

Hedge Brasil Shopping FII

HGBS11

MARÇO DE 2020

Relatório Gerencial

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.

COTA PATRIMONIAL**R\$ 222,47****COTA DE MERCADO****R\$ 219,00****VALOR DE MERCADO****R\$ 2,2 bi****QUANTIDADE DE COTAS****10.000.000****QUANTIDADE DE COTISTAS****60.628****ABL PRÓPRIA*****169,5 mil m²****INÍCIO DAS ATIVIDADES**

Novembro de 2006

ADMINISTRADORA

Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.

GESTORA

Hedge Investments Real Estate Gestão de Recursos Ltda.

TAXA DE ADMINISTRAÇÃO (inclui Gestão)

0,60% ao ano sobre o valor de mercado das cotas

TAXA DE PERFORMANCE

Não há

OFERTAS CONCLUÍDAS

Oito emissões de cotas realizadas

CÓDIGO DE NEGOCIAÇÃO

HGBS11

TIPO ANBIMA

FII Renda Gestão Ativa – Shoppings

PRAZO

Indeterminado

PÚBLICO ALVO

Investidores em geral

FAÇA PARTE DO NOSSO MAILING

Cadastre-se para receber por e-mail informações do Fundo como relatórios gerenciais, fatos relevantes e outras publicações.

Cadastre-se

Para comentários, críticas e sugestões, mande e-mail para ri@hedgeinvest.com.br.

* Para efeitos deste relatório, os investimentos nos shoppings Parque D. Pedro, Praça da Moça, Via Parque, West Plaza, Floripa, Grand Plaza e Jardim Sul por meio dos fundos HPDP11, PQDP11, HMOC11, FVPQ11, WPLZ11, FLRP11, ABCP11 e JRDM11, respectivamente, são considerados ativos imobiliários.

Fonte: Hedge / administradoras dos shoppings / Itaú / Economática; Data base das informações: 31/03/2020.

PALAVRA DA GESTORA

CENÁRIO MACRO E POLÍTICO

Uuuuufaaaaaa!! Que sufoco, alguém anotou a placa?

Quando encerramos nossa Carta de Fevereiro, sabíamos das incertezas que viriam pela frente e da dificuldade de enxergar com clareza em meio a um nevoeiro tão intenso, mas a magnitude do tsunami que atingiu o mundo e os mercados globais estava longe de nossas previsões mais pessimistas.

Talvez imaginássemos algo como uma greve dos caminhoneiros um pouco mais duradoura, digamos assim, para tentar traçar um paralelo com uma situação que já vivemos. Sem contar as distrações no meio do caminho que dificultavam a leitura da situação, como o súbito desacordo entre a Rússia e a Arábia Saudita na condução da política de controle da oferta de petróleo e derivados ou as idas e vindas do nosso presidente no enfrentamento da crise. Infelizmente, Bolsonaro permanece em campanha e passa a impressão que não consegue compreender a gravidade da situação atual.

Enfim, embora ainda naveguemos na incerteza, temos alguns faróis para nos guiar. Sem dúvida estamos em uma posição de pelo menos duas a três semanas de atraso em relação aos países desenvolvidos no ciclo de desenvolvimento da pandemia, o que nos permite analisar quais das medidas por lá adotadas podem ser seguidas por aqui para promover o achatamento da curva e evitar a implosão do sistema de saúde.

Outro ponto que já dá para constatar é que as instituições têm funcionado. Assistimos diversos ministérios reagirem com respostas rápidas às demandas da crise. No Ministério da Saúde, descobrimos um comunicador excelente e um profissional incansável na figura do ministro Mandetta, que tem preparado nossas defesas e orientado as equipes públicas de saúde para o enfrentamento do pico da crise, que deve ocorrer no início de maio.

A equipe econômica adotou diversas medidas para tentar ajudar a população a atravessar esse momento crítico, desde a postergação do pagamento de impostos até a distribuição de recursos aos mais necessitados, passando pela antecipação de receitas e benefícios. Faz-se importante destacar a atuação do Banco Central, que está promovendo um afrouxamento monetário e solicitando ao Congresso a adoção de medidas que sustentarão a liquidez dos mercados e o achatamento da curva futura de juros, o que nos ajudará muito na recuperação mais à frente. Não só o BACEN tem atuado com desenvoltura, como também os bancos públicos e privados, o Tesouro e os demais órgãos colegiados e autarquias.

No campo político vemos um Congresso movimentando-se, mesmo à distância, para promover a aprovação de medidas urgentes encaminhadas pelo Executivo e pelos próprios parlamentares, bem como Executivos Estaduais destacando-se em diversas unidades da Federação, como verdadeiras lideranças de suas respectivas populações, principalmente no que tange à organização das questões práticas da implementação do isolamento social que se mostrou a principal medida para evitar, em um primeiro momento, o colapso do sistema de saúde.

Se pensarmos na velocidade com que a pandemia se alastrou, o que conseguimos produzir de orientações e ferramentas para o enfrentamento do monstro foi uma surpresa positiva além do que poderíamos imaginar. De novo, a nota que destoia é a figura do presidente, que aparentemente só tem preocupações políticas como a manutenção do cacife eleitoral que conquistou e que tenta manter de qualquer forma, usando e abusando de todos os instrumentos que as redes sociais lhe permitem.

Temos grandes problemas ainda não resolvidos, principalmente no fornecimento de EPIs (equipamentos de proteção individual), que ajudarão a população e principalmente os profissionais de saúde a enfrentar o agravamento da pandemia que virá nas próximas semanas, mas já começamos assistir à mobilização da sociedade civil e de empresários para tentar contribuir nesse ponto que será tão necessário. A obtenção de testes em maior quantidade está sendo organizada, e apesar da concorrência mundial pelos mesmos produtos e insumos, seguimos tendo mais vitória que derrotas.

Voltando aos mercados, em março assistimos ao derretimento das diversas classes de ativos, das ações (queda de 29,9%), ao IFIX (queda de 15,8%), passando pelo IMA-B e mesmo por alguns segmentos do mercado

de renda fixa, como o mercado de crédito, tendo como grande contraponto a valorização do dólar americano (alta de 16,0%).

O comportamento desses mercados ainda será marcado pela extrema volatilidade e não resta dúvida que está muito difícil ser realmente assertivo e trabalhar com cenários pré-determinados. Mas aquele *delay* de duas ou três semanas em relação aos países que estão hoje no epicentro da crise nos permitirá corrigir a rota, sempre que possível e, principalmente, nos ajudará na definição de qual será o momento de promover a saída gradual do isolamento social, qual deverá ser o ritmo da volta das pessoas às suas atividades e qual será o impacto final na economia.

Já foi dito que sempre que estamos no meio de uma crise parece que ela é a pior que já enfrentamos em nossas vidas e que ela nunca vai terminar. Mas a verdade é que ela sempre termina em algum momento e, por mais destruição que ela possa ter causado, a vida, assim como os mercados, iniciam um novo ciclo com a reconstrução que se inicia. Estamos naquele ponto em que as coisas ainda podem piorar, ou dar-nos uma sensação de piora, pois ainda não sabemos quando e com que velocidade voltarão a melhorar. Essa é justamente a fronteira das oportunidades. Boas escolhas nesse momento definirão nossos resultados nos próximos dois a cinco anos e é isso que estaremos procurando para permitir que a recuperação dos nossos investimentos venha de forma segura e constante.

Esperamos que todos possamos atravessar esse momento sombrio com saúde e ao lado dos nossos familiares e amigos, e, mais uma vez, agradecemos a confiança em nós depositada.

Mercado de Shopping Centers

Há dois meses publicamos nosso relatório gerencial de janeiro com a retrospectiva de 2019 e nossas perspectivas para 2020. Resumimos as principais ações que a equipe de gestão havia implementado desde que reassumiu o Fundo no final de 2018 e a alocação, com sucesso, dos recursos captados nas 2 últimas emissões de cotas, que somaram mais de R\$ 1 bilhão para o patrimônio do Fundo.

O resultado destas ações e o contexto da evidente recuperação econômica, especialmente nos mercados onde se localizam os ativos do HGBS, impulsionaram o desempenho das operações dos shoppings na carteira nos meses de janeiro e de fevereiro de 2020, como pode ser observado nos indicadores a seguir:

Shopping	Vendas Totais		SSS		Fluxo de Visitantes		NOI/m ²	
	Jan	Fev	Jan	Fev	Jan	Fev	Jan	Fev
Penha	7,8%	14,6%	2,1%	7,7%	5,7%	13,2%	6,7%	0,0%
Tivoli	4,8%	13,0%	1,7%	8,2%	30,4%	39%	7,8%	3,4%
Mooca	4,5%	11,6%	4,6%	11,6%	-2,5%	4,9%	11,3%	2,9%
São Bernardo	3,9%	17,1%	1,1%	11,8%	11,1%	17,5%	10,1%	24,6%
Goiabeiras	-12,5%	-15,0%	-8,0%	-13,4%	-8,4%	4,0%	-42,8%	-127,9%
I Fashion NH	10,7%	15,1%	2,9%	13,4%	4,5%	10,4%	6,5%	73,9%
Santana	-2,0%	9,2%	-1,8%	8,9%	-7,3%	-0,9%	-1,6%	6,7%
Suzano	9,5%	26,5%	4,3%	18,1%	1,4%	-0,4%	11,1%	3,5%
West Plaza	23,8%	6,2%	17,7%	4,8%	10,6%	-4,4%	0,7%	22,1%
Villa Lobos*	12,7%	17,8%	11,7%	17,2%	13,8%	19,0%	-37,6%	5,4%

*Para o cálculo de NOI/m², em janeiro houve uma despesa comercial não-recorrente no valor de R\$ 5 milhões.

Fonte: Administradoras dos Ativos

Conforme destacado, o movimento de recuperação se mostrava estrutural, sendo mais ou menos intenso de acordo com as respectivas regiões, conforme levantamento das vendas totais divulgado pela Abrasce:

Vendas Totais	Brasil	Sul	Sudeste	Centro-Oeste	Nordeste	Norte
Janeiro	9,1%	4,4%	9,0%	9,7%	10,6%	13,3%
Fevereiro	11,0%	6,3%	11,9%	10,3%	12,2%	19,2%

Fonte: Abrasce

Restrições em função da pandemia do COVID-19

Com a disseminação exponencial do vírus ao redor mundo e a observação de contágio comunitário no Brasil, muitas medidas passaram a ser adotadas a fim de se buscar o achatamento da curva de contaminação, com vistas a não saturação no sistema de saúde. Tais medidas, alinhadas às estratégias de isolamento social adotadas nas diversas esferas da federação, culminaram com a inicial recomendação ou imposição de restrições de horários de funcionamento, seguida com o fechamento compulsório das atividades desta indústria.

Conforme divulgado nos comunicados ao mercado e fatos relevantes, todos os ativos do Fundo tiveram que suspender temporariamente o funcionamento, com exceção das atividades classificadas pelo governo como essenciais, tais como: farmácias, bancos, supermercados, alimentação com operação de delivery e pet shops.

Impacto e estratégias nos shoppings

Antes de mais nada, cabe contextualizar os principais custos de um locatário de shopping center, independente do produto ou serviço oferecido:

Aluguel: taxa cobrada pela locação do espaço. A depender do contrato de locação, a remuneração pode ser fixa, com valor mínimo estabelecido e/ou vinculado ao faturamento. Esta rubrica é a origem da principal receita dos ativos do Fundo.

Condomínio: taxa cobrada para reembolsar as despesas comuns do empreendimento, como limpeza, energia, segurança, água, administração. Neste caso, em situações normais, o Fundo como sócio do empreendimento aporta valores das lojas vagas e eventual cobertura de lojistas inadimplentes.

Fundo de Promoção: taxa cobrada para arcar com as campanhas de marketing do empreendimento, como Dia das Mães, Black Friday e Natal.

A partir do fechamento dos shoppings, as administradoras, de modo geral, adotaram medidas que objetivam a expressiva redução de custos nos empreendimentos (especialmente os que impactam condomínio e fundo de promoção). Iniciou-se a negociação em massa com os fornecedores contratados a fim de reduzir e postergar os custos fixos dos shoppings, como por exemplo, serviços de limpeza, segurança, custos com energia e água com demanda mínima contratada (e que não sofreriam redução mesmo com a queda do consumo).

Os investimentos previstos ou em andamento para os shoppings também foram, em sua maioria, suspensos.

Adicionalmente, na medida do necessário e seguindo o bom senso e razoabilidade, as condições para faturamento dos boletos aos lojistas estão sendo flexibilizados, especialmente para os de menor porte e menor capacidade de superação deste momento onde a crise é mais aguda, e quando muitos deixaram de ter receita.

Em relação à competência de março, com vencimento na primeira quinzena de abril, os boletos contemplaram redução drástica (ou ausência) dos custos de Fundo de Promoção, descontos de 10% a 50% no Condomínio e diferimento dos aluguéis, com eventuais descontos aos lojistas adimplentes com as demais obrigações.

