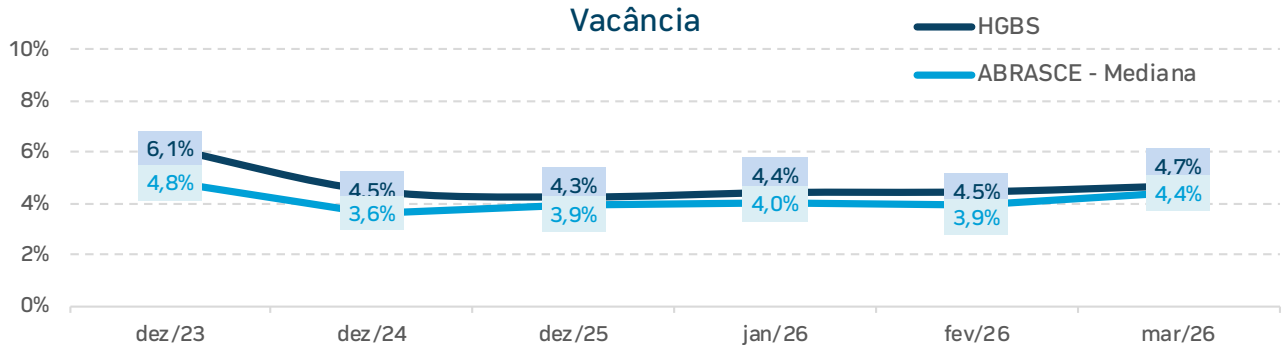


Fonte: Índice Cielo de Varejo em Shopping Centers (ICVS-Abrasce); Hedge; Administradoras.

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

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
mar/26	4,4%	4,9%	4,8%	4,2%	4,3%
fev/26	3,9%	5,9%	5,8%	3,1%	3,0%

Vacância



Fonte: Abrasca, Hedge



INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de março considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira no ano anterior. Destacamos que a aquisição de participação indireta adicional no Shopping Parque Dom Pedro já está refletida nos números abaixo, enquanto as alienações em andamento só serão refletidas após as respectivas conclusões.

VENDAS/M²: O portfólio do Fundo apresentou vendas/m² de R\$ 1.284 em março, o que representa um crescimento de 5,1% vs. março de 2025. Levando em conta o acumulado de 2026, as vendas apresentam crescimento de 4,6% em comparação ao mesmo período de 2025. Destacamos que, retirando da base as vendas do Floripa, ativo que foi fortemente impactado pelo crescimento do turismo estrangeiro em Florianópolis em 2025, o portfólio apresentaria um crescimento de vendas/m² de 6,3% vs mar/25 e 6,5% no acumulado do ano.

VACÂNCIA: O Fundo encerrou março com 4,7% da ABL vaga vs. 4,5% em fevereiro e 4,8% em mar/25.

NOI/M²: Em março, o NOI/m² do Fundo foi de R\$ 85,7/m², um crescimento de 9,9% vs. março de 2025. No acumulado do ano de 2026, o indicador apresenta crescimento de 5,8% em comparação ao mesmo período de 2025.

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

Março - 2026					VENDAS (100%)			NOI (100%)		
Portfólio ¹	% da Carteira	Part.	ABL (100%)	Vacância	R\$/m ²	R\$/m ² vs. mar/25	YTD vs. 2025	R\$/m ²	R\$/m ² vs. mar/25	YTD vs. 2025
Pq D. Pedro ²	18%	21,7%	126.359	1,2%	1.373	-0,2%	4,7%	132,6	6,2%	2,1%
Jardim Sul	13%	80,0%	28.739	3,1%	2.078	6,1%	3,3%	131,8	3,3%	6,1%
Penha	9%	87,6%	29.779	5,2%	1.695	10,7%	9,2%	102,0	17,2%	8,0%
Bauru	8%	100,0%	34.550	3,2%	975	6,5%	11,5%	54,8	25,2%	17,6%
São Caetano	7%	20,0%	39.252	3,3%	2.254	10,3%	8,8%	181,3	26,9%	18,5%
Capim Dourado	6%	60,0%	38.934	3,7%	1.046	-1,9%	-0,9%	64,6	-0,4%	-5,5%
Mooca	6%	20,0%	42.067	0,1%	2.168	10,2%	9,6%	154,2	8,3%	6,2%
West Plaza ²	5%	89,9%	35.059	9,1%	801	18,9%	15,9%	48,5	35,6%	14,6%
Tivoli	5%	59,0%	25.779	1,1%	1.353	2,3%	2,9%	89,1	-0,5%	5,8%
São Bernardo	5%	35,0%	42.954	4,3%	1.051	0,9%	2,2%	72,8	-3,6%	0,2%
Villa Lobos	4%	15,0%	28.394	3,9%	2.637	7,2%	4,9%	225,0	22,8%	4,9%
Floripa ^{2,4}	3%	25,9%	50.866	1,4%	1.285 ³	-21,6%	-27,4%	64,4	-13,5%	-9,1%
Pr. da Moça	3%	23,1%	31.368	2,0%	1.236	7,4%	5,6%	96,5	8,4%	4,3%
Araraquara	2%	25,0%	21.099	2,6%	1.242	12,6%	12,5%	81,8	6,4%	7,2%
Santana	1%	15,0%	24.627	7,6%	1.260	19,9%	11,3%	124,5	28,1%	8,7%
IFONH	1%	18,4%	20.051	2,7%	1.515	-0,9%	7,1%	90,7	10,1%	4,6%
Via Parque ²	1%	12,4%	56.485	12,3%	450	1,7%	0,9%	21,1	-23,0%	1,1%
Goiabeiras	0,6%	54,0%	25.831	18,0%	371	1,2%	-2,1%	-7,3	na	na
Franca	0,03%	0,4%	18.955	0,0%	1.659	18,0%	18,4%	119,7	24,5%	18,2%
HGBS¹	-	-	270.773	4,7%	1.284	5,1%	4,6%	85,7	9,9%	5,8%

¹ Não considera Grand Plaza visto que não temos acesso aos números. Indicadores consideram a participação atual em cada ativo.

² Participação no West Plaza via imóvel e WPLZ11, no Parque D. Pedro via HPDP11 (ainda não considera a subscrição de cotas na emissão nem o aumento de participação no shopping), no Floripa via FLRP11 e no Via Parque via FVPQ11.

³ Não considera ABL de lajes corporativas.

⁴ Destacamos que a variação negativa dos indicadores de Vendas e NOI do Floripa é influenciada por uma base elevada de resultados em 2025, com forte impacto do crescimento do turismo estrangeiro em Florianópolis no período.

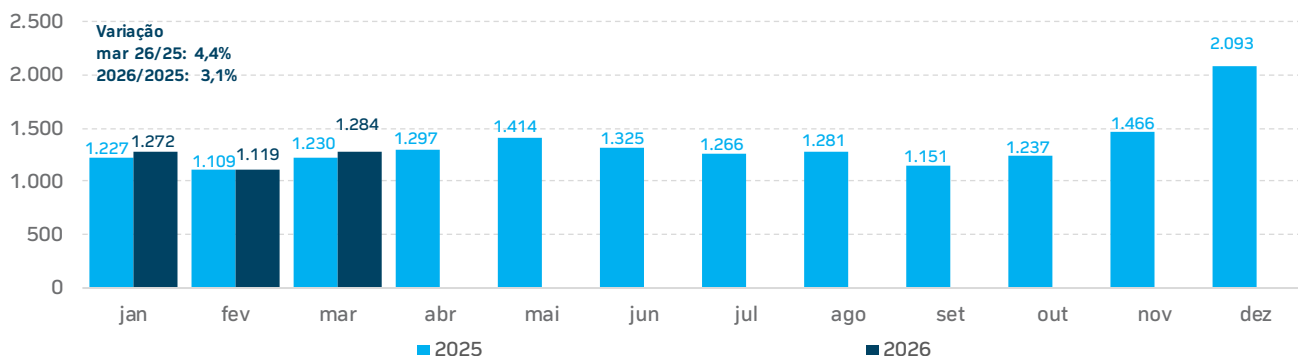
Fonte: Hedge, Administradoras.



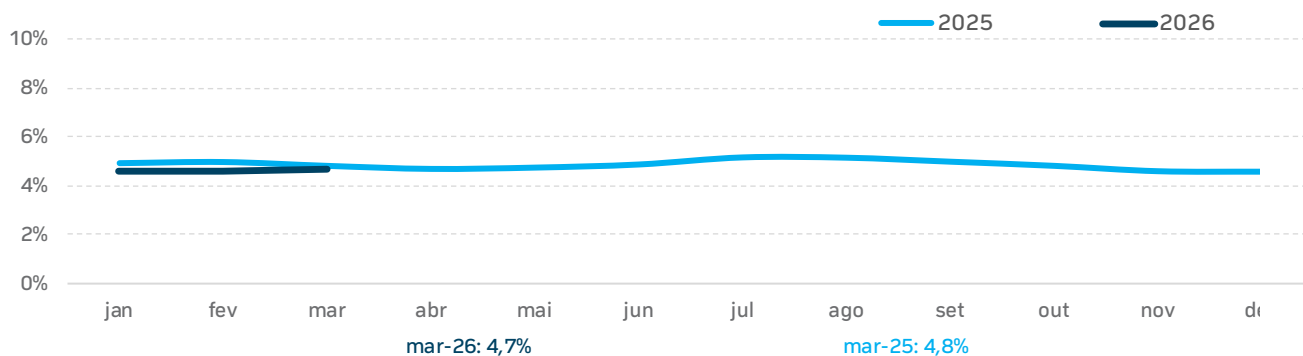
INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

Para maiores detalhes, recomendamos a análise da Planilha de Fundamentos, disponível na [página](#) do Fundo. Destacamos que os indicadores desta seção podem diferir do apresentado acima uma vez que nas páginas anteriores é apresentado uma comparação teórica que considera a atual carteira do Fundo no ano anterior ao passo que abaixo é demonstrado o histórico realizado do Fundo.

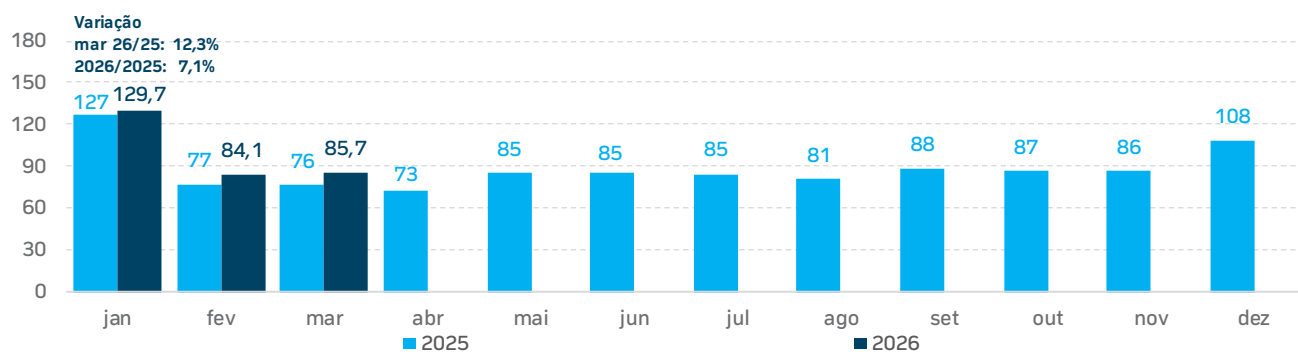
VENDAS TOTAIS / M² (R\$)



VACÂNCIA (% ABL)



EVOLUÇÃO DO NOI/M² (R\$, SOB REGIME DE CAIXA)



Fonte: Hedge, Administradores

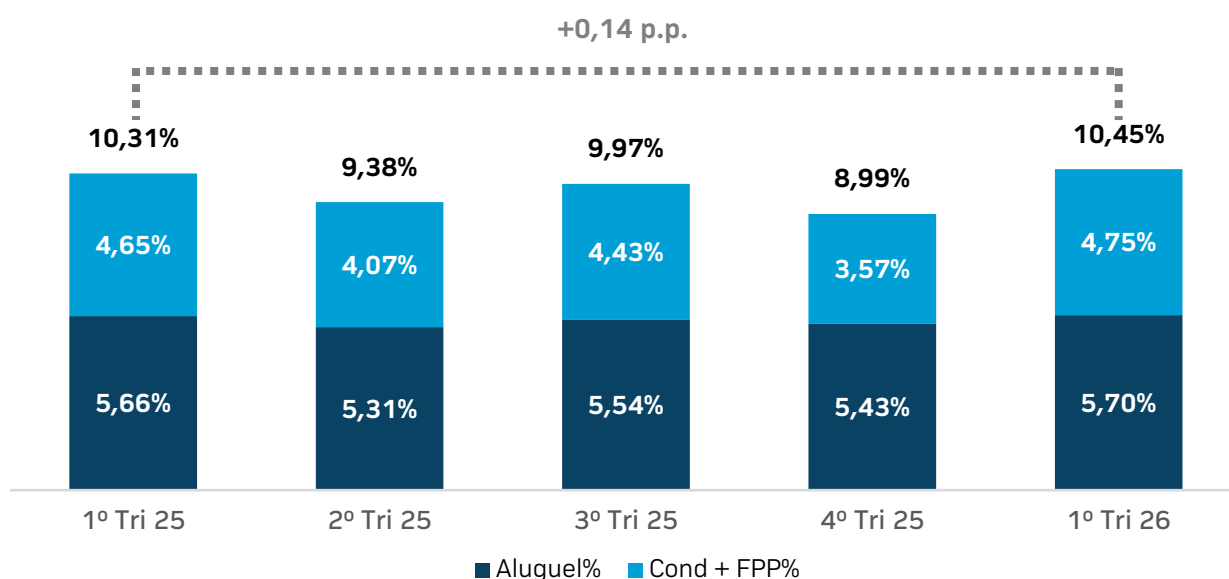


INDICADORES COMERCIAIS

Custo de Ocupação (% das Vendas)

No primeiro trimestre de 2026, o custo médio de ocupação do portfólio alcançou 10,5%, registrando alta de 0,1 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2025. Esse avanço é explicado por uma base de comparação forte de vendas do Floripa, que em 2025 foi favorecido por um fluxo elevado de estrangeiros, movimento que não se repetiu com a mesma intensidade em 2026.

Desconsiderando esse ativo da análise, o custo de ocupação permaneceria estável frente ao primeiro trimestre de 2025.



Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

No 1º trimestre de 2026, o portfólio do HGBS apresentou SSS de +2,4% na comparação com o mesmo período de 2025. O principal destaque foi o segmento de Alimentação, no qual Café & Lanches (+20,3%) e Fast Food (+7,4%) mantiveram crescimento robusto, enquanto Restaurantes (+0,9%) mostrou evolução mais moderada.

Em Conveniência e Serviços, o desempenho foi impulsionado por Farmácias (+16,9%), beneficiadas pelo forte avanço das canetas emagrecedoras. Já em Outros, Telefonía (+20,4%) registrou crescimento relevante, apoiado por novos lançamentos de aparelhos celulares.

Na ponta negativa, o maior impacto veio de Artigos do Lar, com retrações em Eletrodomésticos e Eletrônicos (-8,3%) e em Decoração e Construção (-7,5%).

Entre os ativos, o principal destaque do trimestre foi o Franca (+12,8%), seguido por West Plaza (+7,9%) e Araraquara (+6,9%). Por outro lado, apenas dois ativos apresentaram SSS negativo no período: Goiabeiras (-2,9%) e Floripa (-26,8%), já explicado anteriormente.

Nesse contexto, desconsiderando o Floripa, o SSS do HGBS seria de +4,3%. Seguindo a mesma premissa, sob a ótica dos segmentos, o mais impactado foi Roupas e Calçados, que passaria a +2,7%.

SSS por segmento (vs. mesmo período de 2025)	1º Tri 2026	1º Tri 2026 (ex Floripa)
Roupas e Calçados	-0,8%	2,7%
Alimentação	7,4%	7,9%
Conveniência & Serviços	5,0%	5,5%
Artigos do Lar	-7,8%	-4,9%
Outros	4,5%	5,3%
HGBS	2,4%	4,3%

DESEMPENHO DO FUNDO

RESULTADO

Em abril, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,174 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,170 / cota como rendimento referente ao mês de abril de 2026, considerando as 129.133.010 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 15 de maio de 2026, aos detentores de cotas em 30 de abril de 2026.

No mês, o fundo realizou a venda de FII Líquidos e Estratégicos, realizando um lucro de R\$ 0,036 / cota. Em relação a venda de FII líquidos, apesar do prejuízo realizado, informamos que o investimento em FIIs de CRI como alocação de caixa apresentou uma rentabilidade de 116% do CDI líquido ao longo do período.

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	abr-26	R\$ / Cota	2026	R\$ / Cota Médio Mensal
Receita Imobiliária	22.740.303	0,176	99.767.340	0,193
Imóveis	18.190.431	0,141	83.596.133	0,162
FIIs Estratégicos - Rendimento	4.549.872	0,035	16.171.207	0,031
Outras Receitas	1.151.928	0,009	4.917.860	0,010
FIIs Líquidos - Rendimento	122.282	0,001	1.453.676	0,003
CRI	242.295	0,002	1.376.476	0,003
LCI	-	-	148.237	0,000
Renda Fixa	787.351	0,006	1.939.471	0,004
Total de Despesas	(5.986.588)	(0,046)	(22.977.594)	(0,044)
Despesas operacionais	(1.814.284)	(0,014)	(6.665.879)	(0,013)
Despesas financeiras	(4.172.304)	(0,032)	(16.311.715)	(0,032)
Resultado Operacional	17.905.644	0,139	81.707.606	0,158
Lucro Operações	4.602.200	0,036	6.411.907	0,012
Imóveis	-	-	(1.371.923)	(0,003)
FIIs Estrat. - Ganho de Capital	6.545.629	0,051	18.243.043	0,035
FIIs Líquidos - Ganho de Capital	(1.200.567)	(0,009)	(9.573.594)	(0,019)
IR Ganho FIIs	(742.862)	(0,006)	(885.620)	(0,002)
Resultado HGBS11	22.507.844	0,174	88.119.513	0,171
Rendimento HGBS11	21.952.612	0,170	86.519.117	0,168
Rendimento Recibos*	251.567	-	253.031	-

Renda Imobiliária: Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIIs Estratégicos - Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIIs Líquidos - Rendimento: rendimentos nos investimentos em FIIs 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.

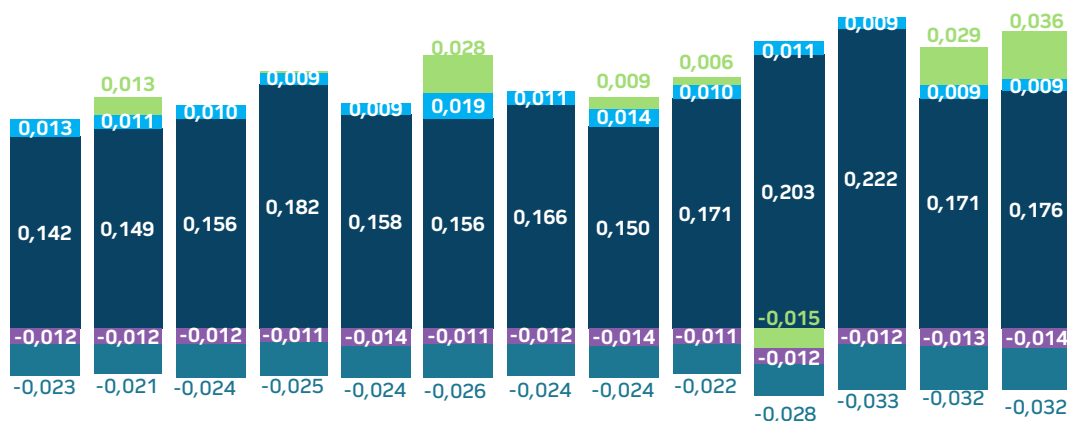
* Rendimento distribuído aos detentores de recibos da 11ª Emissão de cotas do Fundo.

Fonte: Hedge



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

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



	abr-25	mai-25	jun-25	jul-25	ago-25	set-25	out-25	nov-25	dez-25	jan-26	fev-26	mar-26	abr-26	Média 12m
Resultado Total	0,120	0,140	0,130	0,155	0,130	0,166	0,141	0,136	0,153	0,159	0,186	0,164	0,174	0,153
Rendimento	0,160	0,160	0,160	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,160	0,170	0,170	0,170	0,158
Resultado Acumulado	0,074	0,054	0,024	0,030	0,010	0,026	0,017	0,003	0,006	0,005	0,021	0,015	0,017	-

PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Considerando as premissas de projeção de resultados para os ativos do Fundo e a projeção de lucro a ser realizado caso sejam concluídas as vendas do I Fashion Outlet Novo Hamburgo e Jardim Sul, indicamos o patamar de distribuição de R\$ 0,170 / cota para o ano de 2026.

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.

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



RENTABILIDADE

A rentabilidade do Fundo é apresentada de duas formas:

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

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

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

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

No fechamento do mês, o valor de mercado da cota do fundo foi de **R\$ 20,78**.

Hedge Brasil Shopping FII	abr/26	2026	12 meses	Início
Cota Aquisição (R\$)	20,44	20,00	19,74	10,00
Renda Acumulada	0,8%	3,3%	9,5%	286,9%
Ganho de Capital Líquido	1,3%	3,1%	4,2%	86,2%
TIR Líq. (Renda + Venda)	2,2%	6,5%	14,4%	1497,0%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	31,1%	21,5%	14,4%	15,4%
% CDI Líquido	234,3%	168,3%	115,5%	324,3%
Retorno Total Bruto	2,5%	7,2%	14,8%	394,7%
IFIX	1,5%	4,1%	15,2%	258,9%¹
% IFIX	162,7%	174,6%	97,6%	124,2%²

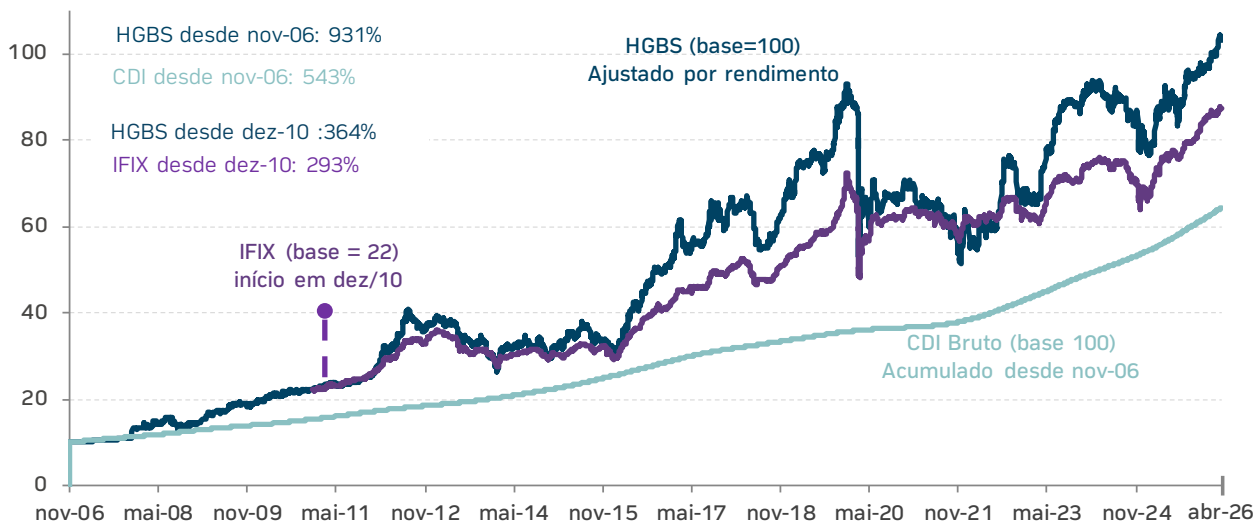
¹ Performance do IFIX desde sua criação em dez-2010

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



RENTABILIDADE ACUMULADA

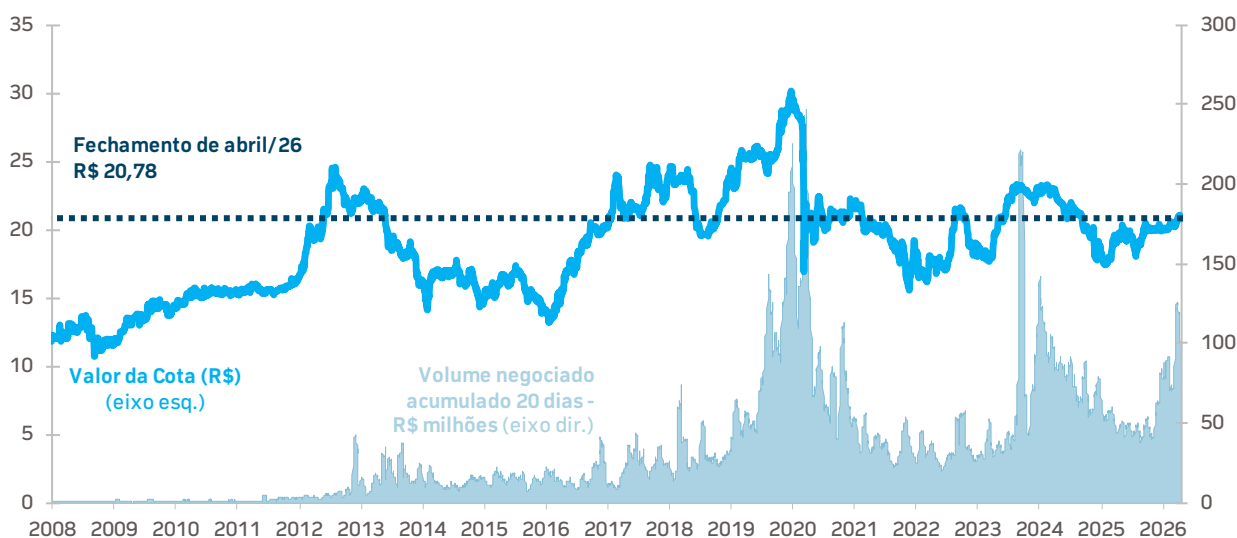
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Econômica

LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	abr/26	2026	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	2,5%	13,5%	30,4%
Volume negociado (R\$ milhões)	68,2	353,2	782,2
Volume médio diário (R\$ milhões)	3,4	4,4	3,1

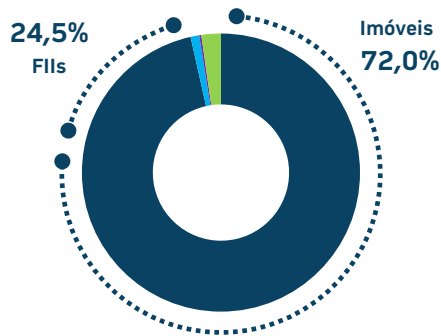


Fonte: Hedge / B3 / Econômica

CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

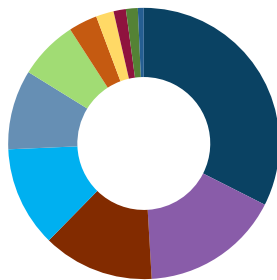
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 20 shopping centers, distribuídos em quinze cidades e seis estados, sendo 15 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 96,5% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 7 shoppings, que totalizam 47% do valor investido em ativos estratégicos.

DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	96,5%	FIIs Líquidos	1,0%
CRIs e LCIs	0,2%	Fundos RF	2,3%

DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



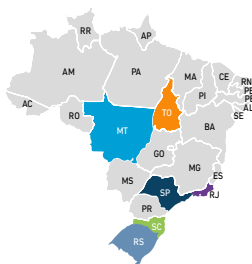
ALLOS	32%
AD Shopping	17%
Ancar	13%
Soul Malls	12%
WE9	10%
Multiplan	7%
Plena Malls	3%
SYN	2%
Partage	1%
Iguatemi	1%
Alqia	1%

DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

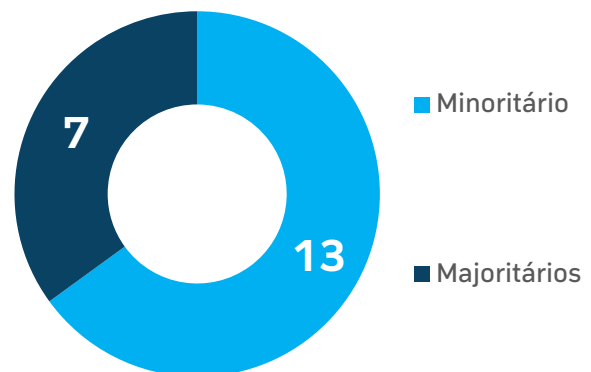


DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

São Paulo	88%
Tocantins	6%
Santa Catarina	3%
Rio Grande do Sul	1%
Rio de Janeiro	1%
Mato Grosso	1%



QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



Fonte: Hedge.

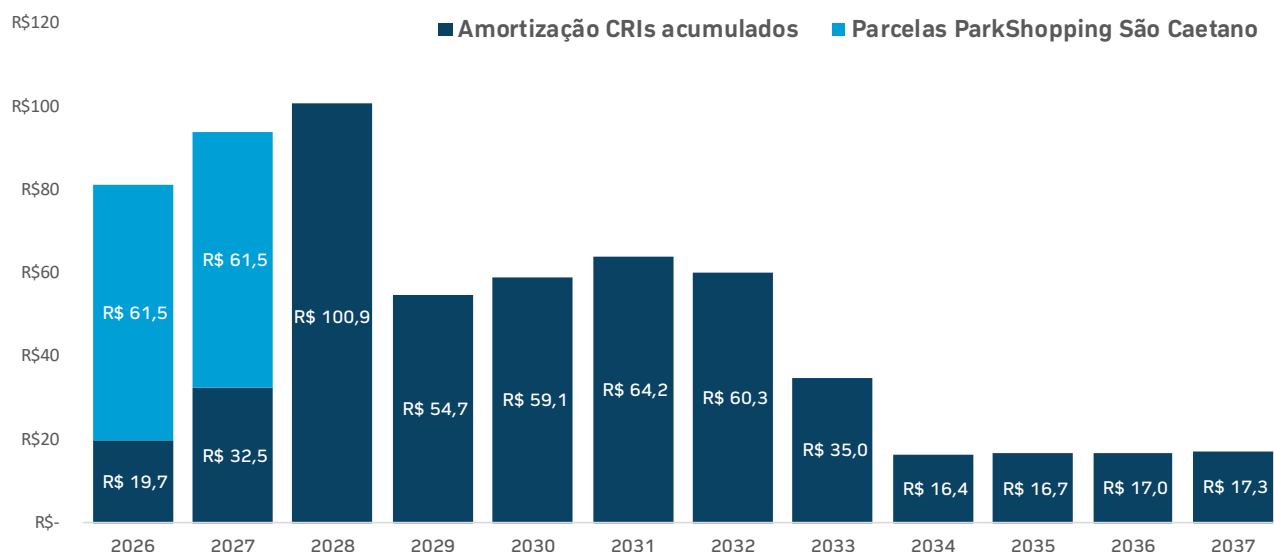


ALAVANCAGEM DO FUNDO

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	19,4%						
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\$ 97,3	R\$ 101,7	R\$ 92,4	R\$ 122,2	R\$ 27,1	R\$ 66,8	R\$ 9,8
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 PAGAMENTOS DO FUNDO (R\$ milhões)



Fonte: Hedge, True Securitizadora

SHOPPING JARDIM SUL (13% DA CARTEIRA)

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

Movimentações comerciais: saída do Pizza Crek (32 m²).

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

Principais Operações: Renner, C&A, CEMA Medicina Especializada (a inaugurar), Camicado, Centauro, Daiso, Fast Shop, Fleury, Le Lis Blanc, Life by Vivara, Lojas Americanas, Multicoisas, Pão de Açúcar, PB Kids, Schutz, Vivara, Almanara, América, Dengo, Lia Giornò, Madero, Outback, Urban Café Journal e UCI Cinemas.