Listamos na próxima página as ações que foram adotadas nos nossos shoppings:

Shopping	Administradora	Aluguel	Condomínio	Fundo de Promoção	Data Fechamento
Penha	AD Shopping	50% de desconto, com vcto para fev/21, caso pague condomínio	30% de desconto	Isenção	20/03/20
Tivoli			30% de desconto		20/03/20
Goiabeiras			50% de desconto		21/03/20
Praça da Moça			50% de desconto		22/03/20
West Plaza	Aliansce Sonae	Suspendo	20% de desconto	Isenção	19/03/20
Parque D. Pedro					
Santana					18/03/20
Via Parque					
Mooca	brMalls	50% de desconto, vcto para fev/21, caso pague condomínio	10% de desconto	Cobrança integral, com vcto em fev/21	19/03/20
São Bernardo					19/03/20
Villa Lobos					19/03/20
Jardim Sul					19/03/20
I Fashion Outlet	Iguatemi	50% de desconto, vcto a partir de out/20 em 5 parcelas, caso pague condomínio	10% de desconto	Isenção	23/03/20
Suzano	HBR	Cobrança integral, com negociação caso a caso	30% de desconto	Isenção	21/03/20
Grand Plaza	CCP	Não divulgado	Não divulgado	Não divulgado	19/03/20
Floripa	Própria	Não divulgado	Não divulgado	Não divulgado	18/03/20

Fonte: Administradoras dos Ativos

Ainda, a Abrasce vem atuando de forma incisiva na defesa do setor, indicando alternativas e buscando relacionamento junto ao governo para aprovação de medidas, além de acompanhar a evolução da pandemia e seus reflexos no Brasil e no mundo, sempre procurando adquirir aprendizado dos países que já superaram fase atual pela qual passamos.

Retomada e pontos de preocupação

A incerteza quanto à data da reabertura passa por alguns pontos de preocupação que teremos que avaliar em conjunto com as administradoras e nossos sócios. Pela complexidade e novidade do assunto, as esferas dos governos municipais, estaduais e federal não estão alinhadas na totalidade, gerando um grau de insegurança muito grande para a tomada de decisão quanto à retomada das atividades. E mesmo que haja o alinhamento entre as esferas, a composição de lojas de um shopping em grande parte é de marcas nacionais e este tipo de decisão é tomada de maneira uniforme em toda rede.

Não há shopping sem loja e os custos para reabertura do empreendimento precisam ser muito bem avaliados para que uma abertura gradativa não os impacte de forma expressiva. Em alguns países, como a China, a reabertura está sendo feita em etapas. Iniciando com operações que eventualmente não fecharam, como supermercados, serviços de alimentação (apenas delivery). Na sequência, abriram lojas, serviços, restaurantes e praça de alimentação (para consume no local). As lojas de entretenimento ainda não reabriram, para evitar aglomerações. Em outros países, onde os empreendimentos não foram fechados, há diversas restrições implementadas, como por exemplo, limitação de número de clientes nas lojas e eventos, fechamento de parte dos estacionamentos para conter o público, medição de temperatura de todos os clientes e obrigatoriedade do uso de máscaras.

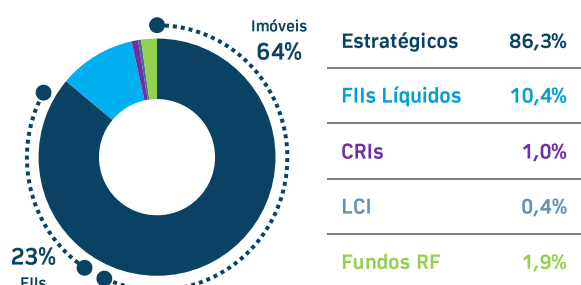
A extensão desse impacto ainda não é possível mensurar na sua totalidade, todas as medidas são muito recentes e sua extensão em termos de prazo e efeitos ainda estão em aberto. Pretendemos adotar a estratégia de viver um mês de cada vez, ou seja, cada realidade de momento vai ser tratada com as ferramentas e informações de que dispomos naquele momento.

Vale destacar que o portfólio do HGBS foi construído ao longo dos últimos 14 anos. Em nossa opinião, é muito difícil construir um portfólio tão consistente e representativo. Estar concentrado na região metropolitana de

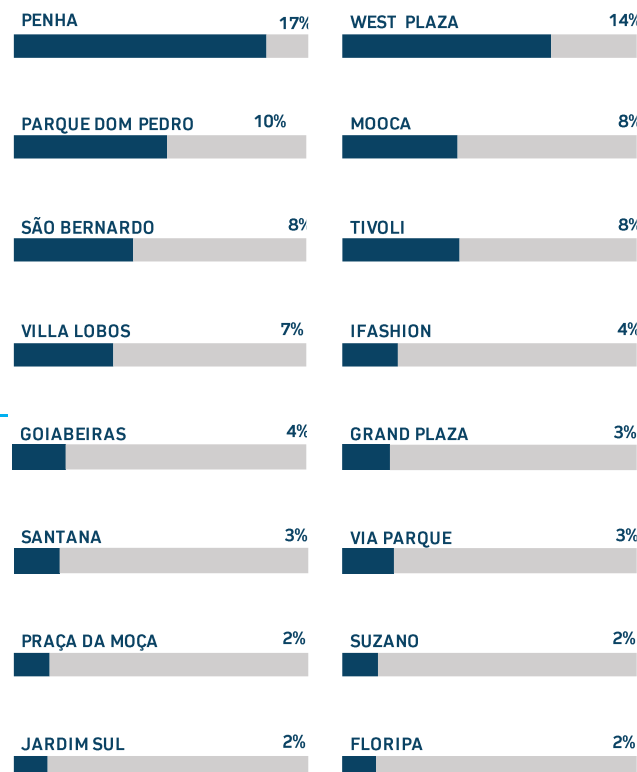
São Paulo, que é a região do Brasil com mais casos do novo Coronavírus, representa um impacto inicial negativo, mas não podemos esquecer que essa é a região mais resiliente e economicamente mais pujante do Brasil, e que será por essa região que a economia vai retomar. Os ativos que temos em nosso portfólio carregam um histórico de bons resultados e tradição no mercado de Shopping Center do Brasil. Entendemos que as restrições ora impostas, em algum momento passarão, de forma que os ativos da carteira não perderão sua capacidade de geração de renda na perpetuidade.

Apresentamos abaixo o breakdown da nossa carteira para que possam avaliar nossa diversificação de portfólio.

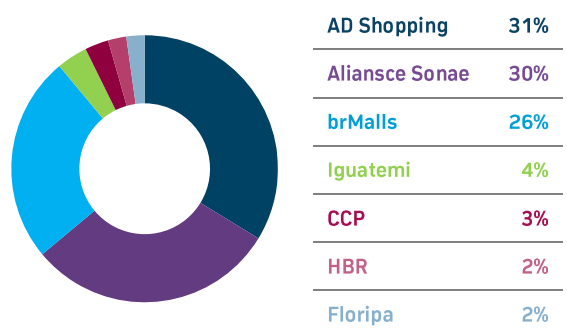
Diversificação da Carteira



Diversificação por Ativos



Diversificação por Operadores



Fonte: Hedge / Itaú

Além da diversificação dos ativos estratégicos, cabe pontuar que o Fundo possui R\$52 milhões, equivalente a 2,3% do patrimônio líquido (PL), alocado em produtos de renda fixa, com liquidez imediata, que entendemos ser mais que suficiente para honrar eventuais necessidades de despesas do portfólio neste momento adverso. Ainda, em busca de maior eficiência da gestão do caixa captado na última emissão, o Fundo possui 10% do PL em fundos imobiliários de CRI, cujo impacto no curto prazo nos rendimentos é bem inferior ao que estamos enfrentando no setor de shopping.

O Fundo possui lucro acruado em diversos ativos da carteira e a equipe da gestão tem feito um trabalho árduo para proporcionar ganhos acima daqueles gerados unicamente pelas locações das propriedades, buscando otimizar os resultados com compras e vendas. No ano, até o mês de março, a estratégia de buscar rendimentos não recorrentes trouxe um lucro de R\$ 17,5 milhões para os investidores, equivalente a R\$ 1,75 por cota. Sabemos que o momento é turbulento, mas reforçamos nosso maior compromisso com os cotistas: buscar a maximização dos rendimentos por meio da gestão ativa da carteira, com transparência e qualidade na divulgação das informações.

Equipe Hedge

DESEMPENHO DO FUNDO

RESULTADO

O Fundo distribuirá R\$ 0,90 por cota como rendimento referente ao mês de março de 2020, considerando as 10.000.000 cotas no fechamento. O pagamento será realizado em 15 de abril de 2020, aos detentores de cotas em 31 de março de 2020.

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 e despesas operacionais do Fundo. A tabela abaixo demonstra o fluxo de caixa do Fundo (em R\$). Para uma análise mais completa recomenda-se considerar uma média de um período mais longo.

HGBS 11	mar-20	2020	12 Meses
Receita Imobiliária	23.784.127	51.837.391	130.631.999
Renda Imobiliária	9.202.769	34.330.035	102.045.181
Lucro Operações	14.581.359	17.507.356	28.586.818
Receita Financeira	1.503.593	4.508.217	24.292.810
Renda Fixa	82.510	1.406.491	11.890.208
CRI	3.080	11.502	3.210.247
FIs Líquidos	1.386.381	3.028.356	7.494.505
LCI	31.622	61.867	1.697.851
Total de Receitas	25.287.720	56.345.608	154.924.809
Total de Despesas	(1.299.904)	(4.733.397)	(14.149.259)
Resultado	23.987.816	51.612.211	140.775.550
Rendimentos aos Recibos de Emissão	-	-	2.895.129
Resultado HGBS11	23.987.816	51.612.211	137.880.422
Rendimento HGBS11	9.000.000	37.000.000	139.467.850
Resultado Médio / Cota	2,40	1,72	1,33
Rendimento Médio / Cota	0,90	1,23	1,41

Renda Imobiliária: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, e rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, HMOC11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11, ABCP11 e JRDM11. Lucros Operações: diferença entre valor de venda e valor de aquisição dos ativos alvo, incluindo custos relacionados, como IR sobre ganho de capital na venda de FIs, entre outros. FIs Líquidos: rendimentos e ganhos de capital auferidos nos investimentos em FIs não estratégicos. LCI: a receita de LCI é considerada somente quando da sua liquidação financeira. Despesas: diretamente relacionadas ao Fundo, tais como taxa de administração, honorários jurídicos, assessoria técnica, contábil e imobiliária, taxas CVM e B3.

Fonte: Hedge / Itaú

Para entender no detalhe o resultado do Fundo, recomenda-se analisar a Planilha de Fundamentos disponível na [página](#) do Fundo.

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, 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 de renda em caso de variação positiva. O cálculo da TIR líquida também é apresentado de forma anualizada desde a primeira integralização de cotas.

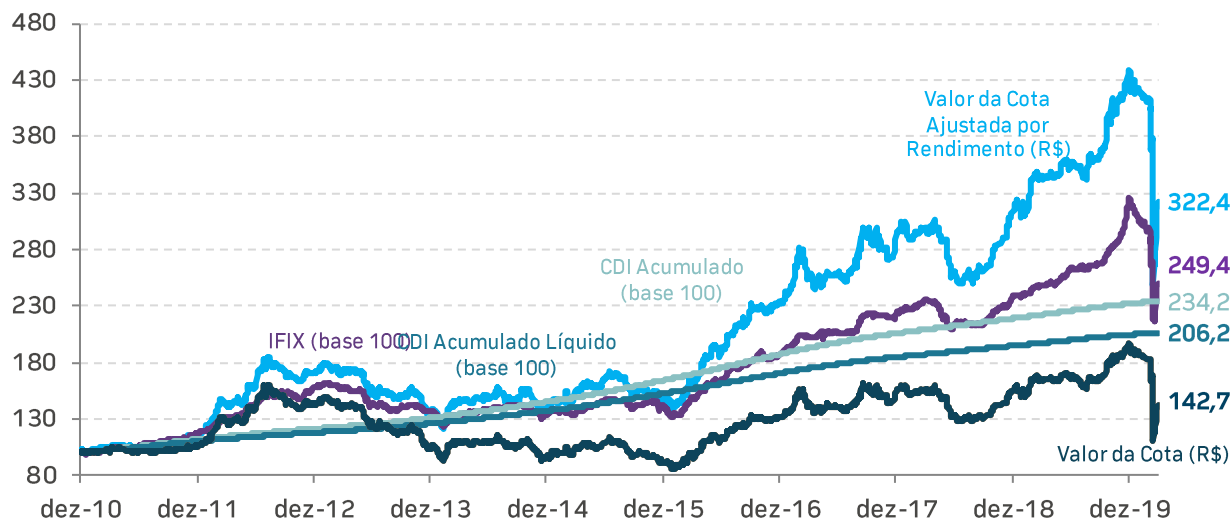
O **Retorno Total Bruto** é calculado pela soma dos rendimentos distribuídos pelo Fundo ao valor da cota, sem qualquer reinvestimento, correção e, também, sem tributação. Neste caso, o retorno total bruto é comparado ao IFIX, que possui metodologia comparável.