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

www.shoppingjardimsul.com.br



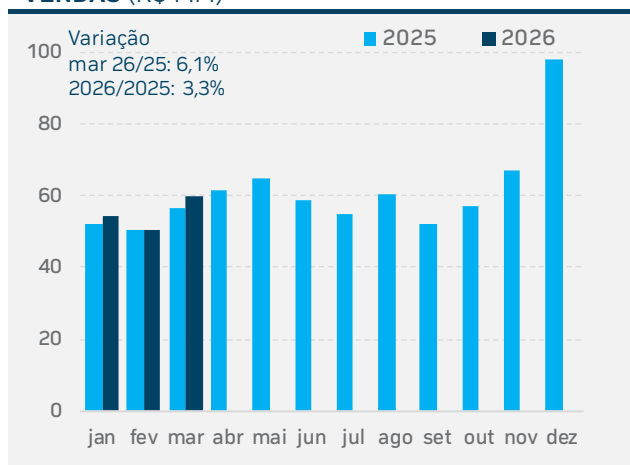
Fotos: Maurício Moreno.



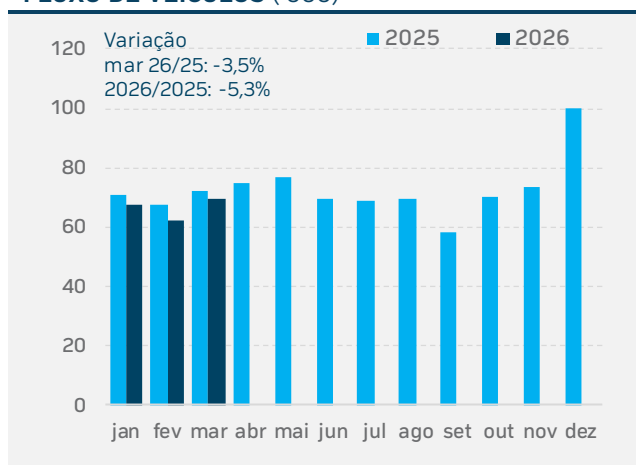
SHOPPING JARDIM SUL (13% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.603.466	2.792.496	-7%	9.718.935	9.429.431	3%
Aluguel complementar	86.480	92.718	-7%	769.487	931.644	-17%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	496.599	577.304	-14%	1.563.710	1.893.882	-17%
Outras receitas	35.239	48.496	-27%	99.271	140.271	-29%
Receitas totais	3.221.785	3.511.014	-8%	12.151.403	12.395.227	-2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	18.968	(89.099)	-	(93.723)	(225.832)	-58%
Outras despesas	(408.707)	(626.396)	-35%	(1.551.333)	(2.069.595)	-25%
Despesas totais	(389.739)	(715.495)	-46%	(1.645.056)	(2.295.428)	-28%
Resultado sem estacionamento	2.832.046	2.795.519	1%	10.506.348	10.099.800	4%
Resultado estacionamento	955.350	868.986	10%	3.776.279	3.358.045	12%
Resultado operacional (NOI)	3.787.395	3.664.505	3%	14.282.627	13.457.845	6%
Benfeitorias	(639.064)	(3.490)	18211%	(793.959)	(51.703)	1436%
Resultado não operacional	(22.208)	(29.916)	-26%	(80.625)	(3.262)	2372%
Fluxo de caixa total	3.126.124	3.631.100	-14%	13.408.043	13.402.880	0%

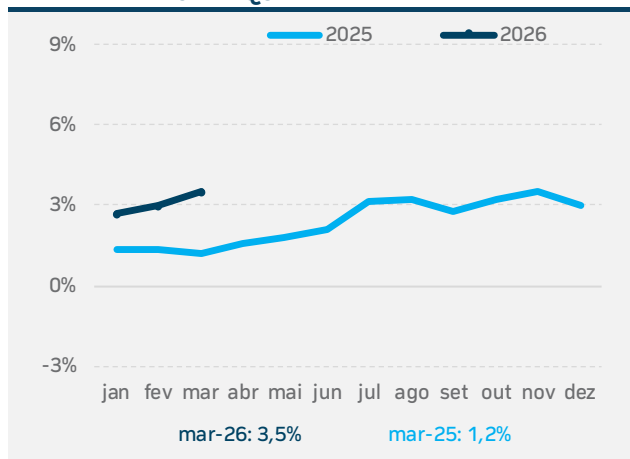
VENDAS (R\$ MM)



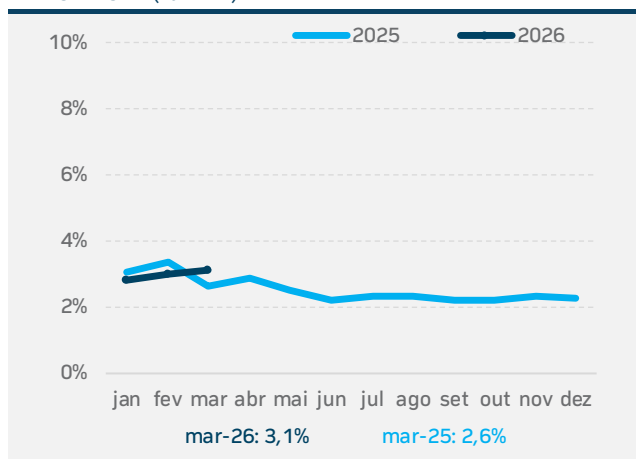
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PENHA (9% 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: troca de área da JM Estética com aumento de 9 m² locados e saída da Caixa (250 m²).

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

Principais Operações: C&A, Centauro, Dafyne Presentes, Danny Cosméticos, Kalunga, Life by Vivara, Magazine Luiza, Pandora, Renner, Ri Happy, Smart Fit, Sonda, Vivara, Cacau Show Super Store, Outback, Moviecom.

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

www.shoppingpenha.com.br



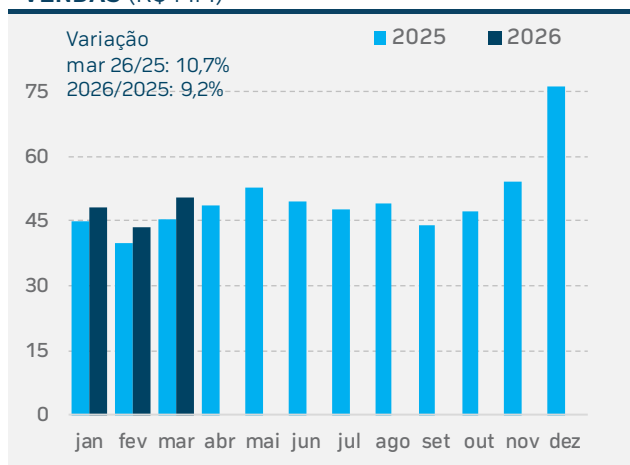
Fotos: Maurício Moreno



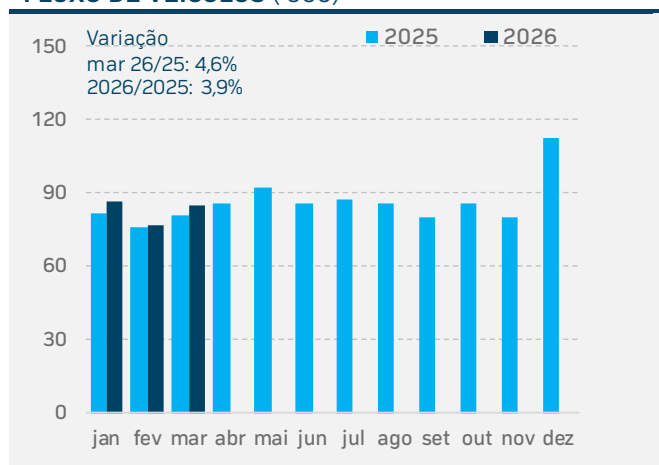
SHOPPING PENHA (9% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.199.398	2.118.946	4%	7.577.380	6.970.878	9%
Aluguel complementar	107.775	77.655	39%	765.693	768.317	0%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	462.960	504.382	-8%	1.454.325	1.489.101	-2%
Outras receitas	355.258	9.076	3814%	482.021	39.833	1110%
Receitas totais	3.125.391	2.710.060	15%	10.279.419	9.268.128	11%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(222.344)	(260.114)	-15%	(837.452)	(776.331)	8%
Outras despesas	(239.686)	(282.652)	-15%	(899.911)	(799.735)	13%
Despesas totais	(462.030)	(542.765)	-15%	(1.737.363)	(1.576.066)	10%
Resultado sem estacionamento	2.663.361	2.167.295	23%	8.542.057	7.692.063	11%
Resultado estacionamento	373.727	424.970	-12%	1.664.058	1.756.455	-5%
Resultado operacional (NOI)	3.037.088	2.592.265	17%	10.206.115	9.448.518	8%
Benfeitorias	(183.606)	(1.202.228)	-85%	(635.094)	(2.658.923)	-76%
Resultado não operacional	-	(2.200)	-	-	(6.600)	-
Fluxo de caixa total	2.853.483	1.387.837	106%	9.571.022	6.782.994	41%

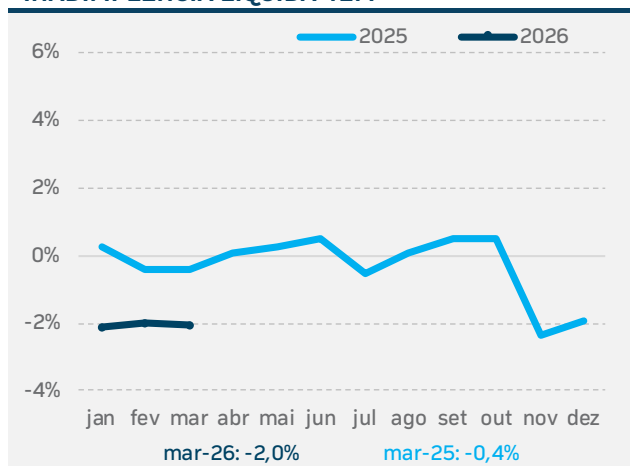
VENDAS (R\$ MM)



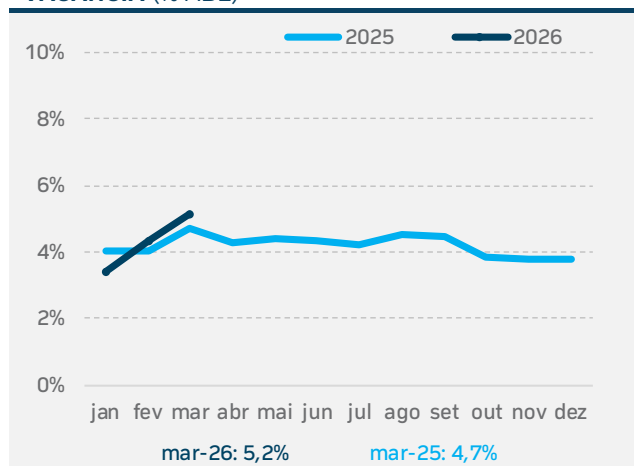
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



BOULEVARD SHOPPING BAURU (8% 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.

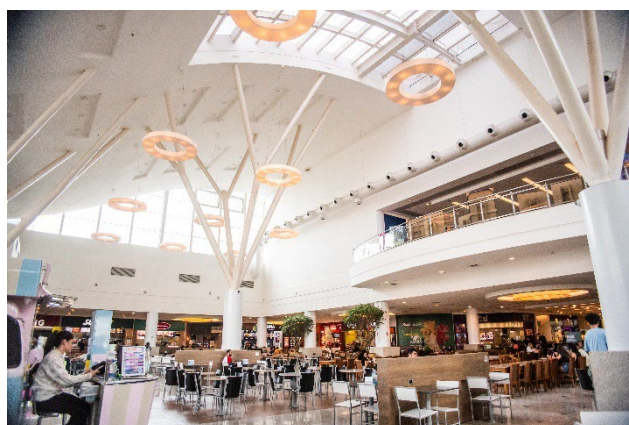
Movimentações comerciais: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
100,0%	34,7 mil m ²	163	2012	WE9 + Hedge

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

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

boulevardshoppingbauru.com.br

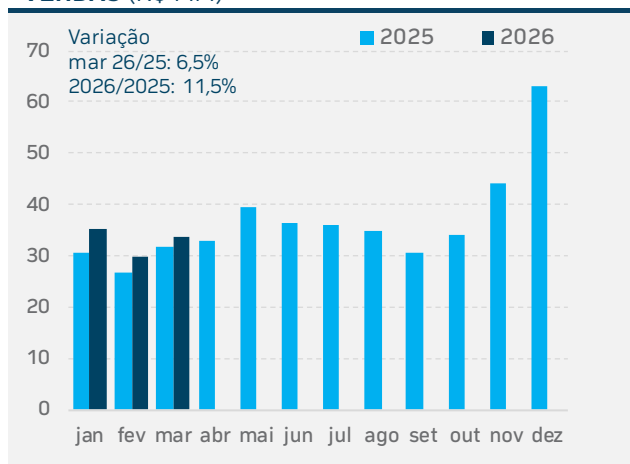




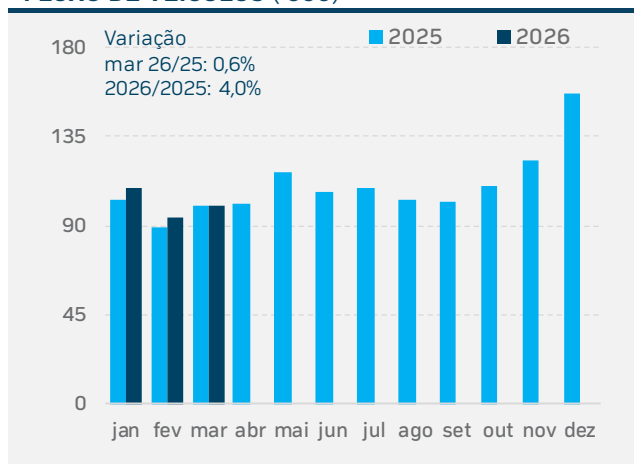
BOULEVARD SHOPPING BAURU (8% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.265.142	1.164.941	9%	4.702.802	4.738.071	-1%
Aluguel complementar	95.774	92.856	3%	912.591	848.074	8%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	302.122	275.404	10%	1.089.576	980.227	11%
Outras receitas	13.722	18.511	-	66.575	(96.033)	-
Receitas totais	1.676.760	1.551.712	8%	6.771.544	6.470.339	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(174.058)	(203.364)	-14%	(491.696)	(628.878)	-22%
Outras despesas	(62.233)	(267.133)	-77%	(407.333)	(763.820)	-47%
Despesas totais	(236.292)	(470.497)	-50%	(899.029)	(1.392.698)	-35%
Resultado sem estacionamento	1.440.468	1.081.215	33%	5.872.515	5.077.641	16%
Resultado estacionamento	454.015	431.366	5%	1.498.897	1.191.591	26%
Resultado operacional (NOI)	1.894.483	1.512.582	25%	7.371.413	6.269.232	18%
Benfeitorias	(5.467)	-	-	(134.583)	(2.649)	4980%
Resultado não operacional	-	11.810	-	120	17.922	-99%
Fluxo de caixa total	1.889.016	1.524.392	24%	7.236.949	6.284.505	15%

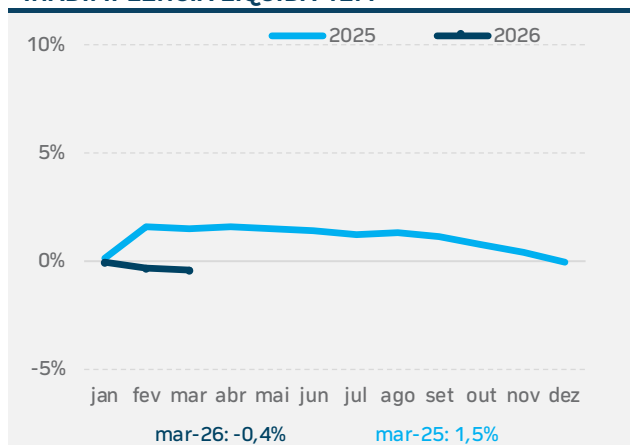
VENDAS (R\$ MM)



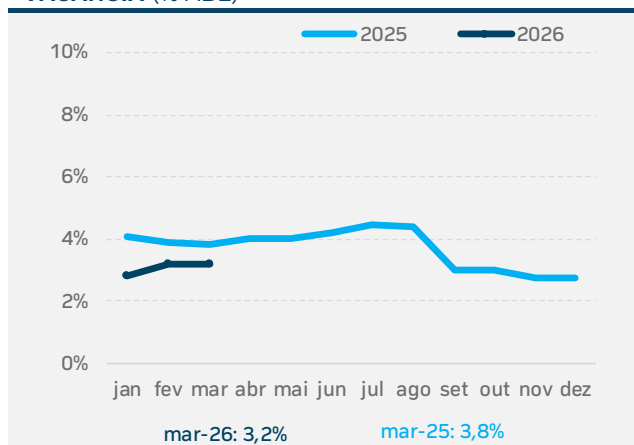
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



PARKSHOPPING SÃO CAETANO (7% DA CARTEIRA)

O ParkShopping São Caetano, localizado em São Caetano do Sul, região metropolitana de São Paulo, é um dos centros de compras mais modernos e sofisticados da região do ABC Paulista. Inaugurado em 2011 pela Multiplan, o shopping se destaca por sua arquitetura contemporânea e iluminada, oferecendo um mix completo que une marcas renomadas, opções de lazer e um polo gastronômico diversificado.