Hedge Brasil Shopping FII	mar/20	2020	12 meses	Início
Cota Aquisição (R\$)	281,00	299,99	253,80	100,00
Renda Acumulada	0,50%	1,40%	6,86%	194,69%
Ganho de Capital Líquido	-22,06%	-27,00%	-13,71%	95,20%
TIR Líq. (Renda + Venda)	-21,63%	-25,79%	-7,11%	685,96%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	-93,87%	-70,25%	-7,05%	16,75%
% CDI Líquido	-	-	-	348%
Retorno Total Bruto	-21,6%	-25,6%	-6,9%	313,7%
IFIX	-15,8%	-22,0%	0,5%	N/A*
% IFIX	-	-	-	N/A*

*O IFIX iniciou em dezembro de 2010, após a constituição do Fundo.

RENTABILIDADE ACUMULADA

O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota e aos rendimentos distribuídos desde o início do IFIX, em janeiro de 2011.



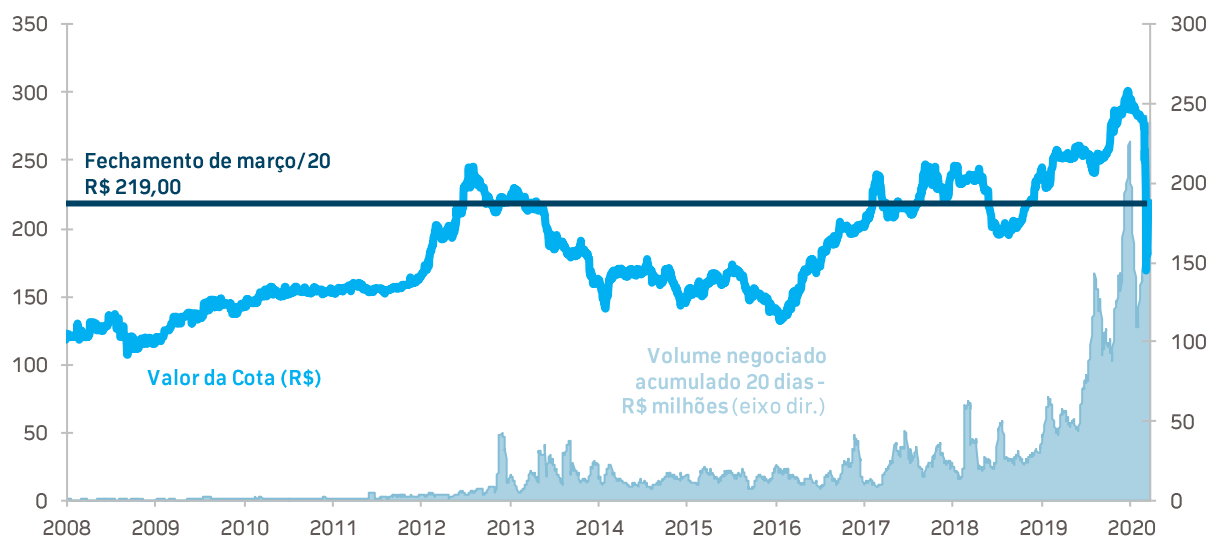
Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Economática

LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

No fechamento deste mês, o valor de mercado da cota do Fundo foi de **R\$ 219,00**, o que representa um valor de mercado total do Fundo de R\$ 2,2 bilhões, posicionando o HGBS como o **maior fundo imobiliário de portfólio de shopping center**. O valor patrimonial da cota foi de **R\$ 222,47**.

Nos últimos 12 meses, o Fundo esteve presente em todos os pregões da B3, negociando um volume de R\$ 1,5 bilhão (68% do total de cotas do Fundo).

Negociação B3	mar-20	2020	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Volume negociado (R\$ milhões)	246,7	540,7	1.502,7
Giro (em % do total de cotas)	10,7%	20,9%	67,6%



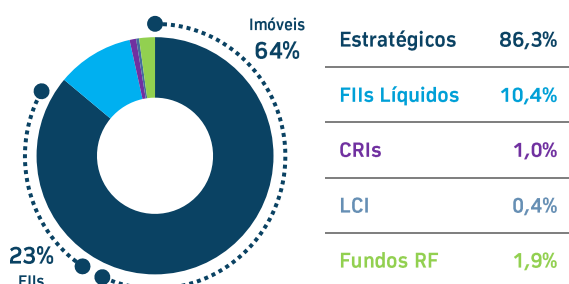
CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

O Fundo encerrou o mês de março de 2020 com investimentos em 16 shopping centers, distribuídos em onze cidades e cinco estados.

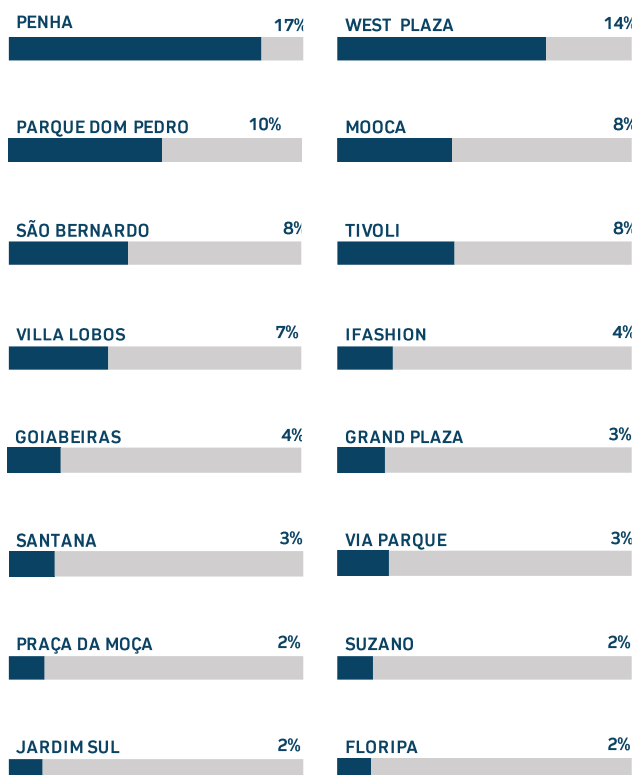
DIVERSIFICAÇÃO (% da carteira)

86% da carteira de ativos do Fundo estão alocados em Ativos Imobiliários e 14% em Fundos de Investimento Imobiliário Líquidos (FII), Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI), Fundos de Investimento Imobiliário de Certificados de Recebíveis Imobiliários (FIIs de CRI) e outros ativos de renda fixa (RF).

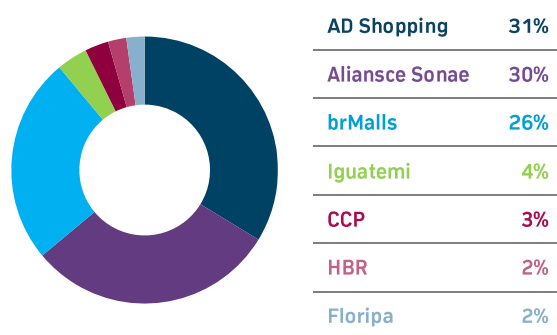
Diversificação da Carteira



Diversificação por Ativos



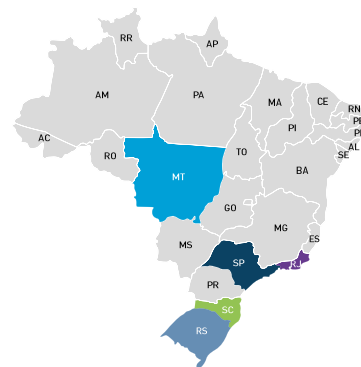
Diversificação por Operadores



Fonte: Hedge / Itaú

A seguir, observa-se a diversificação dos ativos no Brasil, 87% da carteira de ativos imobiliários do HGBS está concentrada no estado de São Paulo, o estado com o maior PIB do país e o segundo PIB per capita da Federação.

São Paulo	87%
Mato Grosso	4%
Rio Grande do Sul	4%
Rio de Janeiro	3%
Santa Catarina	2%



Os principais destaques do mês de fevereiro, antes dos impactos das medidas adotadas de isolamento social, e que refletem no resultado de março do Fundo, foram:

São Bernardo: o shopping apresentou resultado operacional, incluindo estacionamento, 24% acima do observado em fevereiro de 2019. Houve um aumento principalmente nas linhas de aluguel mínimo e estacionamento.

West Plaza: o shopping apresentou resultado operacional, incluindo estacionamento, 22% acima do observado em fevereiro de 2019, tendo como principal destaque a linha de outras receitas, impactada pelo recebimento da multa de rescisão contratual da loja Kiabi, que encerrou as operações no Brasil em janeiro deste ano.

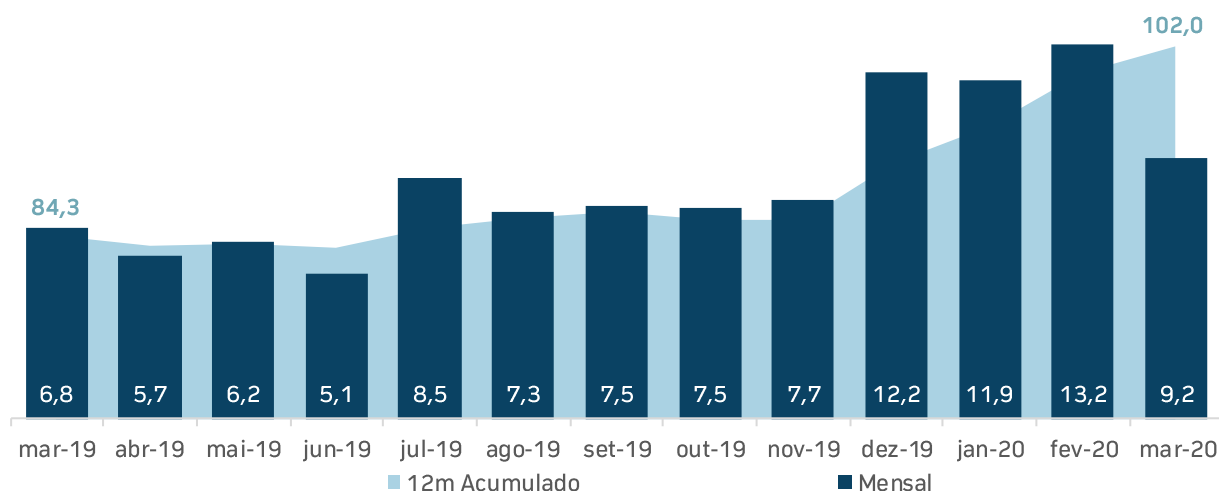
Suzano: o shopping apresentou resultado operacional, incluindo estacionamento, 11% acima do observado em fevereiro de 2019, tendo como principal destaque as linhas de aluguel complementar e de outras receitas.

Com relação aos ativos que impactaram negativamente o resultado do Fundo em relação à 2019, temos:

Goiabeiras Shopping: Em fevereiro de 2020, o shopping apresentou resultado operacional negativo em R\$ 176 mil, ainda impactado pela queda de fluxo após inauguração de um concorrente na cidade em outubro de 2018.

EVOLUÇÃO DA RENDA IMOBILIÁRIA (R\$ MM)

Trazemos no gráfico de barras abaixo o resultado gerado e efetivamente recebido no mês e no gráfico de área o resultado gerado e acumulado nos últimos 12 meses. Desta forma, conseguimos expurgar efeitos não recorrentes e sazonalidade dos ativos. O resultado por shopping pode ser encontrado na Planilha de Fundamentos, disponível no [site](#) do Fundo.