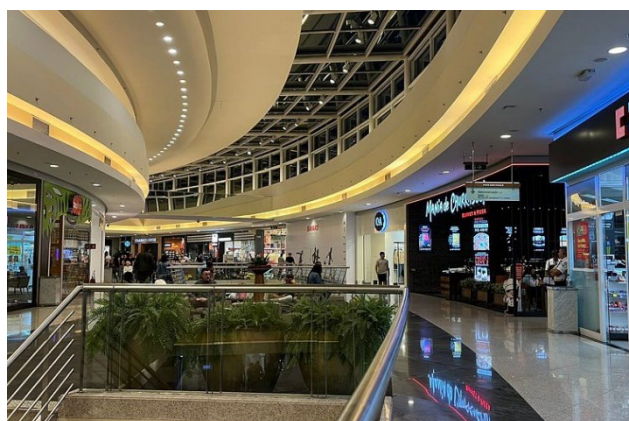
Movimentações comerciais: entradas da Tommy Hilfiger (75 m²), Guaraná Brasil (53 m²) e Türk (39 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
20,0%	39,2 mil m ²	252	2011	Multiplan

Principais Operações: AllMini, Animale, Bayard, Camicado, C&A, Centauro, Cinemark, Hotzone, Kiko Milano, Le Lis Blanc, Life by Vivara, Livraria da Vila, MAC, Pandora, PB Kids, Renner, Riachuelo, Schutz, Sephora, St. Marche, Tania Bulhões, Vivara, Zara, America, Andiamo, Cacau Show Megastore, Camarada Camarão, Casa Porteira, Dengo, Frutaria São Paulo, Le Lucci, Madero, Maremonti, Ofner, Outback, Si Señor, Sushi Nouveau.

Endereço: Alameda Terracota, 545 - Cerâmica, São Caetano do Sul – SP

parkshoppingsaocaetano.com.br/

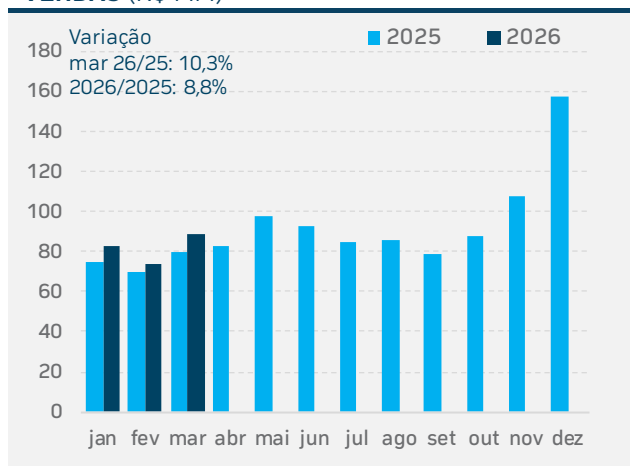




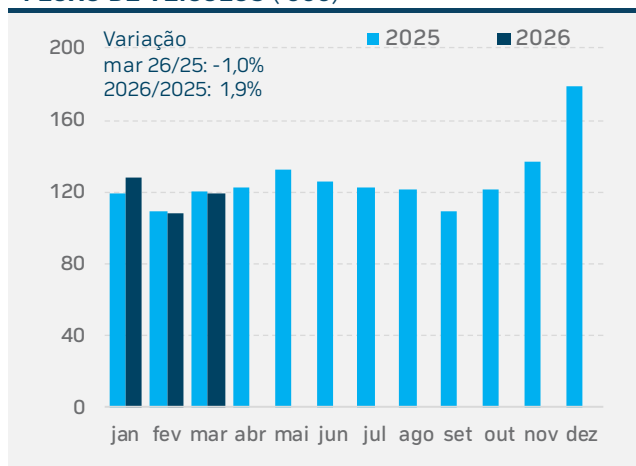
PARKSHOPPING SÃO CAETANO (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Variação vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	5.528.046	5.141.998	8%	21.291.518	18.789.805	13%
Aluguel complementar	173.621	114.249	52%	1.126.781	1.149.855	-2%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	622.184	371.175	68%	1.564.327	1.215.646	29%
Outras receitas	(66.181)	130.452	-	183.642	376.184	-51%
Receitas totais	6.257.670	5.757.875	9%	24.166.267	21.531.489	12%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(374.439)	(319.600)	17%	(1.114.825)	(978.835)	14%
Outras despesas	(290.790)	(1.204.122)	-76%	(2.249.803)	(3.089.061)	-27%
Despesas totais	(665.229)	(1.523.722)	-56%	(3.364.628)	(4.067.896)	-17%
Resultado sem estacionamento	5.592.440	4.234.153	32%	20.801.639	17.463.593	19%
Resultado estacionamento	1.525.448	1.374.081	11%	6.056.892	5.205.202	16%
Resultado operacional (NOI)	7.117.888	5.608.233	27%	26.858.531	22.668.795	18%
Benefitorias	39.426	(1.442.548)	-	73.239	(1.755.757)	-
Resultado não operacional	997	62.591	-98%	(776)	153.727	-
Fluxo de caixa total	7.158.312	4.228.276	69%	26.930.993	21.066.765	28%

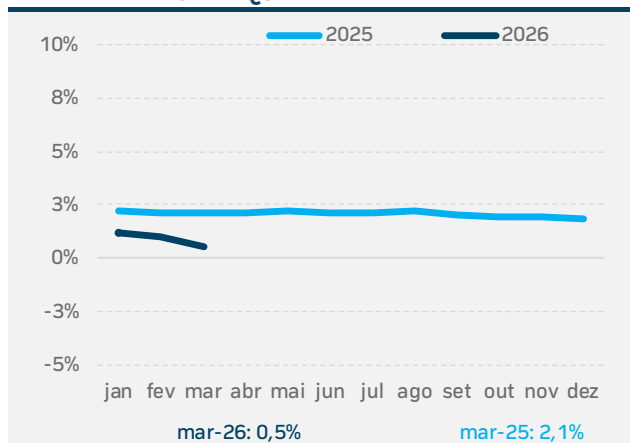
VENDAS (R\$ MM)



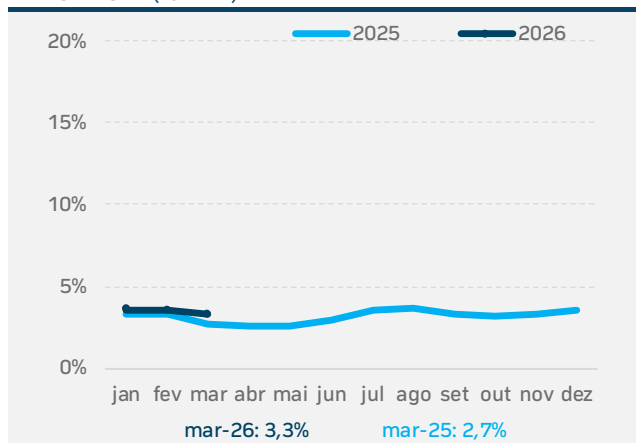
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



CAPIM DOURADO SHOPPING (6% 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.

Destacamos que foi assinado contrato para a entrada do Outback em uma área de 429 m². A unidade será a primeira da rede no estado, reforçando o posicionamento do Capim Dourado como referência em gastronomia e como um dos principais destinos na cidade de Palmas e no estado do Tocantins.

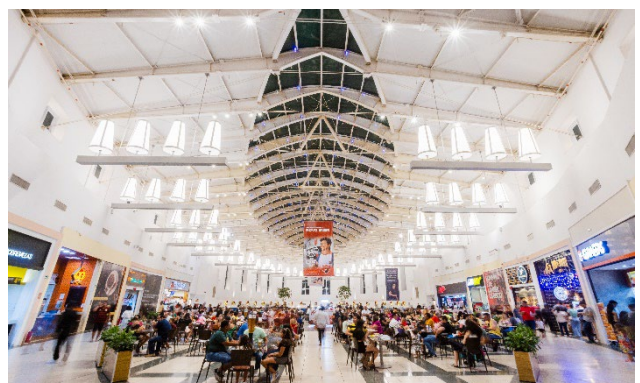
Movimentações comerciais: entradas da Zig Zag Play (1.317 m², sendo apenas 268 de área vaga e o restante reserva técnica), Babi Modas (51 m²) e Casa do Celular (34 m²), saída da Nação Rubro Negra (65 m²) e Duckbill Cookies and Coffee (35 m²).

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, Outback (a inaugurar), 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

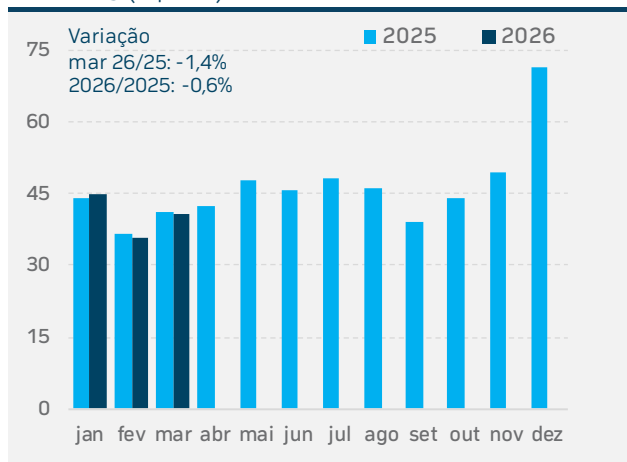




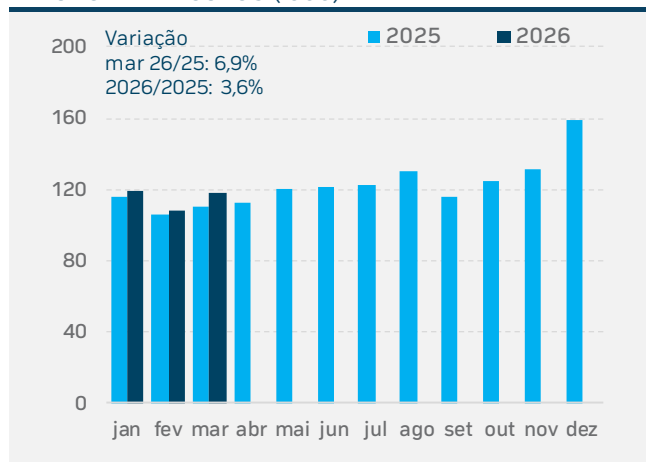
CAPIM DOURADO SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.573.794	1.556.978	1%	5.606.284	5.603.063	0%
Aluguel complementar	262.605	273.443	-4%	1.548.114	1.723.873	-10%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	496.063	502.611	-1%	1.507.597	1.569.431	-4%
Outras receitas	82.288	27.036	204%	185.203	132.555	40%
Receitas totais	2.414.749	2.360.068	2%	8.847.197	9.028.922	-2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(73.317)	(35.631)	106%	(187.058)	(103.755)	80%
Outras despesas	(361.168)	(273.221)	32%	(1.163.449)	(845.538)	38%
Despesas totais	(434.485)	(308.852)	41%	(1.350.507)	(949.293)	42%
Resultado sem estacionamento	1.980.265	2.051.216	-3%	7.496.691	8.079.629	-7%
Resultado estacionamento	535.101	460.553	16%	1.809.686	1.739.012	4%
Resultado operacional (NOI)	2.515.366	2.511.769	0%	9.306.377	9.818.641	-5%
Benfeitorias	(147.251)	-	-	(147.251)	-	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.368.115	2.511.769	-6%	9.159.126	9.818.641	-7%

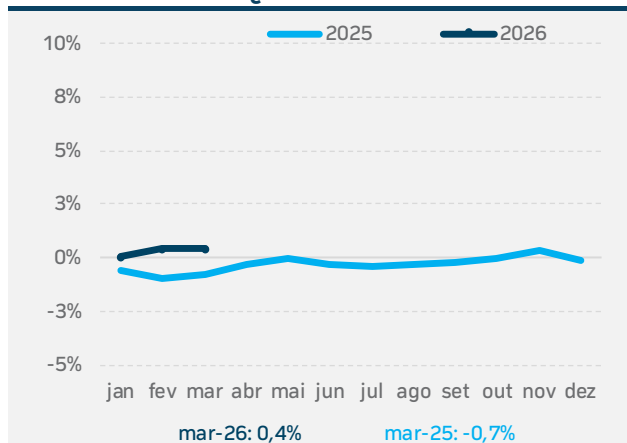
VENDAS (R\$ MM)



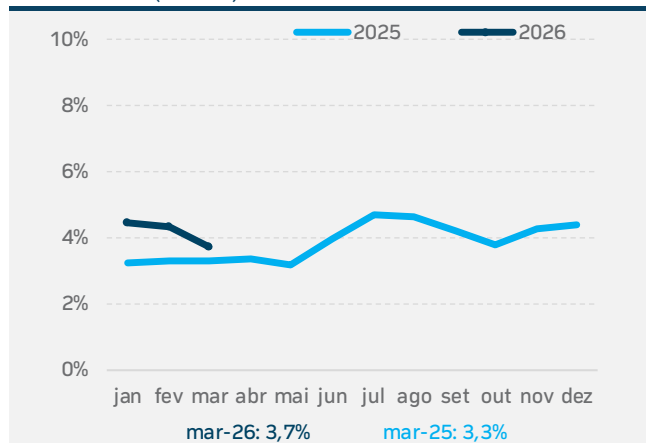
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% 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: saída da Hope Resort (51 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	



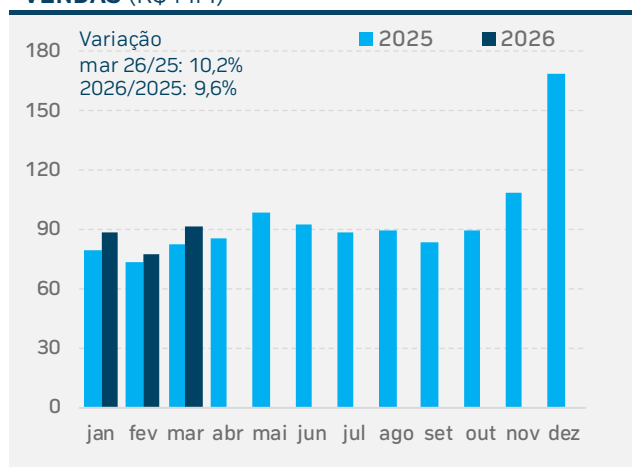
Fotos: Maurício Moreno.



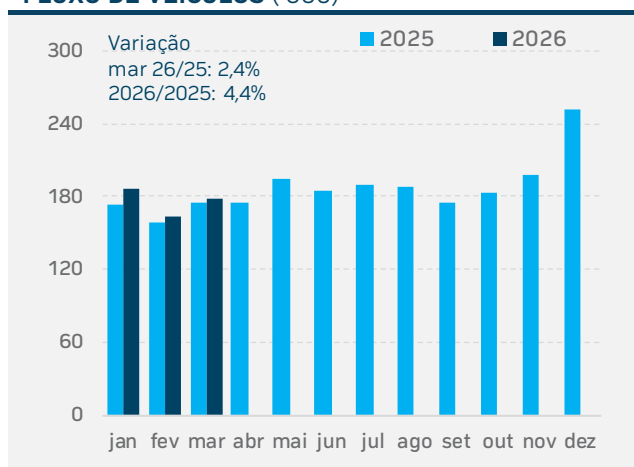
MOOCA PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	5.021.966	4.800.931	5%	18.255.816	17.429.342	5%
Aluguel complementar	190.702	235.644	-19%	1.736.037	1.948.338	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	903.804	707.181	28%	3.393.136	2.737.860	24%
Outras receitas	176.956	265.885	-33%	478.968	535.591	-11%
Receitas totais	6.293.428	6.009.640	5%	23.863.956	22.651.131	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(78.911)	(57.548)	37%	(954.602)	(204.884)	366%
Outras despesas	(1.538.473)	(1.324.911)	16%	(5.118.196)	(4.648.223)	10%
Despesas totais	(1.617.384)	(1.382.460)	17%	(6.072.797)	(4.853.107)	25%
Resultado sem estacionamento	4.676.044	4.627.181	1%	17.791.159	17.798.023	0%
Resultado estacionamento	1.810.088	1.362.893	33%	7.059.925	5.606.772	26%
Resultado operacional (NOI)	6.486.132	5.990.074	8%	24.851.084	23.404.795	6%
Benfeitorias	(228.350)	(1.506.751)	-85%	(626.301)	(2.310.643)	-73%
Resultado não operacional	21.454	(7.358)	-	104.220	25.370	311%
Fluxo de caixa total	6.279.237	4.475.965	40%	24.329.003	21.119.523	15%

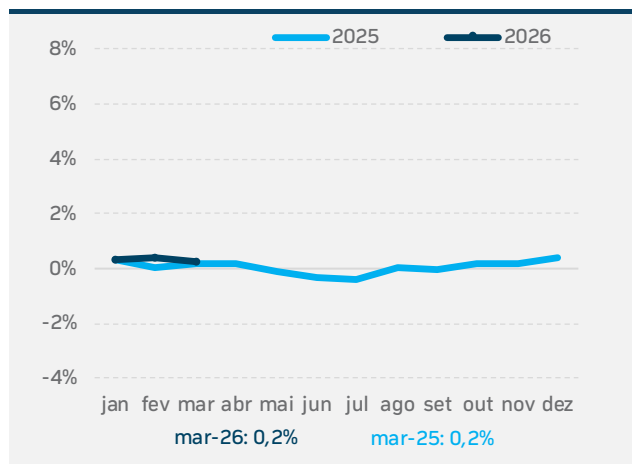
VENDAS (R\$ MM)



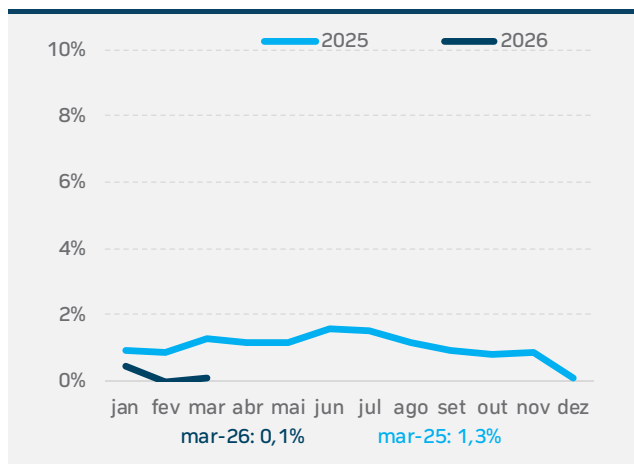
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING WEST PLAZA (5% da carteira – 4% 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.

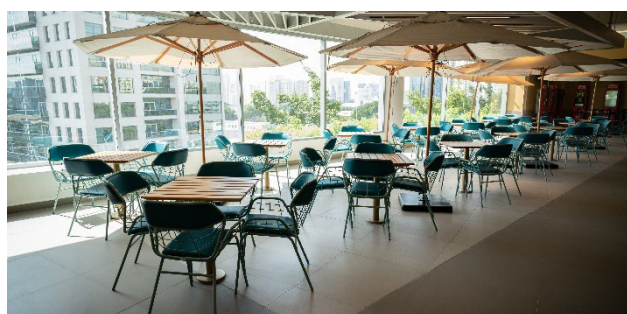
Movimentações comerciais: saídas da Dom Shampoo (106 m²), Sandalíaria (44 m²) e Quem Disse Berenice (42 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
89,1%	35,0 mil m ²	165	1991	Soul Malls

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

Endereço: Av. Francisco Matarazzo – São Paulo, SP

westplaza.com.br



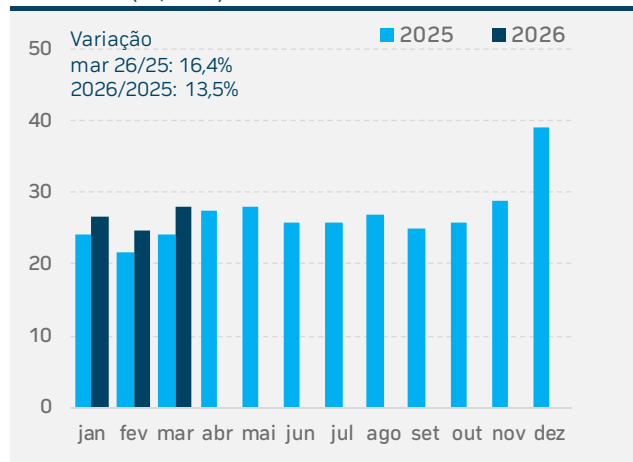
Fotos: Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).



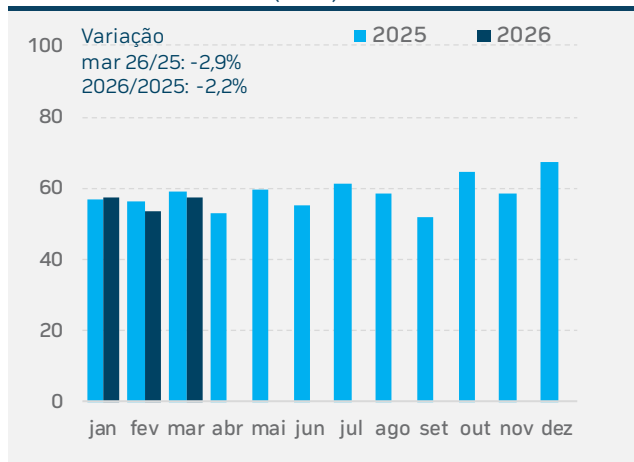
SHOPPING WEST PLAZA (5% da carteira – 4% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Variação vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.364.527	1.429.036	-5%	4.770.673	4.946.004	-4%
Aluguel complementar	125.243	122.316	2%	475.228	538.556	-12%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	241.990	237.430	2%	720.501	1.009.013	-29%
Outras receitas	42.633	9.232	-	50.830	22.312	128%
Receitas totais	1.774.393	1.798.014	-1%	6.017.232	6.515.885	-8%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(499.902)	(912.625)	-45%	(1.923.572)	(2.498.940)	-23%
Outras despesas	(288.479)	(281.144)	3%	(939.280)	(1.295.710)	-28%
Despesas totais	(788.381)	(1.193.769)	-34%	(2.862.852)	(3.794.650)	-25%
Resultado sem estacionamento	986.012	604.245	63%	3.154.380	2.721.235	16%
Resultado estacionamento	713.935	676.444	6%	1.914.059	1.797.656	6%
Resultado operacional (NOI)	1.699.948	1.280.689	33%	5.068.439	4.518.890	12%
Benefitorias	(531.433)	(2.971.488)	-82%	(1.629.596)	(6.288.264)	-74%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	1.168.515	(1.690.799)	-	3.438.843	(1.769.374)	-

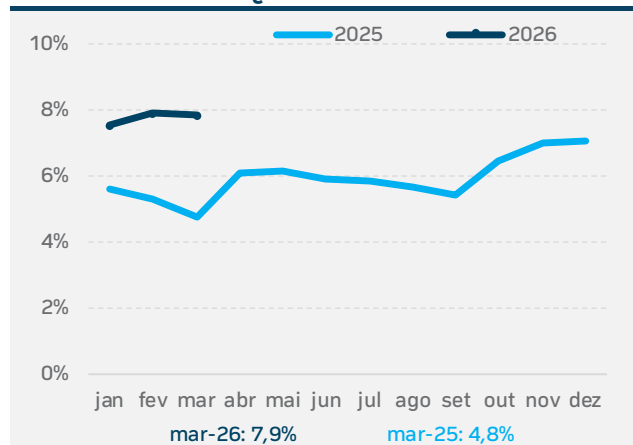
VENDAS (R\$ MM)



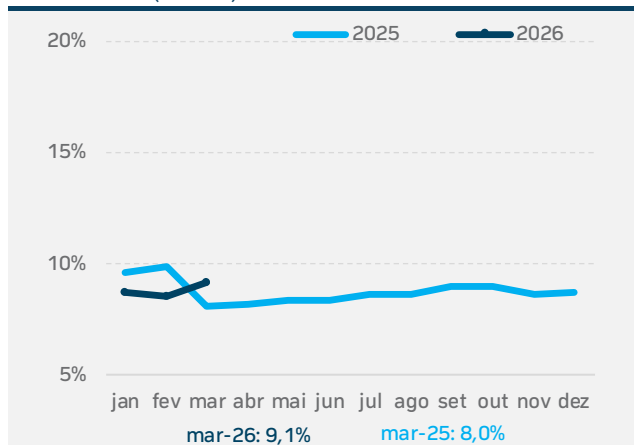
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



TIVOLI SHOPPING CENTER (5% 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: saída da Anacapri (29 m²).

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



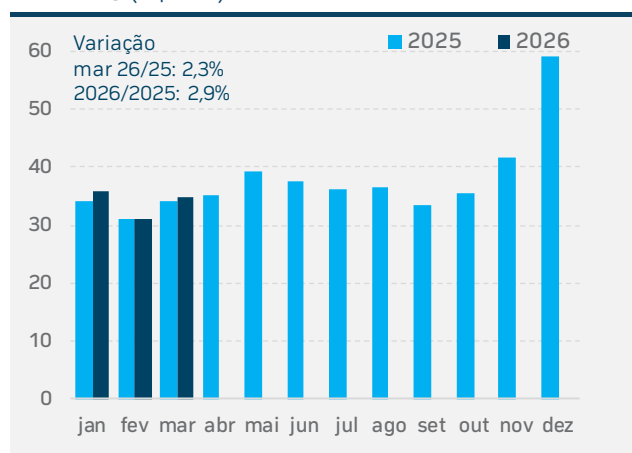
Fotos: Maurício Moreno



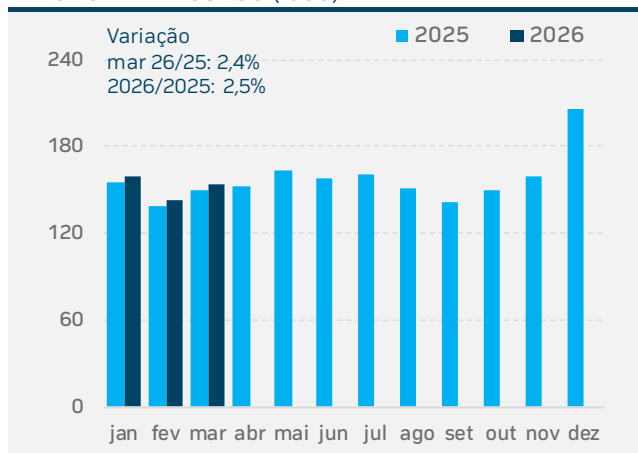
TIVOLI SHOPPING CENTER (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.608.728	1.618.351	-1%	5.425.714	5.150.129	5%
Aluguel complementar	74.233	80.239	-7%	709.065	820.474	-14%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	281.960	225.433	25%	893.580	673.208	33%
Outras receitas	18.349	86.960	-79%	106.089	194.734	-46%
Receitas totais	1.983.271	2.010.983	-1%	7.134.448	6.838.545	4%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(38.573)	(54.769)	-30%	(91.385)	(131.973)	-31%
Outras despesas	(238.744)	(185.283)	29%	(785.308)	(712.141)	10%
Despesas totais	(277.317)	(240.052)	16%	(876.693)	(844.115)	4%
Resultado sem estacionamento	1.705.954	1.770.931	-4%	6.257.754	5.994.431	4%
Resultado estacionamento	591.974	537.762	10%	2.324.374	2.114.931	10%
Resultado operacional (NOI)	2.297.927	2.308.693	0%	8.582.129	8.109.362	6%
Benfeitorias	-	-	-	(51.268)	(27.444)	87%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.297.927	2.308.693	0%	8.530.861	8.081.917	6%

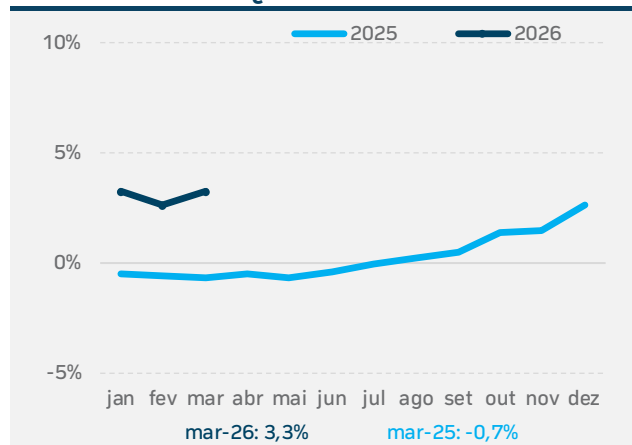
VENDAS (R\$ MM)



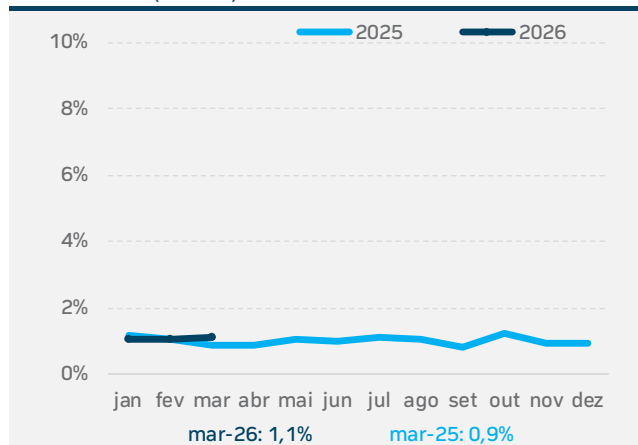
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: saídas da Hering (169 m²), Aramis (137 m²), Studio Plaza (99 m²), Optway (53 m²) e Empório Make (29 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
35,0%	42,9 mil m ²	186	2012	ALLOS

Principais Operações: Cinépolis, Estrela do Lar, Outback, Kalunga, Magazine Luiza, Renner, Riachuelo, C&A, Vivara e Smart Fit.

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

www.shoppingsaobernardoplaza.com.br



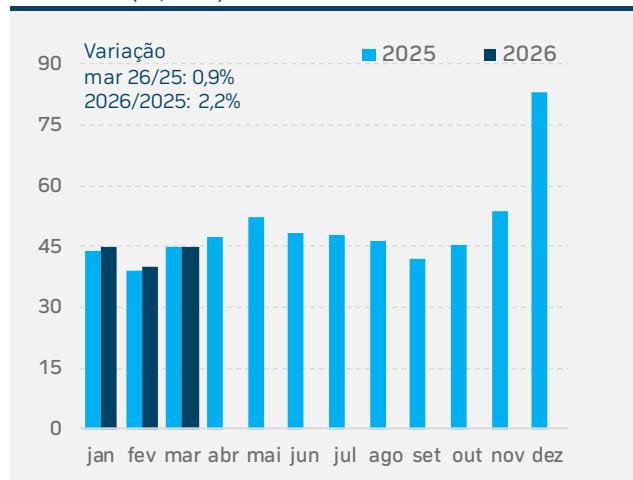
Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.