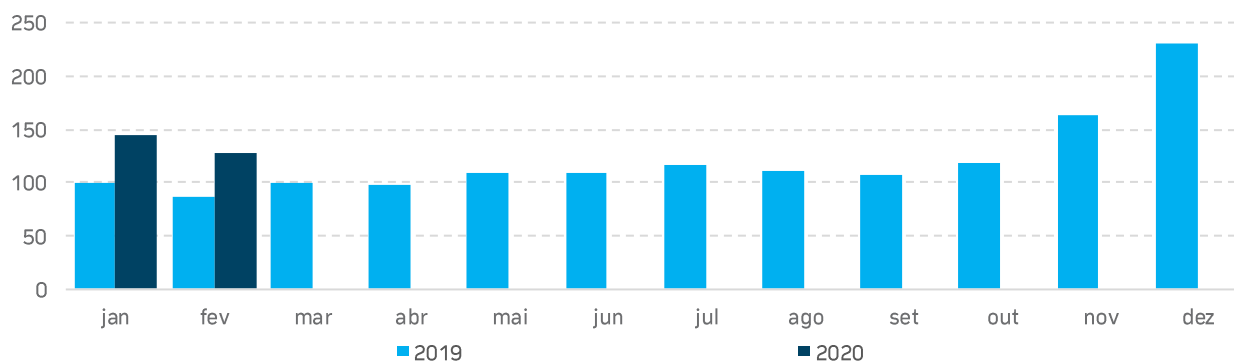


Fonte: Hedge / administradoras dos shoppings

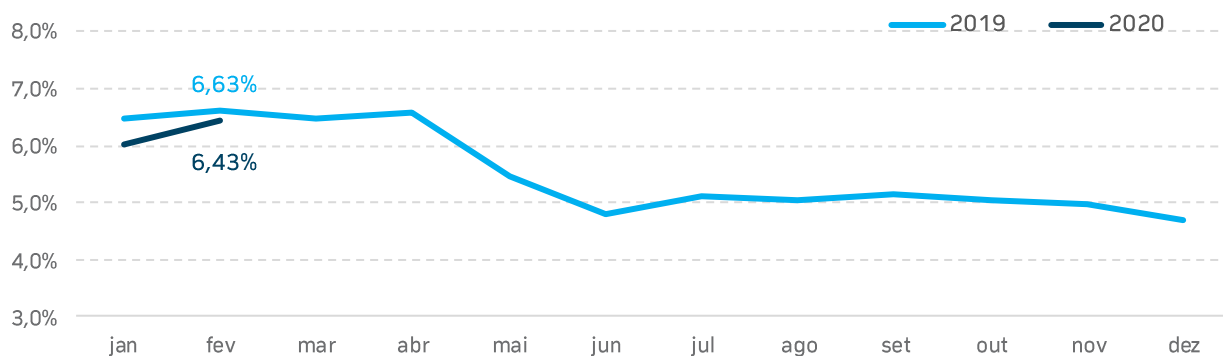
INDICADORES OPERACIONAIS – CONSOLIDADO

Vale destacar, que os valores abaixo mostram o resultado dos empreendimentos antes dos impactos decorrentes das medidas tomadas de isolamento social. Os valores estão de acordo com a participação que o Fundo detém em cada um dos empreendimentos. Nesta análise, consideramos 12 dos 16 ativos estratégicos da Carteira de Investimentos, exceto Via Parque, Floripa, Grand Plaza e Jardim Sul, que não temos acesso às informações. No mês de fevereiro, as vendas dos ativos apresentaram crescimento de 48,9%, comparado com o mesmo mês de 2018, impactado pela inclusão dos ativos recentemente adquiridos. Os destaques positivos foram: Shopping São Bernardo (17,1%), I Fashion Novo Hamburgo (15,1%), Shopping Penha (14,6%), e enquanto o Shopping Goiabeiras segue como principal ofensor (-15,0%).

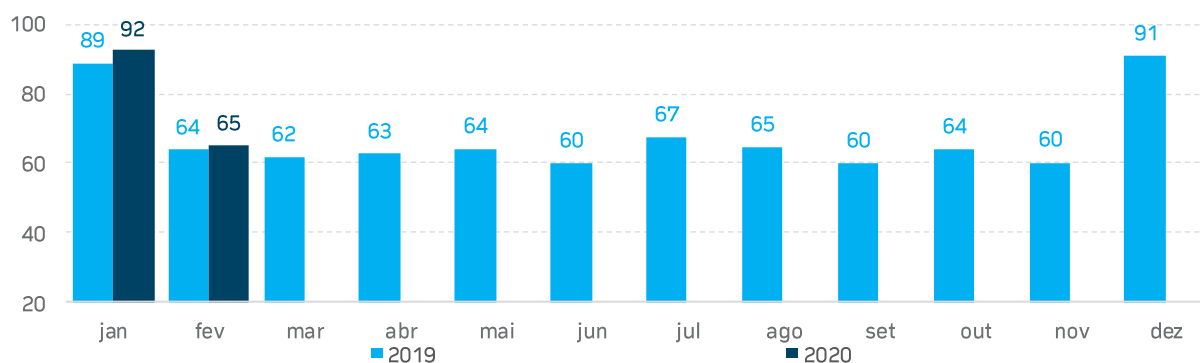
VENDAS TOTAIS (R\$ MM)



VACÂNCIA (% ABL)



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



SHOPPING PENHA (17% da carteira)

O Shopping Penha continua passando por importante processo de reposicionamento. Em 2019, tivemos a inauguração das Lojas Renner, a reforma da Centauro e o *retrofit* das fachadas do shopping. Em fevereiro, antes dos impactos da COVID-19, as vendas dos lojistas avançaram 14,6%, sendo o comparativo com mesmas bases, SSS, de 7,7%. O resultado operacional, incluindo estacionamento ficou em linha com o observado em fevereiro de 2018.

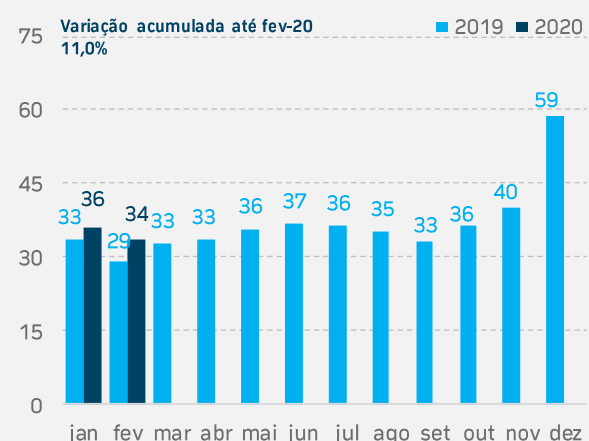
Participação	ABL Total	Operações	Inauguração	Operador
87,6%	29,7 mil m ²	208	1992	AD Shopping
Principais Operações: Renner, C&A, Centauro, Kalunga, Lojas Americanas, Marisa, Moviecom e Sonda				
Endereço: R. Dr. João Ribeiro, 304 – São Paulo, SP			www.shoppingpenha.com.br	



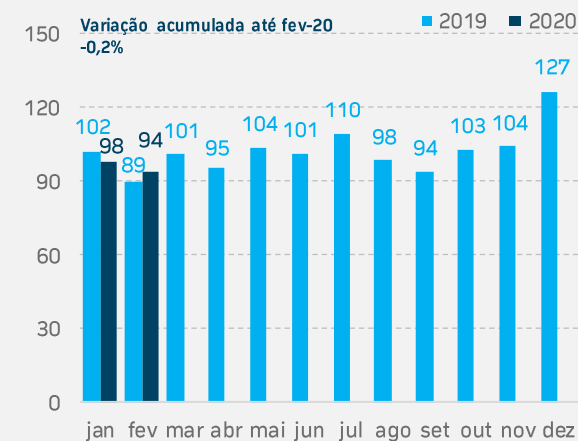
SHOPPING PENHA (17% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	1.636.306	-19%	3.689.790	-13%
Aluguel complementar	169.592	21%	585.365	9%
Aluguel quiosques/stands	266.297	187%	565.481	205%
Outras receitas	34.949	114%	103.634	112%
Receitas totais	2.107.144	-8%	4.944.270	-2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(154.922)	-22%	(277.666)	-17%
Outras despesas	(174.301)	-28%	(611.979)	5%
Despesas totais	(329.223)	-25%	(889.645)	-3%
Resultado operacional (NOI)	1.777.921	-3%	4.054.625	-1%
Resultado estacionamento	339.288	25%	863.507	39%
NOI + estacionamento	2.117.209	0%	4.918.131	4%
Benfeitorias	(189.591)	-	(237.694)	-83%
Resultado não operacional	-	-	-	-100%
Fluxo de caixa total	1.927.618	2%	4.680.438	40%

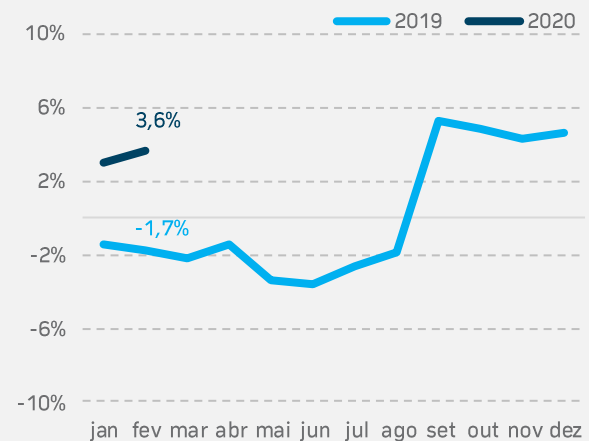
VENDAS (R\$ MM)



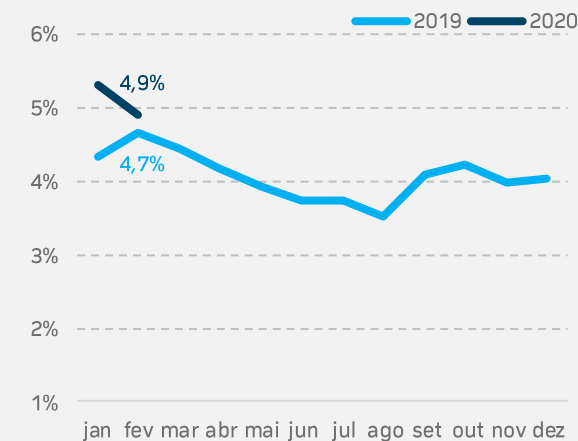
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING WEST PLAZA (14% da carteira – 11% via imóvel e 3% 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. No mês de janeiro, tivemos a saída da loja Kiabi, que encerrou as operações no país, e foi responsável pelo aumento da vacância do shopping no início deste ano. Em fevereiro, o resultado do shopping incluindo estacionamento foi 22% acima do observado em fevereiro de 2019, impactado pelo recebimento da multa de rescisão contratual da loja Kiabi.

Participação	ABL Total	Operações	Inauguração	Operador
88,8%	36,8 mil m ²	200	1991	Aliansce Sonae

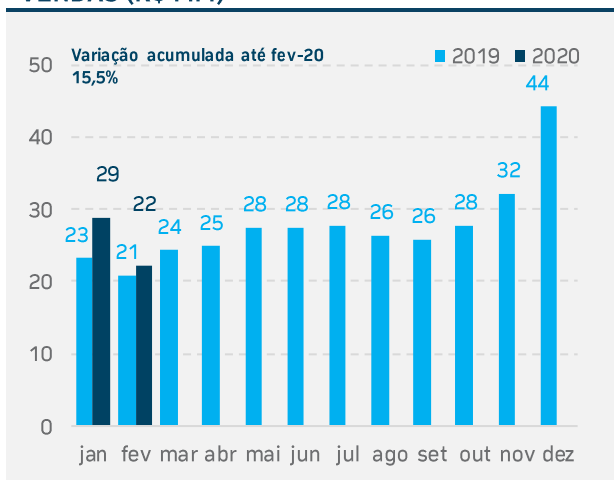
Principais Operações: Bio Ritmo, Centauro, Daiso, Renner, Magazine Luiza, Outback, Jeronimo e Pecorino.
 Endereço: Av. Francisco Matarazzo – São Paulo, SP westplaza.com.br



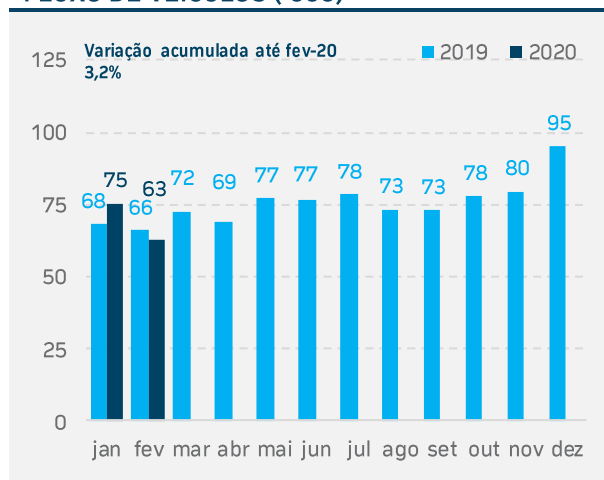
SHOPPING WEST PLAZA (14% da carteira – 11% via imóvel e 3% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	1.319.134	2%	3.460.409	1%
Aluguel complementar	171.749	45%	526.838	26%
Aluguel quiosques/stands	325.804	5%	581.190	-6%
Outras receitas	293.306	498%	300.057	387%
Receitas totais	2.109.993	19%	4.868.495	8%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(412.445)	3%	(756.926)	-3%
Outras despesas	(330.282)	-8%	(737.935)	6%
Despesas totais	(742.727)	-2%	(1.494.862)	1%
Resultado operacional (NOI)	1.367.265	36%	3.373.633	11%
Resultado estacionamento	488.859	-4%	1.092.974	2%
NOI + estacionamento	1.856.124	22%	4.466.607	9%
Benfeitorias	(54.998)	-18%	(359.342)	108%
Resultado não operacional	208	-97%	(11.445)	-103%
Fluxo de caixa total	1.801.334	24%	4.095.820	-4%

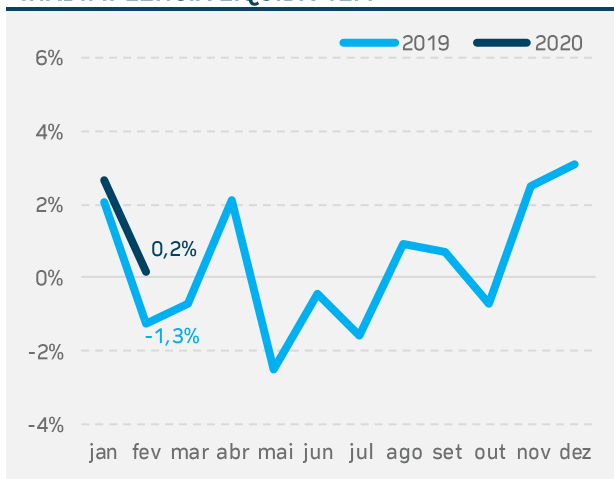
VENDAS (R\$ MM)



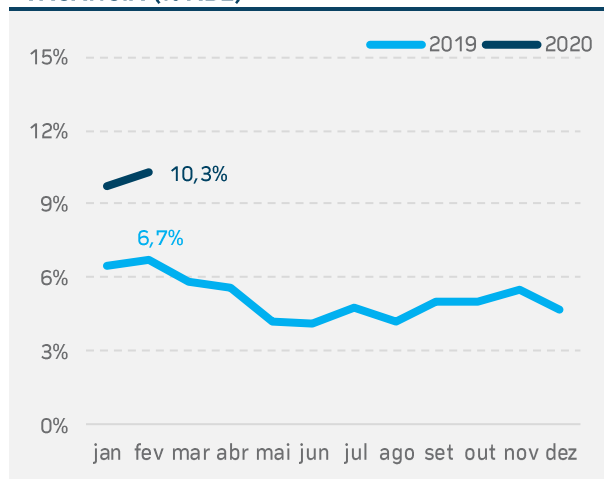
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



MOOCA PLAZA SHOPPING (8% da carteira)

Após a consolidação da dominância do Mooca Plaza Shopping na região, e inauguração de um Pet Park ao ar livre, melhorando a experiência do consumidor, o ativo é um dos principais shoppings da carteira do fundo. Em fevereiro, o shopping negociou a redução da loja da Saraiva, principal responsável pelo aumento da vacância do ativo no mês. Com esta redução será viabilizada a entrada de uma nova operação de vestuário que complementará ainda mais o mix do shopping.

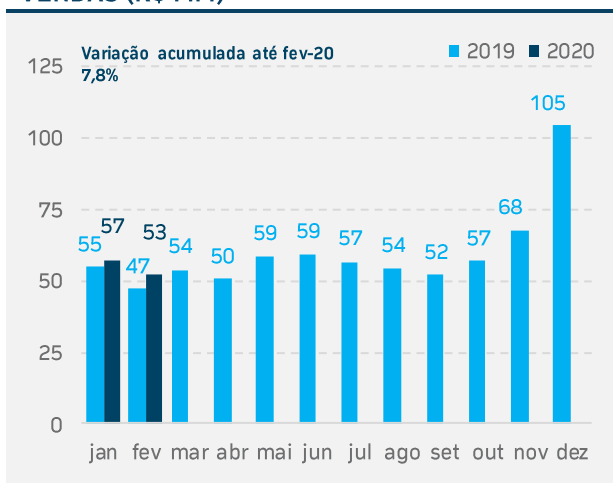
Participação 20%	ABL Total 42,0 mil m ²	Operações 275	Inauguração 2011	Operador brMalls
Principais Operações: C&A, Centauro, Cinemark, Renner, Outback, Riachuelo, Zara Endereço: R. Cap. Pacheco e Chaves, 313 – São Paulo, SP www.moocaplaza.com.br				



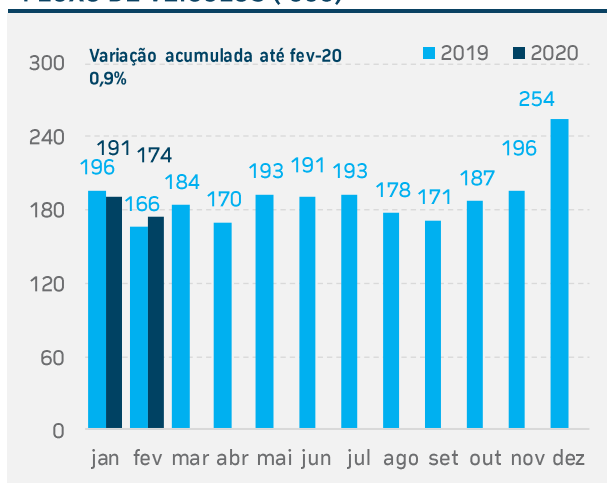
MOOCA PLAZA SHOPPING (8% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	3.149.996	8%	8.157.591	11%
Aluguel complementar	(102)	-100%	1.079.896	-13%
Aluguel quiosques/stands	733.428	88%	1.372.621	60%
Outras receitas	451.884	506%	525.059	173%
Receitas totais	4.335.207	9%	11.135.166	16%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(79.558)	-65%	(177.215)	-39%
Outras despesas	(959.813)	66%	(2.244.166)	66%
Despesas totais	(1.039.371)	29%	(2.421.381)	47%
Resultado operacional (NOI)	3.295.835	4%	8.713.786	9%
Resultado estacionamento	1.266.557	2%	2.902.979	5%
NOI + estacionamento	4.562.392	3%	11.616.765	8%
Benfeitorias	(111.840)	33%	(124.251)	40%
Resultado não operacional	31.821	21%	68.582	-33%
Fluxo de caixa total	4.482.374	3%	11.561.096	7%

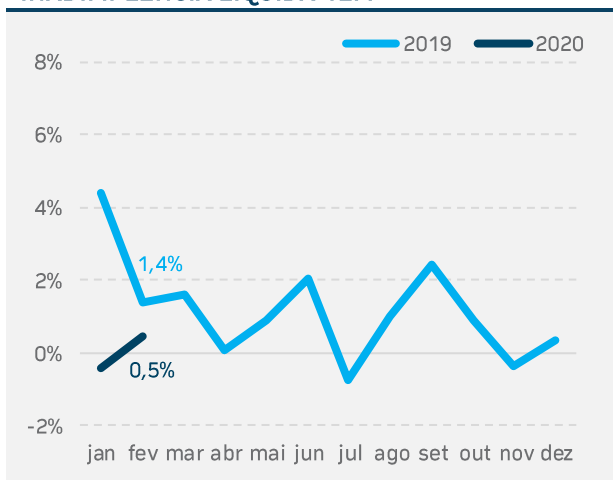
VENDAS (R\$ MM)



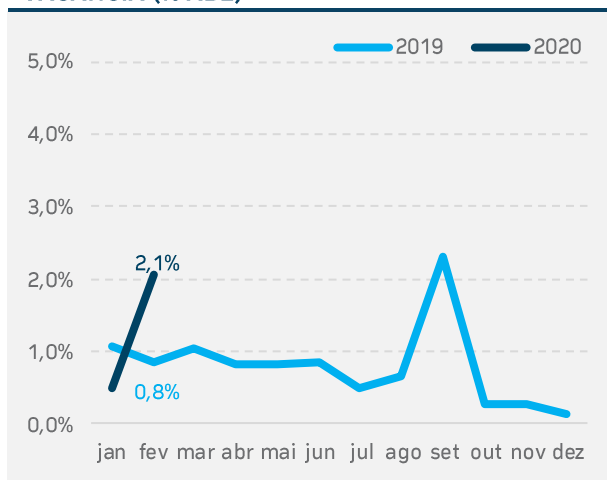
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (8% da carteira)

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. Em janeiro tivemos a inauguração do Outback, mais uma importante operação para o mix do shopping. Em fevereiro, o shopping apresentou crescimento no resultado operacional de 24% em comparação a fevereiro de 2019, encerrando o primeiro bimestre do ano com resultado operacional 16% acima do realizado no mesmo período do ano anterior.

Participação
35%

ABL Total
43,0 mil m²

Lojas
236

Inauguração
2012

Operador
brMalls

Principais Operações: Cinépolis, Outback, Kalunga, Lojas Americanas, Magazine Luiza e Smart Fit

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

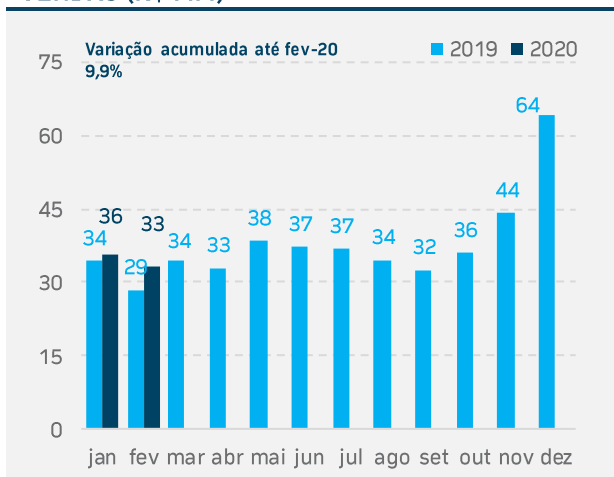
www.shoppingsaobernardoplaza.com.br



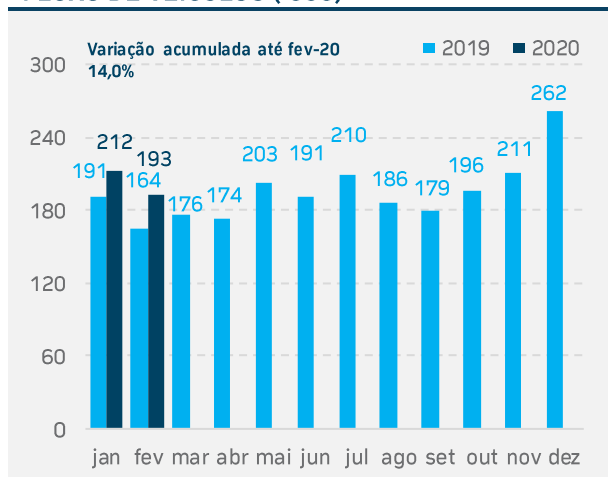
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (8% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	1.923.344	27%	4.582.312	20%
Aluguel complementar	124.663	-39%	519.569	-22%
Aluguel quiosques/stands	471.856	29%	873.288	23%
Outras receitas	40.572	-30%	167.305	45%
Receitas totais	2.560.435	20%	6.142.474	16%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(42.253)	-70%	(244.503)	-7%
Outras despesas	(380.633)	21%	(895.273)	23%
Despesas totais	(422.886)	-8%	(1.139.776)	15%
Resultado operacional (NOI)	2.137.548	27%	5.002.698	16%
Resultado estacionamento	836.521	18%	1.995.295	14%
NOI + estacionamento	2.974.069	24%	6.997.993	16%
Benfeitorias	-	-100%	(7.740)	-99%
Resultado não operacional	38.386	-141%	56.958	149%
Fluxo de caixa total	3.012.456	47%	7.047.212	28%

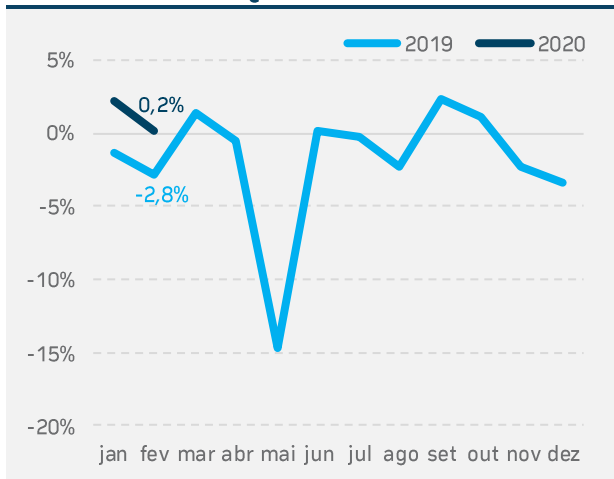
VENDAS (R\$ MM)



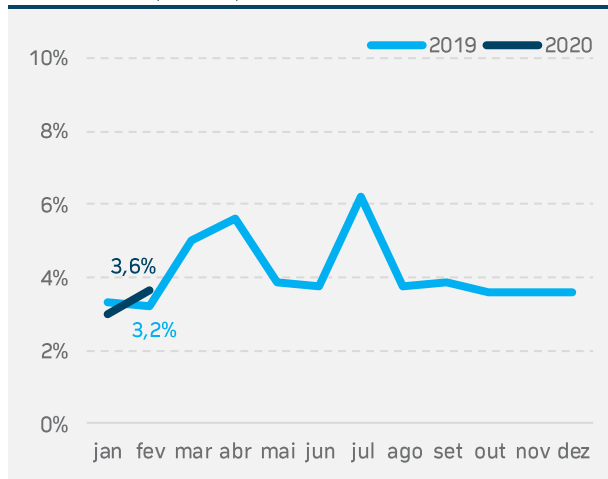
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



TIVOLI SHOPPING CENTER (8% da carteira)

Após um ano com foco na ocupação de lojas vagas, o shopping trouxe a vacância para perto de 3%. Foram inauguradas nos últimos meses duas operações de gastronomia, e uma academia além de outras lojas relevantes para o mix do empreendimento. Recentemente foi assinado o contrato de locação dom a loja Cobasi, com acréscimo de 833 m² de nova ABL, com previsão de inauguração no primeiro semestre de 2020. Esta redução da vacância está refletida no resultado operacional do Shopping que acumula 9% de crescimento nos primeiros dois meses do ano quando comparados ao mesmo período de 2019, tendo como principal destaque maior aluguel faturado e redução de encargos com lojas vagas.