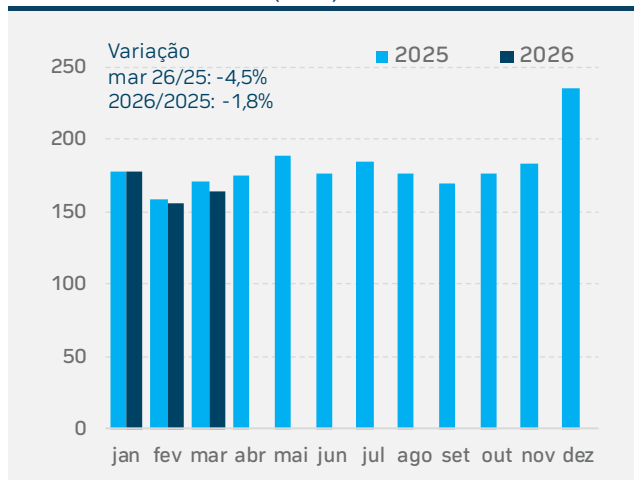
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.244.805	2.343.934	-4%	7.908.458	8.204.256	-4%
Aluguel complementar	89.394	64.937	38%	783.247	723.853	8%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	496.546	389.059	28%	1.614.613	1.430.463	13%
Outras receitas	140.700	60.932	131%	290.241	322.980	-10%
Receitas totais	2.971.444	2.858.862	4%	10.596.558	10.681.551	-1%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(287.836)	(98.236)	193%	(173.030)	(289.280)	-40%
Outras despesas	(534.808)	(490.038)	9%	(2.156.925)	(2.140.807)	1%
Despesas totais	(822.644)	(588.273)	40%	(2.329.955)	(2.430.087)	-4%
Resultado sem estacionamento	2.148.800	2.270.589	-5%	8.266.603	8.251.464	0%
Resultado estacionamento	976.990	975.018	0%	3.889.727	3.881.730	0%
Resultado operacional (NOI)	3.125.789	3.245.607	-4%	12.156.330	12.133.195	0%
Benefitorias	(12.000)	(415.637)	-97%	(15.075)	(491.257)	-97%
Resultado não operacional	18.976	4.025	371%	86.284	(6.999)	-
Fluxo de caixa total	3.132.766	2.833.995	11%	12.227.539	11.634.939	5%

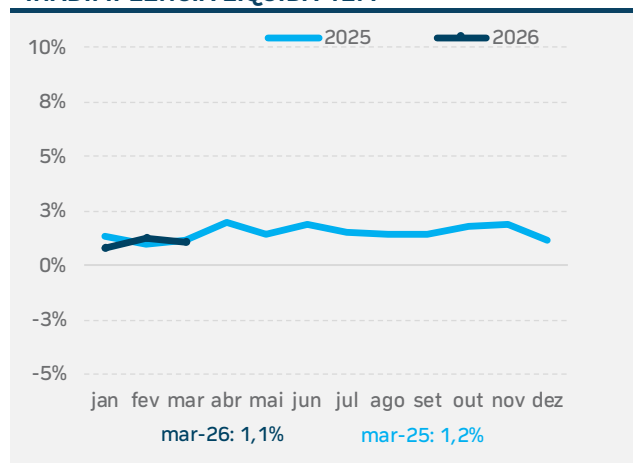
VENDAS (R\$ MM)



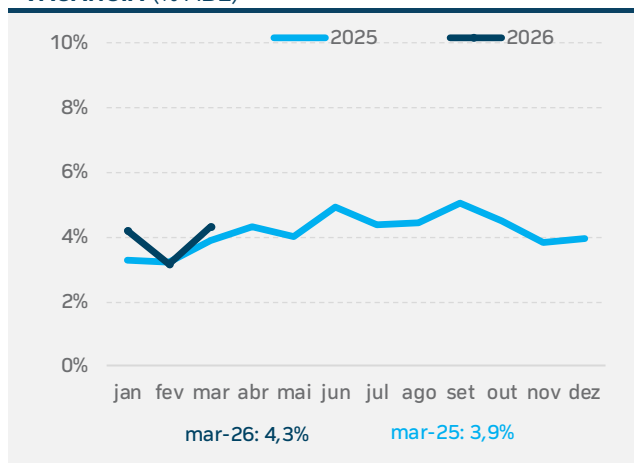
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 da Zerezes (60 m²) e Oceane (25 m²), saídas da Pipe Content House (40 m²) e Anacapri (31 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.



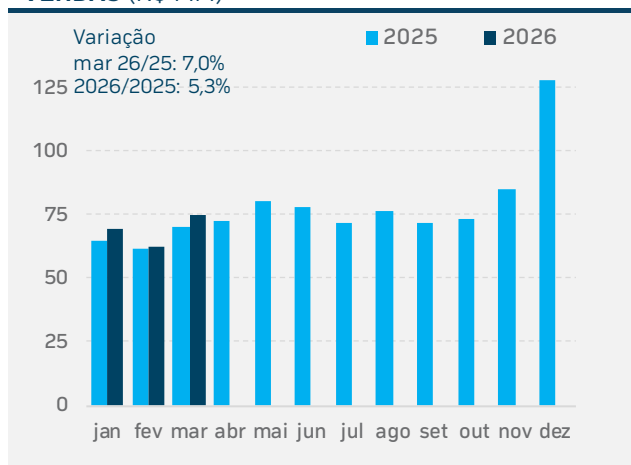
Fotos: Fachada revitalizada.



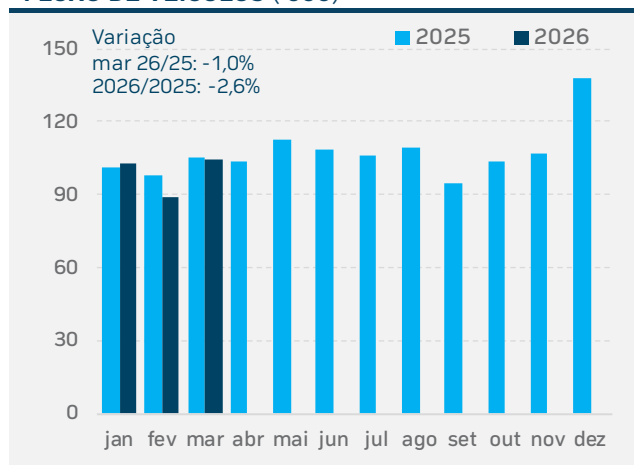
SHOPPING VILLALOBOS (4% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	4.283.951	4.003.030	7%	16.259.310	15.612.396	4%
Aluguel complementar	489.536	212.243	131%	1.727.199	1.886.442	-8%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	857.923	529.248	62%	2.269.570	2.137.421	6%
Outras receitas	450.247	90.263	399%	1.015.137	390.334	160%
Receitas totais	6.081.656	4.834.784	26%	21.271.216	20.026.593	6%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(334.579)	(255.471)	31%	(1.007.146)	(370.996)	171%
Outras despesas	(802.462)	(654.908)	23%	(2.497.199)	(2.169.194)	15%
Despesas totais	(1.137.041)	(910.379)	25%	(3.504.345)	(2.540.190)	38%
Resultado sem estacionamento	4.944.615	3.924.405	26%	17.766.871	17.486.402	2%
Resultado estacionamento	1.443.752	1.288.010	12%	5.633.362	4.710.180	20%
Resultado operacional (NOI)	6.388.368	5.212.416	23%	23.400.233	22.196.582	5%
Benfeitorias	(542.763)	(1.386.381)	-61%	(1.104.055)	(2.304.032)	-52%
Resultado não operacional	84.086	36.559	130%	264.940	51.323	416%
Fluxo de caixa total	5.929.691	3.862.594	54%	22.561.118	19.943.874	13%

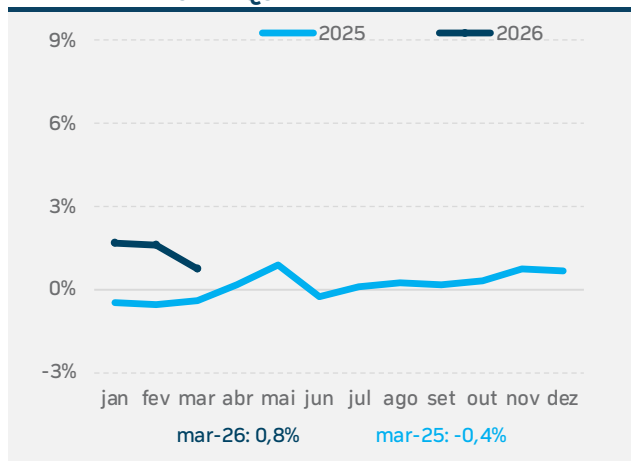
VENDAS (R\$ MM)



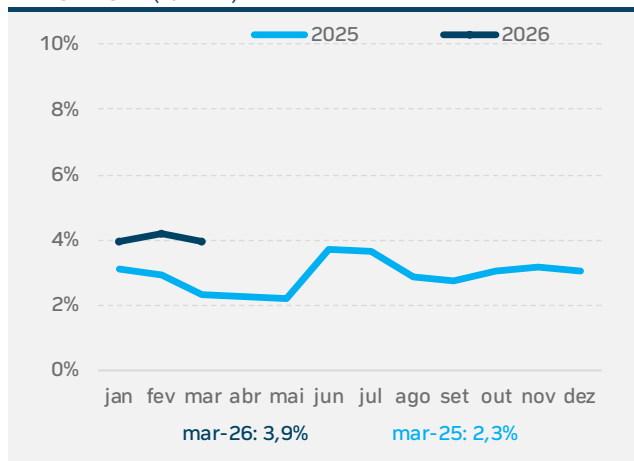
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: saída da Promolivros (100 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.shoppingpracadamoça.com.br



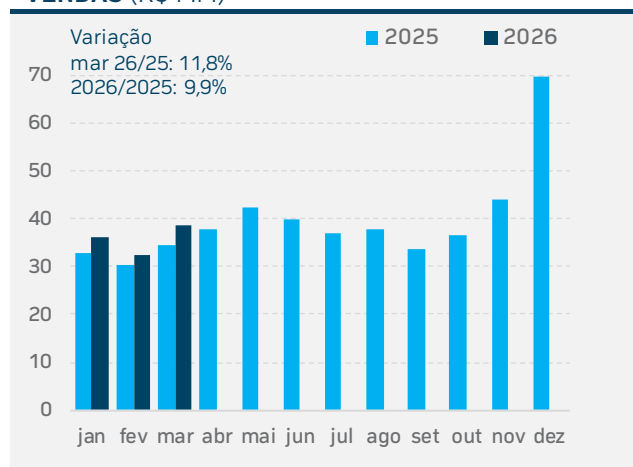
Fotos: Maurício Moreno.



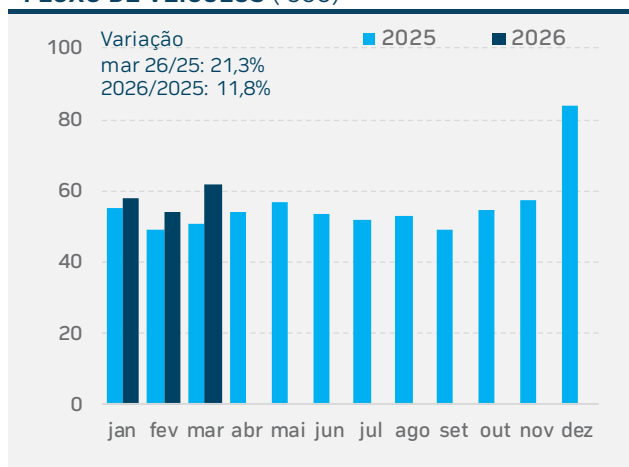
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (3% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.362.558	2.104.554	12%	8.773.460	8.106.001	8%
Aluguel complementar	67.237	60.441	11%	426.567	430.580	-1%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	434.521	349.263	24%	1.248.776	1.105.449	13%
Outras receitas	44.550	78.028	-43%	110.849	180.011	-38%
Receitas totais	2.908.866	2.592.286	12%	10.559.652	9.822.042	8%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(86.049)	(94.717)	-9%	(229.870)	(271.853)	-15%
Outras despesas	(222.535)	(179.969)	24%	(755.973)	(681.441)	11%
Despesas totais	(308.584)	(274.686)	12%	(985.843)	(953.293)	3%
Resultado sem estacionamento	2.600.281	2.317.600	12%	9.573.809	8.868.749	8%
Resultado estacionamento	425.780	364.404	17%	1.368.434	1.204.276	14%
Resultado operacional (NOI)	3.026.061	2.682.004	13%	10.942.243	10.073.025	9%
Benefitorias	(40.000)	2.318.103	-	(40.000)	368.103	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.986.061	5.000.107	-40%	10.902.243	10.441.128	4%

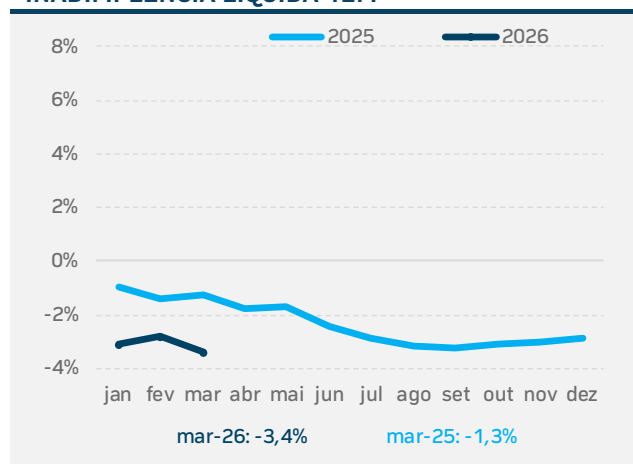
VENDAS (R\$ MM)



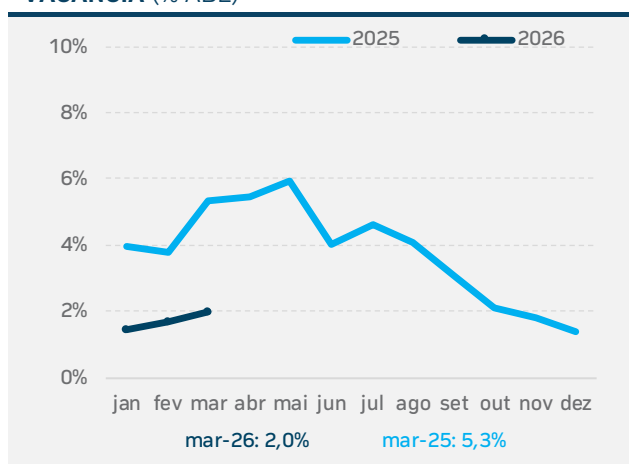
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

Destacamos que o Jaraguá Araraquara recebeu o evento do Adoleta Jump Park, o maior parque inflável do Brasil.

Movimentações comerciais: saída da Like Potato (32 m²).