Participação	ABL Total	Operações	Inauguração	Operador
59%	24,7 mil m ²	158	1998	AD Shopping

Principais Operações: Renner, C&A, Magazine Luiza, Riachuelo, Moviecom e Pernambucanas

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

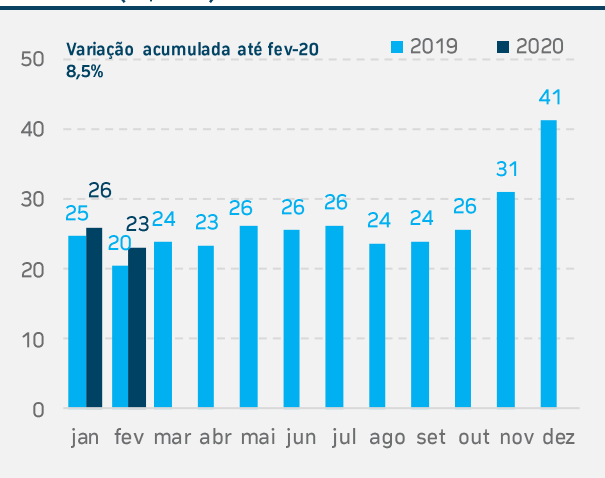
www.tivolishopping.com.br



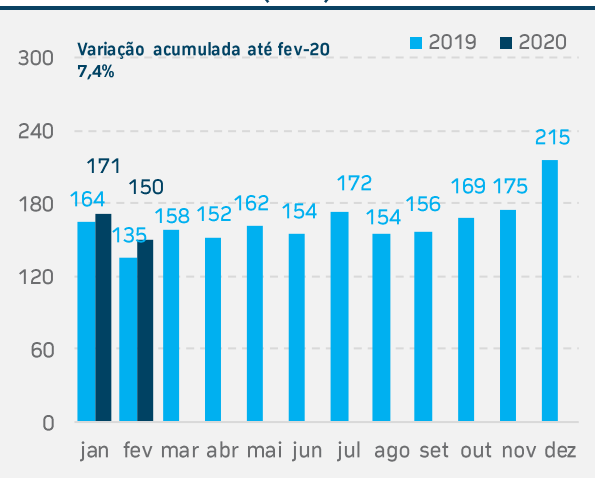
TIVOLI SHOPPING CENTER (8% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	1.036.733	14%	2.219.906	10%
Aluguel complementar	93.615	10%	546.112	3%
Aluguel quiosques/stands	176.753	1%	345.428	-6%
Outras receitas	34.747	-63%	68.749	-33%
Receitas totais	1.341.848	6%	3.180.195	5%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(69.131)	-31%	(118.505)	-43%
Outras despesas	(101.122)	-3%	(329.121)	-5%
Despesas totais	(170.253)	-17%	(447.625)	-19%
Resultado operacional (NOI)	1.171.594	10%	2.732.569	11%
Resultado estacionamento	363.113	-3%	851.889	5%
NOI + estacionamento	1.534.707	7%	3.584.458	9%
Benfeitorias	(487.078)	-	(1.009.900)	51%
Resultado não operacional	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	1.047.629	-20%	2.574.558	-1%

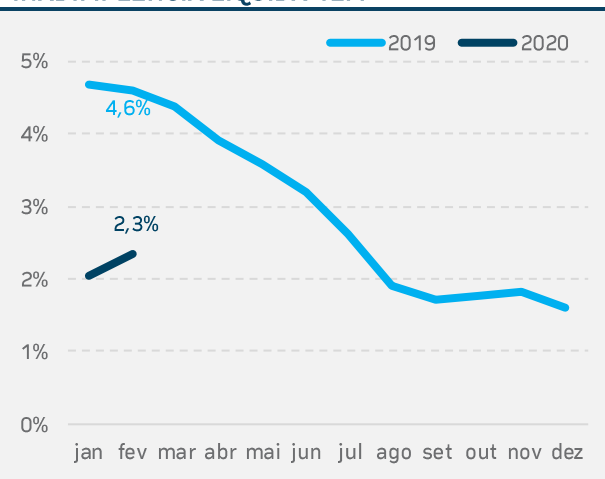
VENDAS (R\$ MM)



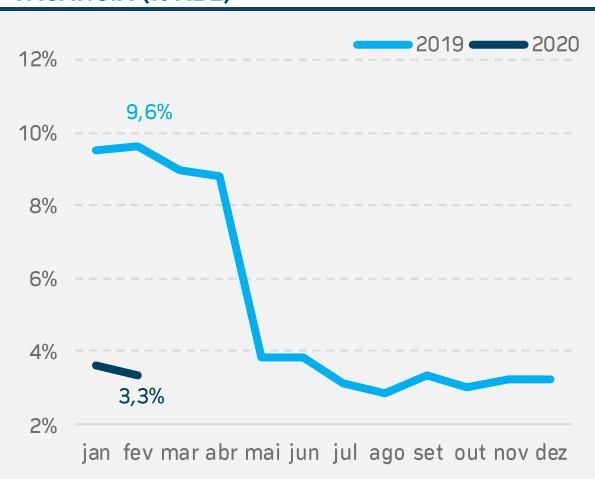
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING VILLA LOBOS (7% da carteira)

O Shopping Villa Lobos está localizado no Alto de Pinheiros, região nobre da cidade de São Paulo e com fácil acesso pela Marginal Pinheiros, oferece diversas opções de lazer e entretenimento para toda a família, como o Teatro Opus, que possui mais de 700 lugares. O Shopping acumula queda no resultado operacional de 20%, nos dois primeiros meses do ano, quando comparado ao mesmo período de 2019, em função de um custo comercial para a aquisição do ponto de uma operação. Vale ressaltar, que esta aquisição foi realizada antes da aquisição do Shopping e, portanto, não impactou o resultado do Fundo.

Participação	ABL Total	Operações	Inauguração	Operador
15%	28,7 mil m ²	211	2000	brMalls

Principais Operações: Zara, C&A, MAC, Fast Shop, Le Lis Blanc, Cinemark, Outback, Ráscal, Cortés.

Endereço: Av. das Nações Unidas, 4.777 – São Paulo/SP

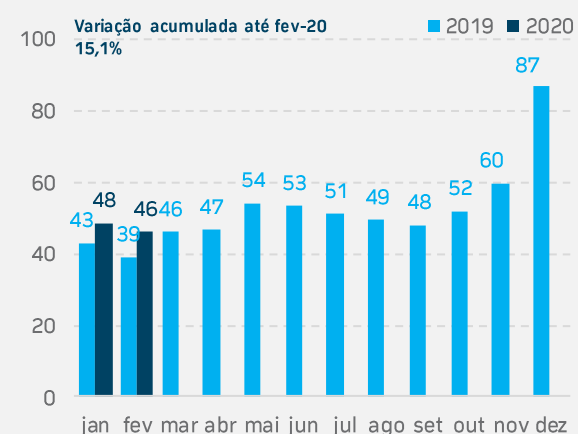
www.shoppingvillalobos.com.br/



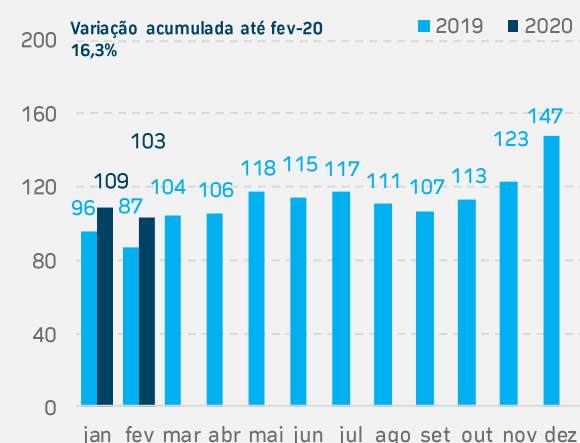
SHOPPING VILLA LOBOS (7% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	3.347.942	-2%	8.853.319	8%
Aluguel complementar	203.581	-13%	1.386.797	54%
Aluguel quiosques/stands	717.651	48%	1.331.973	27%
Outras receitas	305.883	80%	688.411	66%
Receitas totais	4.575.057	6%	12.260.500	16%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(74.511)	12%	(113.231)	-6%
Outras despesas	(620.097)	59%	(6.217.417)	523%
Despesas totais	(694.608)	52%	(6.330.649)	465%
Resultado operacional (NOI)	3.880.449	1%	5.929.851	-37%
Resultado estacionamento	896.447	32%	2.853.109	86%
NOI + estacionamento	4.776.896	6%	8.782.960	-20%
Benfeitorias	(2.353.627)	246%	(3.566.750)	0%
Resultado não operacional	13.444	-	(366.709)	-
Fluxo de caixa total	2.436.712	-37%	4.849.501	-34%

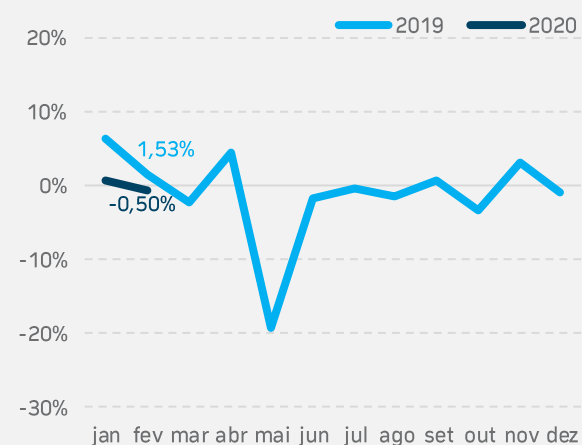
VENDAS (R\$ MM)



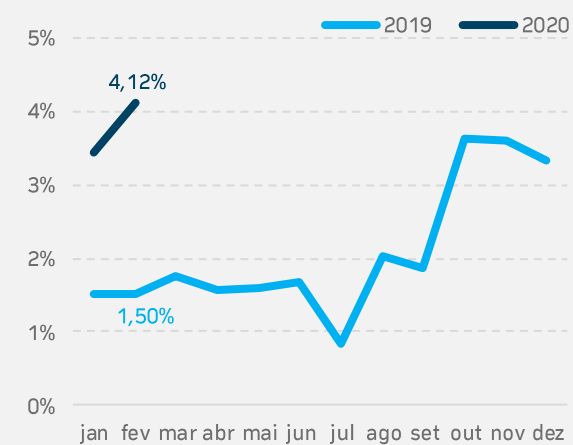
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (4% da carteira)

Com a inauguração do concorrente Shopping Estação Cuiabá em 2018, continuamos observando a queda nos indicadores do ativo. No mês de fevereiro o shopping apresentou resultado operacional negativo, e com isso o resultado acumulado no primeiro bimestre ficou 76% abaixo do realizado no mesmo período de 2019. Nos últimos meses, tivemos a inauguração da restaurante Paris 6 e da Academia Bodytech, passos importantes para a retomada do ativo.