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

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

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

shoppingjaragua.com.br/araraquara/

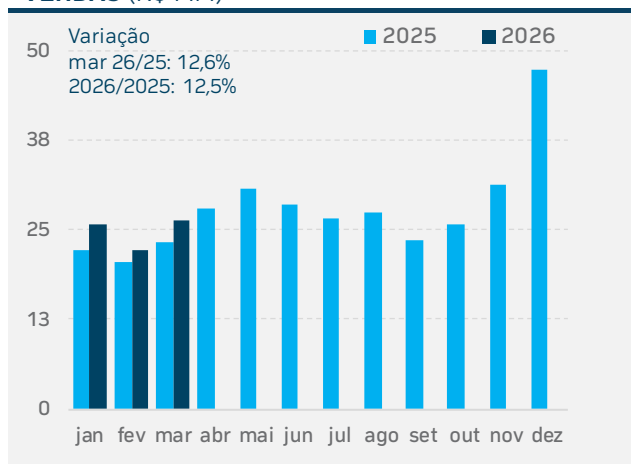




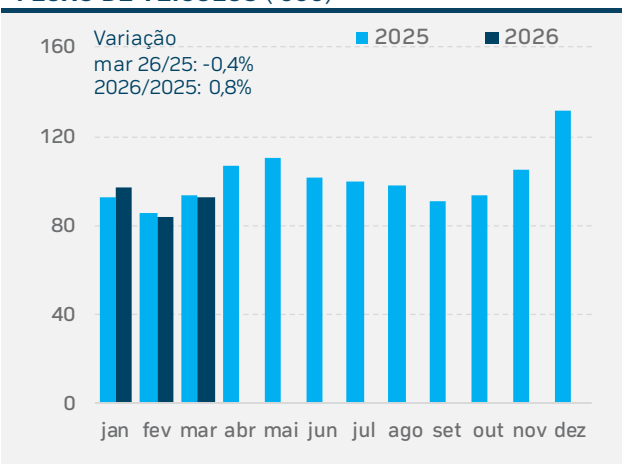
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	878.182	812.250	8%	3.405.510	3.124.955	9%
Aluguel complementar	84.114	118.895	-29%	670.380	755.393	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	564.757	476.729	18%	1.524.354	1.353.491	13%
Outras receitas	8.881	46.220	-81%	23.311	108.379	-78%
Receitas totais	1.535.933	1.454.093	6%	5.623.554	5.342.217	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(82.739)	(75.818)	9%	(259.006)	(227.494)	14%
Outras despesas	(115.567)	(88.839)	30%	(496.736)	(348.803)	42%
Despesas totais	(198.306)	(164.657)	20%	(755.742)	(576.297)	31%
Resultado sem estacionamento	1.337.627	1.289.437	4%	4.867.812	4.765.920	2%
Resultado estacionamento	387.573	331.433	17%	1.605.415	1.269.835	26%
Resultado operacional (NOI)	1.725.200	1.620.869	6%	6.473.227	6.035.755	7%
Benefitorias	(434)	(486.175)	-100%	(449.020)	(2.174.087)	-79%
Resultado não operacional	-	(6.732)	-100%	(195)	(12.500)	-98%
Fluxo de caixa total	1.724.766	1.127.962	53%	6.024.012	3.849.167	57%

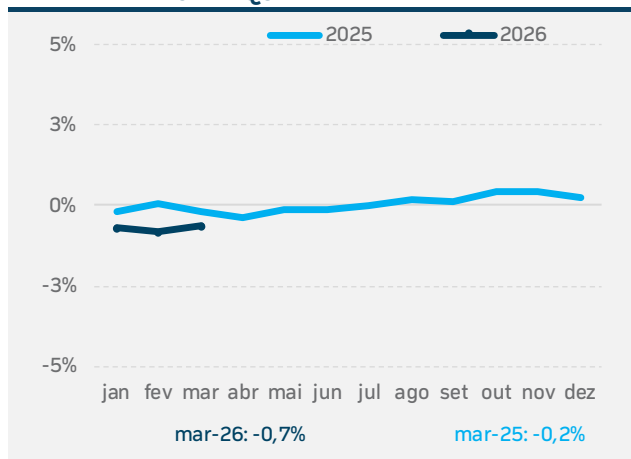
VENDAS (R\$ MM)



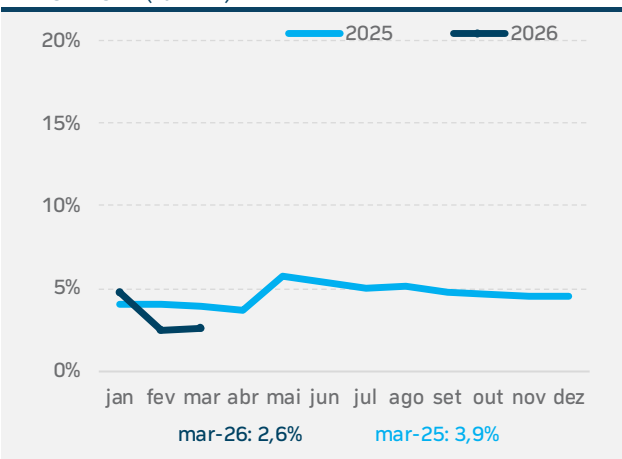
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



PARTAGE SANTANA SHOPPING (1% 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: saída da Ice Cream Roll (30 m²).

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



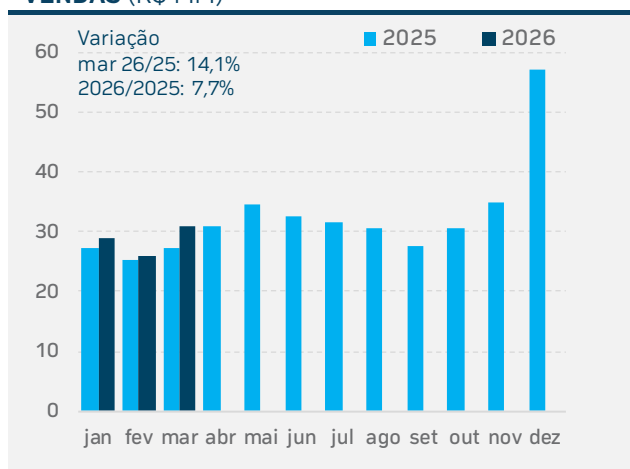
Fotos: Maurício Moreno.



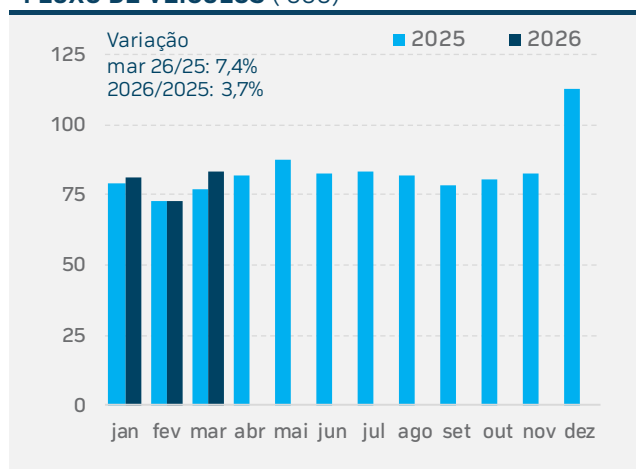
PARTAGE SANTANA SHOPPING (1% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.217.306	1.642.543	35%	6.020.225	5.731.862	5%
Aluguel complementar	144.331	182.577	-21%	971.558	1.087.623	-11%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	346.738	367.413	-6%	1.248.205	1.178.794	6%
Outras receitas	75.548	117.265	-36%	190.001	201.388	-6%
Receitas totais	2.783.923	2.309.797	21%	8.429.989	8.199.667	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(194.062)	(231.811)	-16%	(514.284)	(216.902)	137%
Outras despesas	(266.099)	(370.439)	-28%	(889.019)	(1.122.769)	-21%
Despesas totais	(460.161)	(602.250)	-24%	(1.403.304)	(1.339.671)	5%
Resultado sem estacionamento	2.323.762	1.707.547	36%	7.026.685	6.859.997	2%
Resultado estacionamento	741.741	808.372	-8%	2.819.821	2.478.404	14%
Resultado operacional (NOI)	3.065.502	2.515.919	22%	9.846.507	9.338.400	5%
Benefitorias	(85.737)	(580.448)	-85%	(559.309)	(942.916)	-41%
Resultado não operacional	(90.730)	(174.834)	-48%	(261.232)	(413.273)	-37%
Fluxo de caixa total	2.889.036	1.760.638	64%	9.025.966	7.982.212	13%

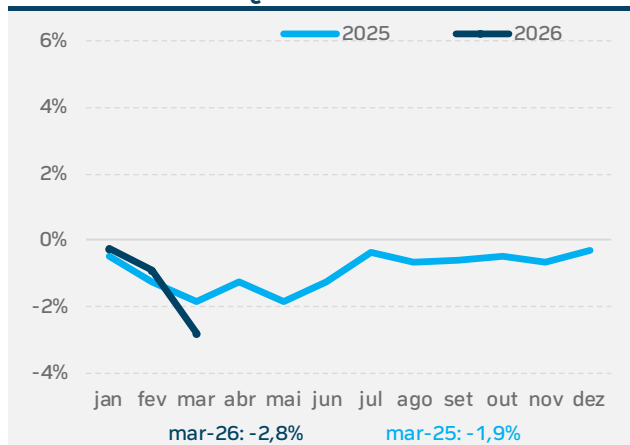
VENDAS (R\$ MM)



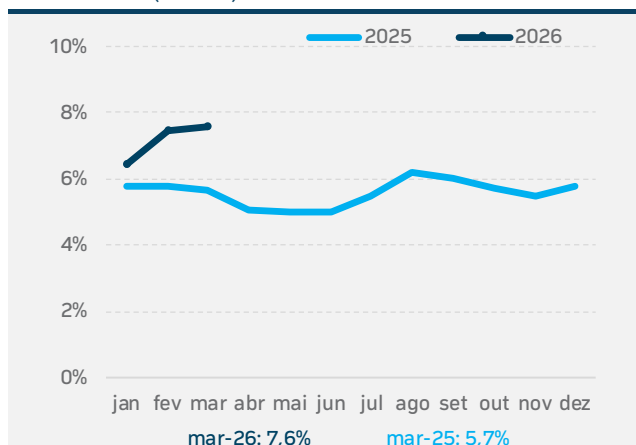
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



I FASHION OUTLET (1% 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: sem alterações.

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
18,4%	20,1 mil m ²	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/ifashionoutleth

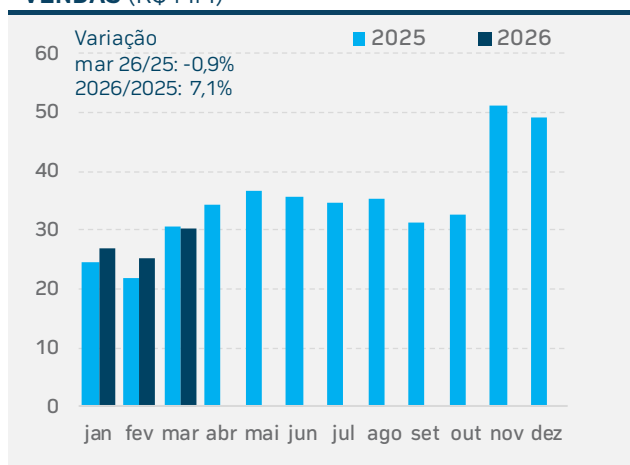




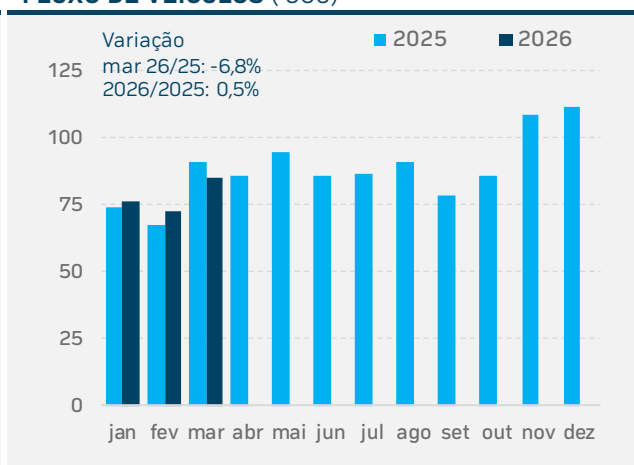
I FASHION OUTLET (1% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.112.088	1.157.966	-4%	4.144.376	4.101.137	1%
Aluguel complementar	259.726	194.544	34%	1.218.987	1.246.448	-2%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	177.153	103.815	71%	430.901	357.754	20%
Outras receitas	9.136	5.239	74%	68.021	21.300	219%
Receitas totais	1.558.102	1.461.565	7%	5.862.285	5.726.639	2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(92.785)	(52.936)	75%	(250.890)	(229.535)	9%
Outras despesas	(135.420)	(139.704)	-3%	(589.907)	(455.928)	29%
Despesas totais	(228.206)	(192.640)	18%	(840.797)	(685.462)	23%
Resultado sem estacionamento	1.329.897	1.268.925	5%	5.021.488	5.041.177	0%
Resultado estacionamento	487.887	381.972	28%	1.244.015	950.976	31%
Resultado operacional (NOI)	1.817.783	1.650.896	10%	6.265.503	5.992.153	5%
Benefitorias	(39.075)	(25.508)	53%	(96.063)	(36.429)	164%
Resultado não operacional	4.331	(216.107)	-	10.174	(429.941)	-
Fluxo de caixa total	1.783.040	1.409.282	27%	6.179.615	5.525.784	12%

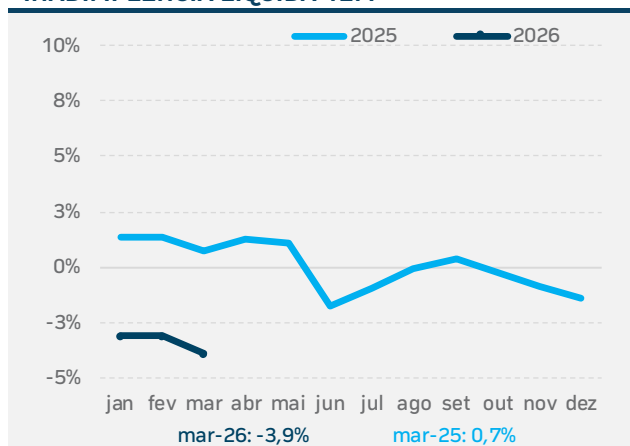
VENDAS (R\$ MM)



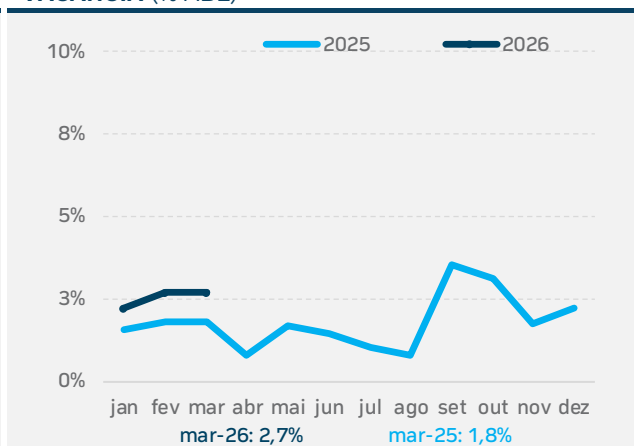
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,6% 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.

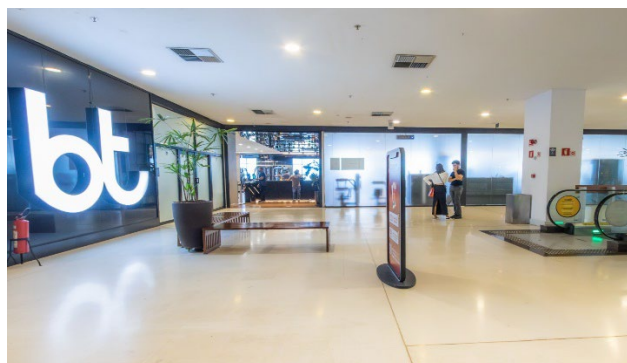
Movimentações comerciais: saídas da Lança Perfume (116 m²), Comfortable Shoes (43 m²), Baby e Mom (36 m²) e Cloud for Baby (35 m²).