Participação	ABL Total	Operações	Inauguração	Operador
54%	26,3 mil m²	187	1989	AD Shopping

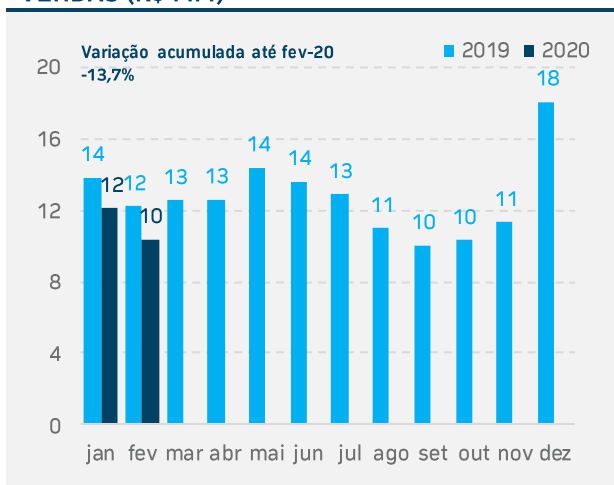
Principais Operações: Renner, Avenida, Lojas Americanas, Cinemark e Vivara
 Endereço: Av. José Monteiro de Figueiredo, 500 – Cuiabá, MT www.goiabeirasshopping.com.br



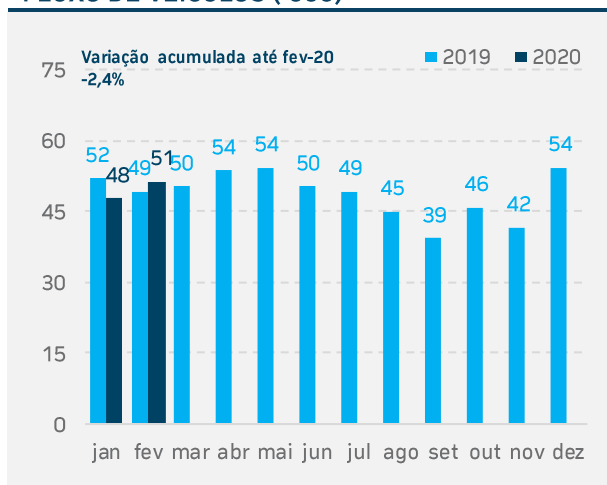
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (4% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	221.552	-61%	575.129	-62%
Aluguel complementar	174.463	9%	405.110	-14%
Aluguel quiosques/stands	98.804	-7%	243.393	-14%
Outras receitas	-	-100%	2.132	-84%
Receitas totais	494.819	-41%	1.225.763	-46%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(651.129)	58%	(651.129)	-21%
Outras despesas	(22.520)	-16%	(160.070)	-38%
Despesas totais	(673.648)	54%	(811.199)	-25%
Resultado operacional (NOI)	(178.829)	-144%	414.564	-65%
Resultado estacionamento	2.505	-99%	(25.661)	-106%
NOI + estacionamento	(176.325)	-128%	388.903	-76%
Benfeitorias	(47.478)	-13%	(237.296)	1%
Resultado não operacional	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	(223.803)	-139%	151.607	-89%

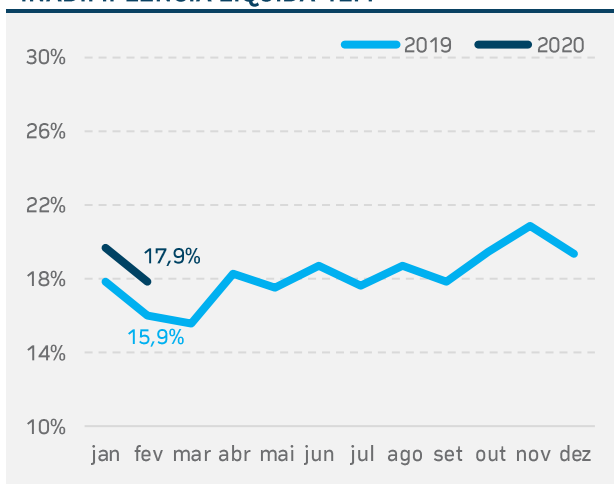
VENDAS (R\$ MM)



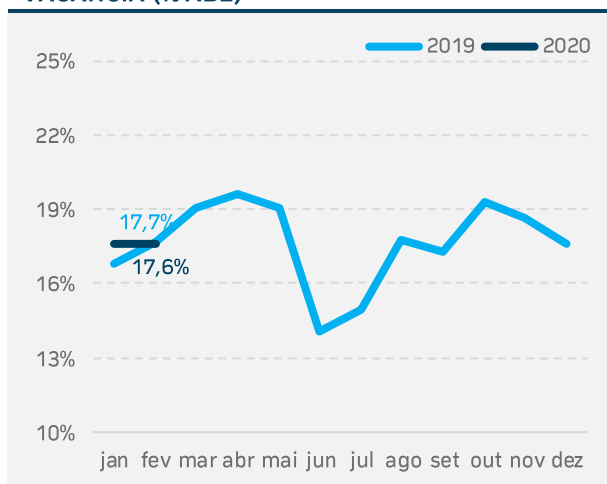
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



I FASHION OUTLET (4% da carteira)

O Outlet I Fashion Novo Hamburgo, reconhecido pela qualificação de seu mix de lojistas, consolidou ainda mais esta posição em 2019, com diversas inaugurações e com isso mantendo a vacância em patamares historicamente baixos., recentemente foi assinado o contrato para a entrada da Adidas. No mês de fevereiro, o Outlet apresentou resultado operacional 74% acima do observado em fevereiro de 2019. Este resultado no entanto, contempla uma contabilização em duplicidade, e deverá ser revertido no próximo mês.

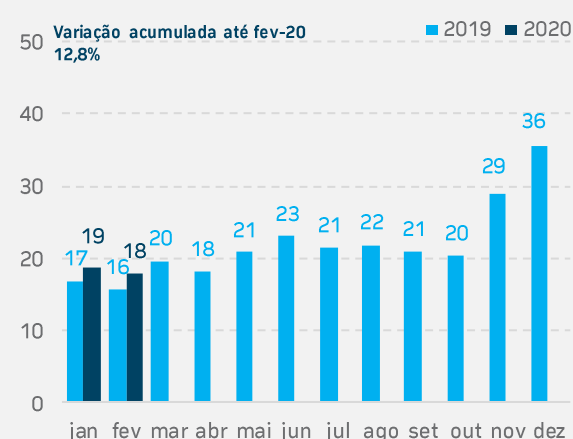
Participação 49%	ABL Total 20,1	Operações 91	Inauguração 2013	Operador Iguatemi
Principais Operações: Nike Outlet, Hugo Boss, Calvin Klein, Diesel, e Tommy Hilfiger				
Endereço: Rodovia BR 116 Km 239 – Novo Hamburgo, RS			iguatemi.com.br/ifashionoutletnh	



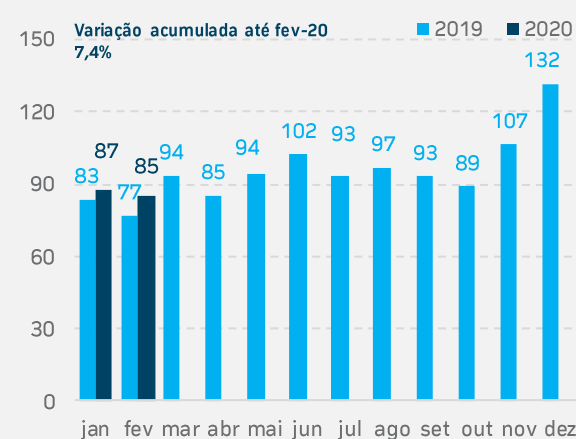
I FASHION OUTLET (4% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	695.968	16%	1.612.106	9%
Aluguel complementar	432.653	135%	1.121.547	38%
Aluguel quiosques/stands	58.271	2%	133.592	-5%
Outras receitas	3.863	-104%	135.905	391%
Receitas totais	1.190.756	60%	3.003.149	22%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(46.935)	6%	(90.021)	2%
Outras despesas	(93.078)	-3%	(188.904)	-3%
Despesas totais	(140.012)	0%	(278.925)	-1%
Resultado operacional (NOI)	1.050.743	74%	2.724.224	25%
Resultado estacionamento	-	-	-	-
NOI + estacionamento	1.050.743	74%	2.724.224	25%
Benfeitorias	(14.175)	-92%	(70.470)	-90%
Resultado não operacional	9.779	-495%	14.623	-710%
Fluxo de caixa total	1.046.347	149%	2.668.377	78%

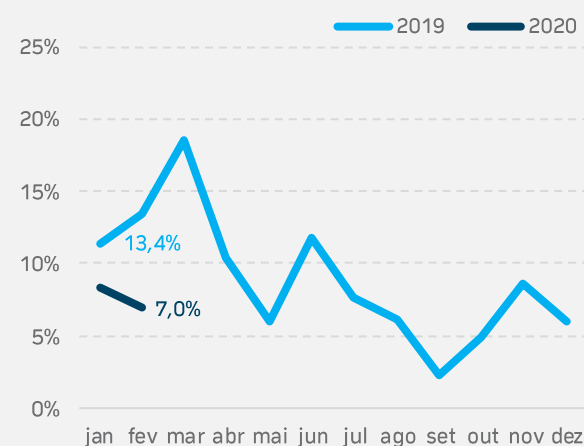
VENDAS (R\$ MM)



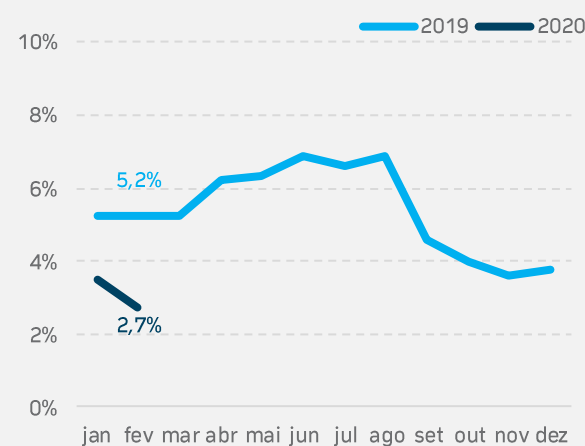
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA BRUTA



VACÂNCIA (% ABL)



SANTANA PARQUE SHOPPING (3% da carteira)

O Fundos adquiriu participação no ativo em maio de 2019. O shopping está localizado na Zona Norte de São Paulo, com grande influência econômica e cultural. Em fevereiro, o shopping apresentou crescimento no resultado operacional de 7% em relação ao observado em fevereiro de 2019.

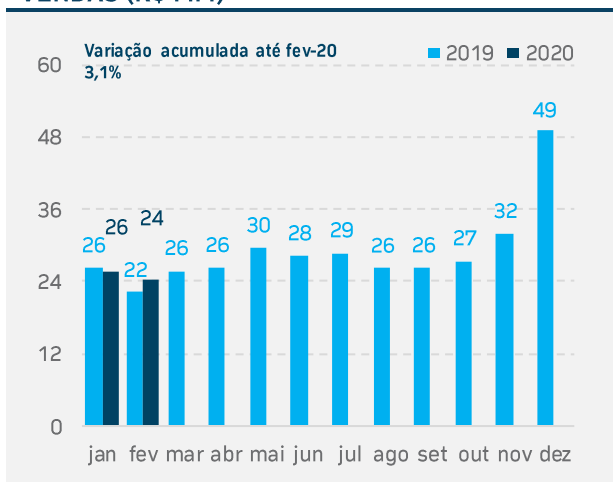
Participação 15%	ABL Total 26,5 mil m ²	Operações 159	Inauguração 2007	Operador Aliansce Sonae
Principais Operações: Renner, UCI, Centauro, C&A, Lojas Americanas, Riachuelo, Outback e Bio Ritmo				
Endereço: R. Conselheiro Moreira de Barros, 2.780 – São Paulo, SP			www.santanaparqueshopping.com.br	



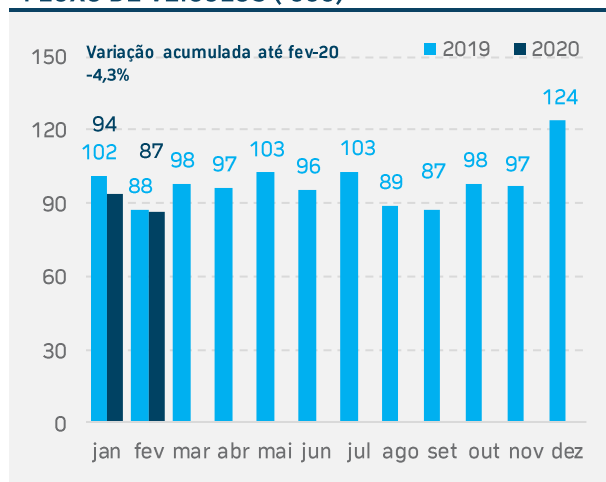
SANTANA PARQUE SHOPPING (3% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	1.206.458	-1%	3.242.998	2%
Aluguel complementar	135.165	-15%	684.943	-7%
Aluguel quiosques/stands	289.444	-9%	530.760	-19%
Outras receitas	57.467	756%	126.294	241%
Receitas totais	1.688.534	-1%	4.584.995	0%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(77.725)	-65%	(166.376)	-46%
Outras despesas	(305.775)	39%	(537.291)	28%
Despesas totais	(383.500)	-13%	(703.666)	-4%
Resultado operacional (NOI)	1.305.034	3%	3.881.328	0%
Resultado estacionamento	615.956	16%	1.498.529	4%
NOI + estacionamento	1.920.990	7%	5.379.857	1%
Benfeitorias	(26.691)	-32%	(63.303)	-12%
Resultado não operacional	27.749	-125%	(73.163)	-75%
Fluxo de caixa total	1.922.048	17%	5.243.392	6%

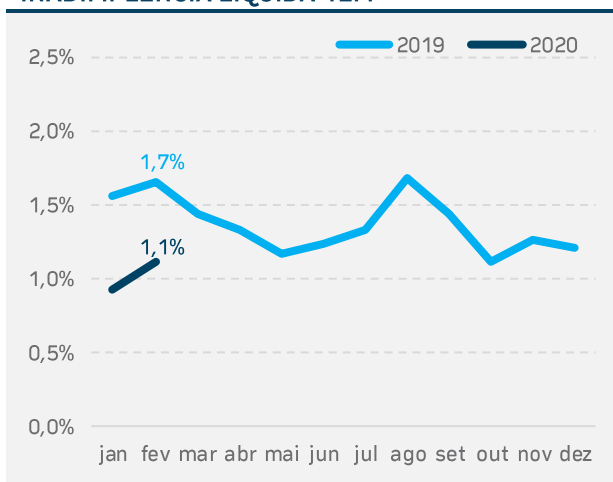
VENDAS (R\$ MM)



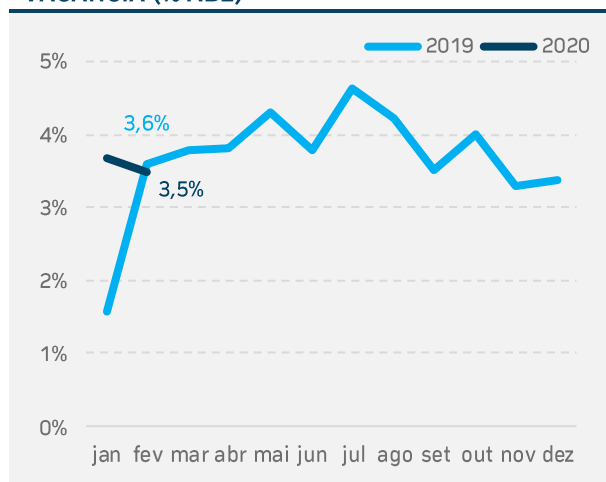
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SUZANO SHOPPING (2% da carteira)

O Suzano Shopping atende toda a região do Alto Tietê, que soma uma população de mais de um milhão de habitantes. No mês, o shopping apresentou crescimento operacional de 11% em relação ao mesmo mês de 2019. Os principais destaques foram um aumento no aluguel complementar faturado e na linha de Outras Receitas.

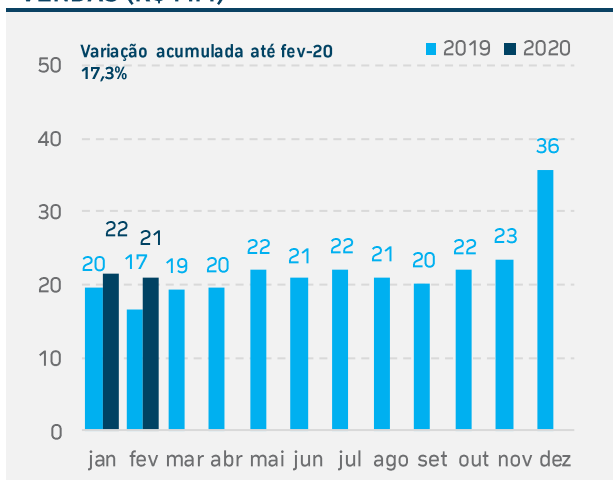
Participação 15%	ABL Total 24,1 mil m ²	Operações 113	Inauguração 2000	Operador HBR Realty
Principais Operações: Renner, Centerplex, Centauro, C&A, Lojas Americanas, Riachuelo, Magazine Luiza, Smart Fit				
Endereço: R. Sete de Setembro, 555 – Suzano, SP			www.suzanoshopping.com.br	



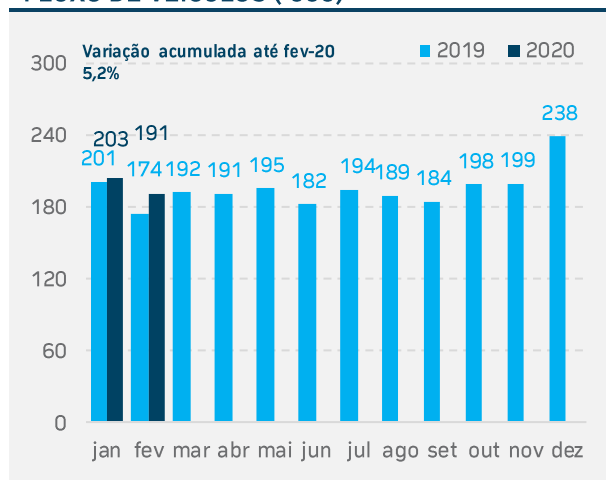
SUZANO SHOPPING (2% da carteira)

Fluxo de Caixa 100% shopping	fev-20	Variação fev-20/19	Acumulado jan/fev-20	Variação acum. 20/19
Aluguel mínimo	1.001.890	4%	2.814.527	15%
Aluguel complementar	140.207	92%	396.378	66%
Aluguel quiosques/stands	276.111	12%	623.886	18%
Outras receitas	179.109	346%	230.538	147%
Receitas totais	1.597.317	21%	4.065.330	23%
Encargos de lojas vagas e contratuais	-	-	-	-
Outras despesas	(143.130)	208%	(328.082)	179%
Despesas totais	(143.130)	208%	(328.082)	179%
Resultado operacional (NOI)	1.454.188	14%	3.737.248	17%
Resultado estacionamento	336.394	0%	846.983	9%
NOI + estacionamento	1.790.581	11%	4.584.230	15%
Benfeitorias	-	-	-	-
Resultado não operacional	(30.624)	-	(30.624)	-
Fluxo de caixa total	1.759.958	9%	4.553.606	15%

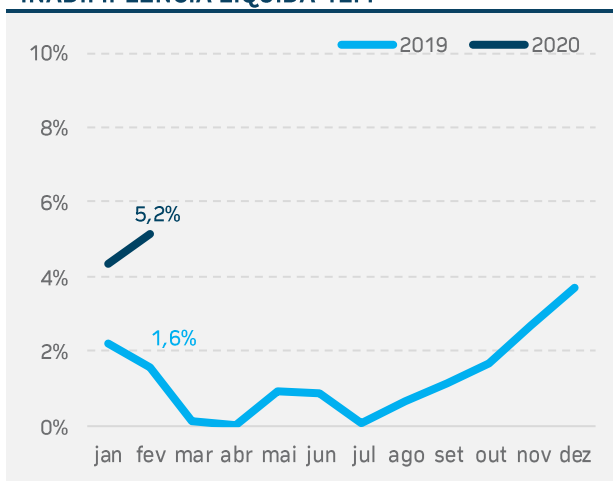
VENDAS (R\$ MM)



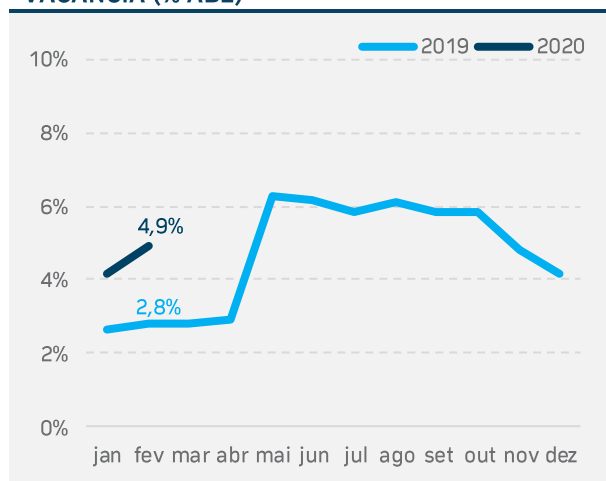
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING PARQUE DOM PEDRO (10% da carteira via cotas do FII HPDP11)

O Parque D. Pedro Shopping é o mais completo centro de compras, lazer, entretenimento e serviços da região de Campinas. No encerramento de fevereiro o Fundo detinha uma participação de 9,1% do Shopping, por meio do Fundo HPDP11. Em fevereiro, observamos um aumento na vacância do empreendimento devido ao encerramento das operações Star Bowling e Laboratório Franceschi.

Participação	ABL Total	Operações	Inauguração	Operador
9,1%	126,9 mil m ²	394	2002	Aliansce Sonae
Principais Operações: Renner, Decathlon, Magazine Luiza, Riachuelo, Telhanorte, Kinoplex e Outback				
Endereço: Av. Guilherme Campos 500 – Campinas, SP			www.parquedpedro.com.br	



VIA PARQUE SHOPPING (3% da carteira via cotas do FII FVPQ11)

O Fundo encerrou o mês de março com participação de 11,9% no ativo. Nos últimos 5 anos, o ativo passou por diversas revitalizações, como por exemplo: *retrofit* da fachada, novas salas de cinema, reforma da praça de alimentação do shopping e revitalização dos sanitários. Ainda, recentemente tivemos a inauguração da Begreen, a maior fazenda urbana da América Latina.

Participação	ABL Total	Operações	Inauguração	Operador
11,9%	57,2 mil m ²	239	1993	Aliansce Sonae
Principais Operações: Renner, C&C, Leader, Lojas Americanas, Marisa, Kinoplex e Rio Decor				
Endereço: Av. Ayrton Senna, 3.000 – Rio de Janeiro, RJ			www.viaparqueshopping.com.br	



SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (2% da carteira via cotas do FII HMOC11)

O Shopping Praça da Moça está localizado na área central de Diadema na Grande São Paulo. Em fevereiro o shopping apresentou crescimento operacional de 4,5% em relação ao observado em fevereiro de 2019.

Participação 18,0%	ABL Total 29,8 mil m²	Operações 210	Inauguração 2009	Operador AD Shopping
Principais Operações: Riachuelo, C&A, Renner, Besni, Centauro, Magazine Luiza, Kalunga e Mania de Churrasco.				
Endereço: R. Graciosa - Diadema, SP			www.shoppingpracadamoca.com.br	



GRAND PLAZA SHOPPING (3% 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 72 mil metros quadrados, e reúne parte das marcas mais sólidas do varejo nacional. O Fundo adquiriu nos últimos meses posição relevante no ativo através de cotas do FII ABCP11 em bolsa.

Participação 6,1%	ABL Total 69,5 mil m ²	Operações 284	Inauguração 1997	Operador CCP
Principais Operações: Renner, Riachuelo, C&A, Centauro, Fast Shop, Pernambucanas e Cinemark				
Endereço: Av. Industrial, 600 – Santo André/SP			www.grandplazashopping.com.br/	



SHOPPING JARDIM SUL (2% da carteira via cotas do FII JRDM11)

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.

Participação 10,0%	ABL Total 28,6 mil m ²	Operações 174	Inauguração 1990	Operador brMalls
Principais Operações: Renner, C&A, Centauro, Fast Shop, Pão de Açúcar, Outback, Almanara e UCI Cinemas				
Endereço: Av. Giovanni Gronchi, 5.819 – São Paulo/SP.				www.jardimsul.com.br/



FLORIPA SHOPPING (2% da carteira via cotas do FII FLRP11)

O Floripa Shopping está localizado às margens da rodovia que liga o Centro ao Norte da Ilha de Santa Catarina, no principal acesso às praias como Jurerê Internacional, Praia Brava e Costão do Santinho. Ao final de março o Fundo detinha 51,7% do Fundo FLRP11 que por sua vez detém uma participação de 35,37% do empreendimento Floripa Shopping.

Participação 18,3%	ABL Total 33,5 mil m ²	Operações 132	Inauguração 2006	Operador Floripa
Principais Operações: Renner, Havan, Magazine Luiza, Riachuelo, Centauro e Cinemark				
Endereço: Rodovia SC-401, 3.116 Florianópolis, SC.			www.floripashopping.com.br	



EVENTOS, COMUNICADOS E FATOS RELEVANTES

Em 27 de março de 2020, a Hedge Investments Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários LTDA., inscrita no CNPJ sob o nº 07.253.654/0001-76, com sede na Avenida Horácio Lafer, 160, 9º andar (parte), Itaim Bibi, na cidade e Estado de São Paulo, na qualidade de instituição administradora ("Administradora") do Hedge Brasil Shopping Fundo de Investimento Imobiliário, inscrito no CNPJ sob o nº 08.431.747/0001-06 ("Fundo") convidou os senhores cotistas do Fundo ("Cotistas") para a Assembleia Geral Ordinária a ser realizada no dia 28 de abril de 2020, às 16:00 horas no auditório do Iguatemi Offices Building, localizado na Rua Iguatemi, 192, Itaim Bibi, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo ("Assembleia"), a fim de deliberar sobre a aprovação das contas e das demonstrações financeiras do Fundo referentes ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2019.

Esta convocação, as contas e demonstrações financeiras do Fundo informadas na ordem do dia da Assembleia, assim como o parecer do auditor independente e informe anual do Fundo foram disponibilizados para consulta no sistema FundosNet, portanto encontram-se disponíveis nos websites da CVM e B3 e no website da Administradora (www.hedgeinvest.com.br).

Poderão participar da Assembleia os cotistas inscritos no registro de cotistas na data da convocação desta Assembleia, seus representantes legais ou procuradores legalmente constituídos há menos de 1 (um) ano.

Sendo assim, é necessário apresentar Documentação de Identificação, ou seja, documento de identificação válido, no caso de cotista pessoa física, ou em caso de pessoa jurídica ou fundo de investimento, documento de identificação válido do(s) representante(s) acompanhado de cópia autenticada do estatuto/contrato social ou cópia simples do regulamento e procuração específica para comprovar poderes. Em caso de cotista representado por procurador, a procuração deve trazer poderes específicos para prática do voto e estar com firma reconhecida