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

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

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

www.goiabeirasshopping.com.br

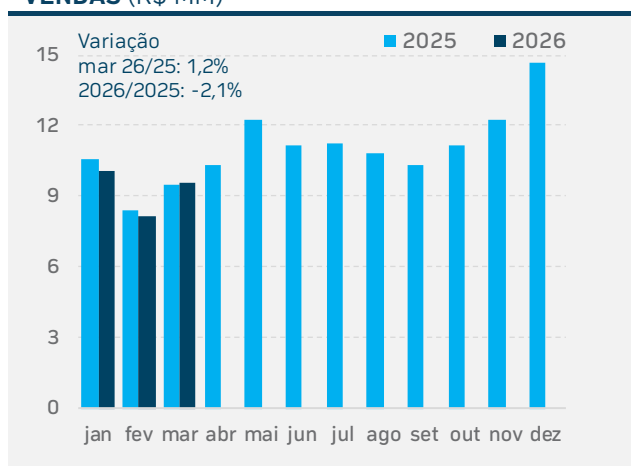




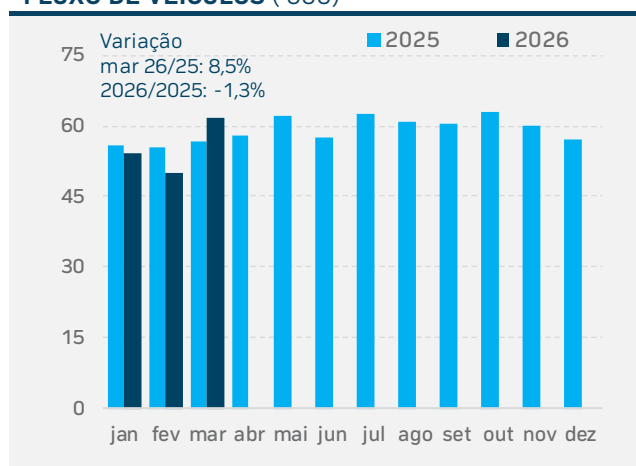
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	189.548	129.128	47%	619.813	583.074	6%
Aluguel complementar	38.934	36.302	7%	206.283	292.691	-30%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	305.387	60.329	406%	476.710	248.551	92%
Outras receitas	59.853	31	192975%	67.723	921	7253%
Receitas totais	593.723	225.790	163%	1.370.529	1.125.237	22%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(715.000)	(395.949)	81%	(3.140.182)	(2.492.902)	26%
Outras despesas	(70.245)	(69.004)	2%	(220.995)	(248.325)	-11%
Despesas totais	(785.245)	(464.953)	69%	(3.361.177)	(2.741.227)	23%
Resultado sem estacionamento	(191.522)	(239.163)	-20%	(1.990.648)	(1.615.990)	23%
Resultado estacionamento	2.039	2.468	-17%	5.883	7.117	-17%
Resultado operacional (NOI)	(189.483)	(236.695)	-20%	(1.984.765)	(1.608.873)	23%
Benfeitorias	(37.252)	(288.040)	-87%	(106.614)	(352.800)	-70%
Resultado não operacional	-	(105.000)	-100%	-	(555.000)	-100%
Fluxo de caixa total	(226.736)	(629.735)	-64%	(2.091.379)	(2.516.673)	-17%

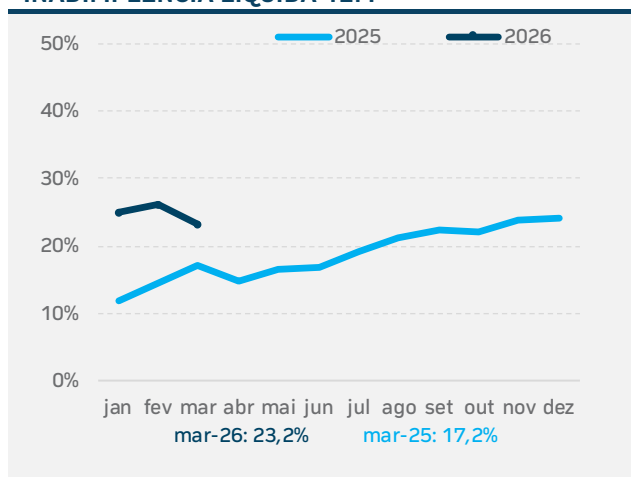
VENDAS (R\$ MM)



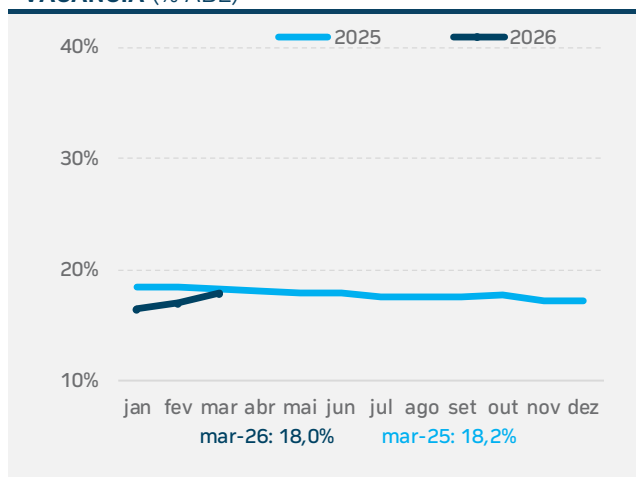
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

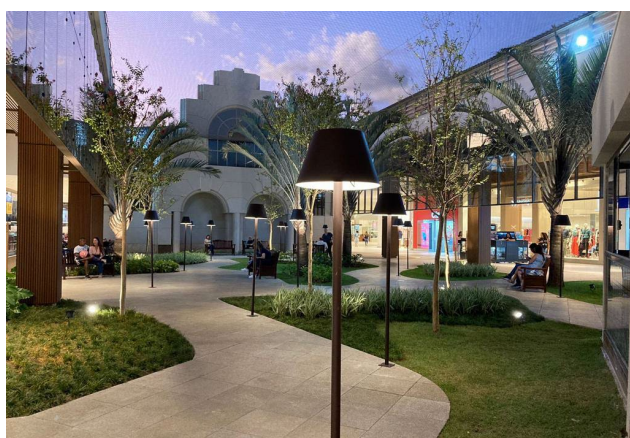
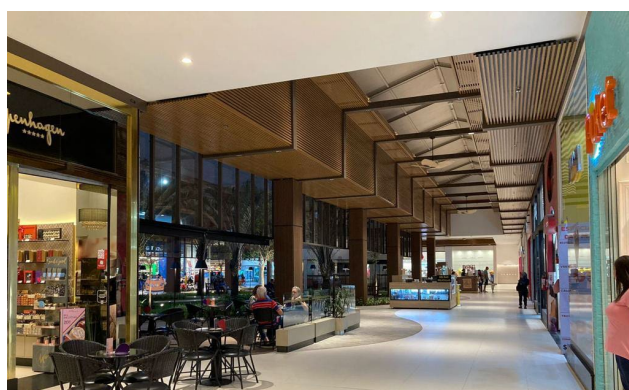
Movimentações comerciais: entradas das lojas Democrata (42 m²) e Katia Vilar (34 m²).

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

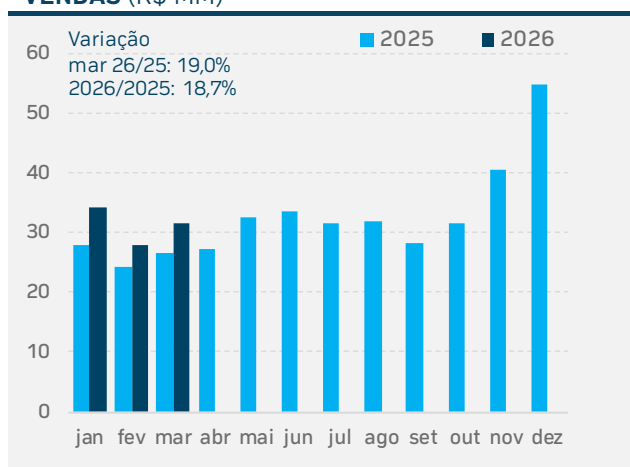




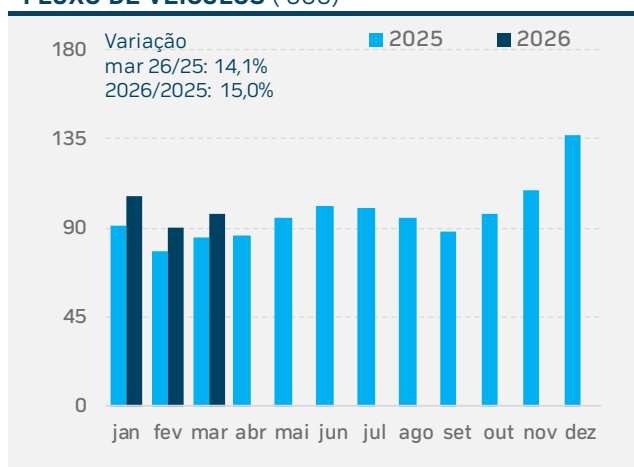
FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado mar-26	Realizado mar-25	Varição vs. mar-25	Acum. mar-26	Acum. mar-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.578.220	1.180.935	34%	5.410.173	4.080.990	33%
Aluguel complementar	154.375	108.136	43%	434.244	909.142	-52%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	358.457	350.296	2%	876.277	1.056.819	-17%
Outras receitas	145.233	13.303	-	279.732	83.025	-
Receitas totais	2.236.285	1.652.670	35%	7.000.425	6.129.977	14%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(22.232)	(66.482)	-67%	(57.472)	(118.949)	-52%
Outras despesas	(561.751)	(228.202)	146%	(1.072.535)	(746.412)	44%
Despesas totais	(583.983)	(294.684)	98%	(1.130.008)	(865.361)	31%
Resultado sem estacionamento	1.652.302	1.357.986	22%	5.870.417	5.264.616	12%
Resultado estacionamento	617.060	449.187	37%	2.066.418	1.439.726	44%
Resultado operacional (NOI)	2.269.362	1.807.173	26%	7.936.835	6.704.342	18%
Benefitorias	(3.036)	(133.866)	-98%	(18.108)	(613.523)	-97%
Resultado não operacional	35.090	13.509	160%	73.065	(144.780)	-
Fluxo de caixa total	2.301.416	1.686.815	36%	7.991.792	5.946.039	34%

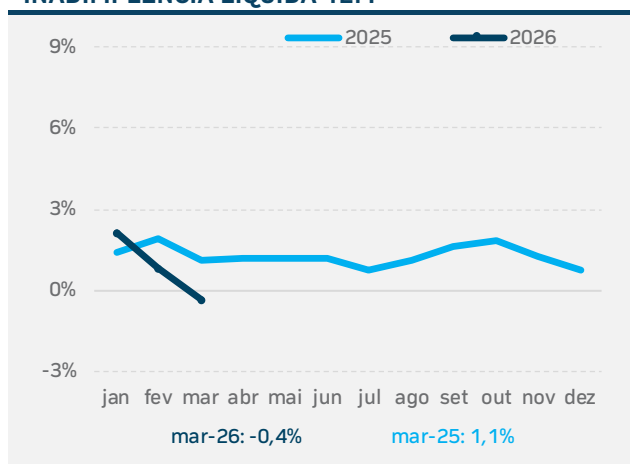
VENDAS (R\$ MM)



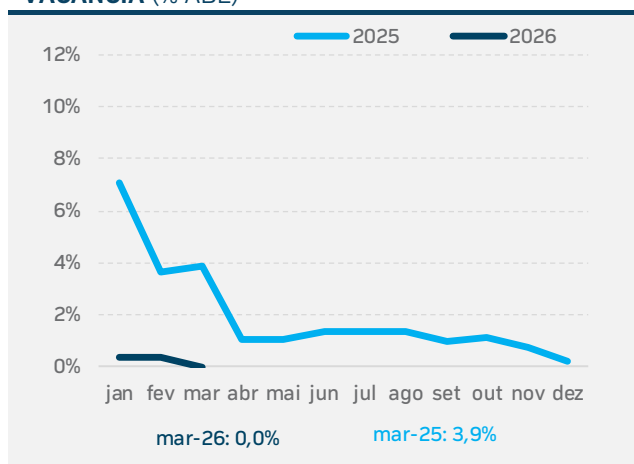
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PARQUE D. PEDRO (18% DA CARTEIRA VIA COTAS DOS FIIs HPDP11 E PQDP11)

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 21,7% do Shopping, por meio dos fundos HPDP11 e PQDP11, já considerando a aquisição de participação adicional no ativo.

Para maiores informações, sugerimos a leitura do relatório gerencial do HPDP11 ([link](#)).

PARTICIPAÇÃO 21,7%	ABL TOTAL 126,3 mil m ²	OPERAÇÕES 448	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, Nike (a inaugurar), PEP da Polícia Federal, Renner, Riachuelo, Zara, Barbacoa, 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, Toca da Traíra e Temakeria e Cia.

Endereço: Av. Guilherme Campos 500 – Campinas, SP

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



Fotos 1, 2 e 3: Maurício Moreno.

FLORIPA SHOPPING (3% 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.

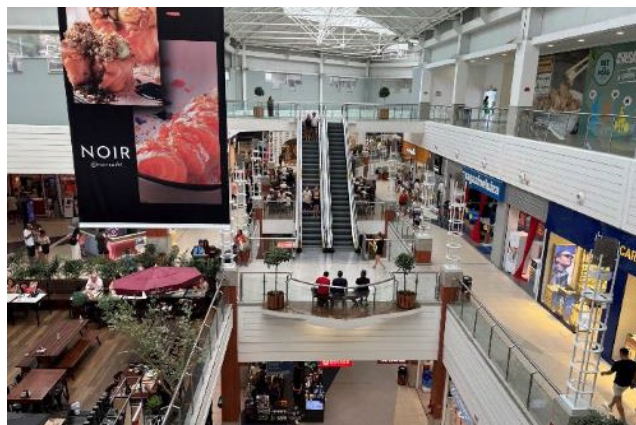
Para maiores informações, sugerimos a leitura do relatório gerencial do Fundo ([link](#)).

PARTICIPAÇÃO 25,8%	ABL TOTAL 50,8 mil m ²	OPERAÇÕES 151	INAUGURAÇÃO 2006	OPERADOR Plena Malls
-----------------------	--------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------------

Principais Operações: C&A, Renner, Riachuelo, Centauro, Farm, Havan, Vivara, Smart Fit, Posto de emissão de passaportes da PF, Little Carbone, Noir Sushi, Cinemark, Renal Vida (hospital), Regus Coworking, RD Station e Serpro (corporativos); Uniavan, UniDombosco e UniFAEL (universidades).

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.

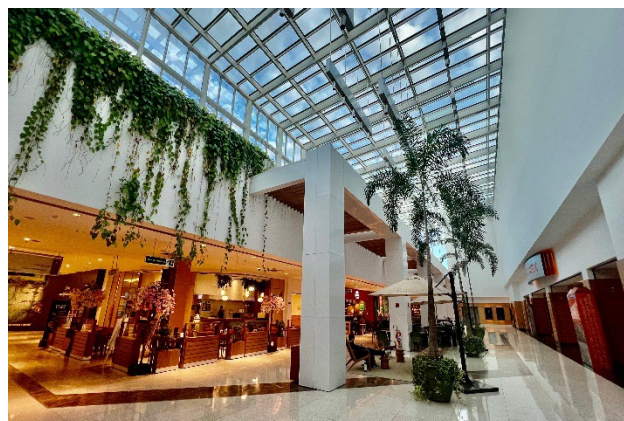
Por outro lado, movimentos recentes reforçam o reposicionamento do ativo: a inauguração de um supermercado, importante operação para agregação ao *tenant mix* do shopping, e a instalação de um hospital no terreno vizinho ampliam a atratividade do empreendimento, com potencial de incremento no fluxo de 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, Galeteria Continental, Lorelai Cucina Mediterranea, Restaurante Oliva (a inaugurar), 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.



EVENTOS, COMUNICADOS E FATOS RELEVANTES

AGO – APROVAÇÃO DE CONTAS

No dia 8 de maio de 2026 a Hedge DTVM, na qualidade de administradora do Fundo, [informou](#) acerca das decisões tomadas na Assembleia Geral Ordinária de Cotistas do Fundo, cujas deliberações foram tomadas de forma não presencial, por meio de consulta formal encerrada naquela data.

A Consulta Formal teve participação de cotistas do Fundo representando 10,10% das cotas emitidas pelo Fundo.

Os Cotistas vinculados e/ou em posição de potencial conflito de interesses com o Fundo não foram considerados para fins de apuração do quórum de deliberação em razão de sua condição e, portanto, tais Cotistas vinculados e/ou conflitados não exerceram direito de voto, nos termos do artigo 78, Parte Geral e do artigo 31, Anexo III da Resolução CVM nº 175, de 23 de dezembro de 2022.

Em relação à Ordem do Dia, a maioria dos Cotistas deliberou pela aprovação das contas e das demonstrações financeiras do Fundo, referentes ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2025. Os votos proferidos representaram os seguintes percentuais em relação ao total da base votante do Fundo: 10,616% de votos favoráveis; 0,164% de abstenções; e 0,008% de votos contrários.

A ata da Consulta Formal será disponibilizada no sistema FundosNet, portanto estará disponível nos websites da CVM (www.cvm.gov.br) e B3 (www.b3.com.br) e no website da Administradora (www.hedgeinvest.com.br/HGBS/).



DOCUMENTOS

Regulamento vigente

Demonstrações
financeiras 2025

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](https://www.hedgeinvest.com.br)

Siga-nos nas redes sociais:

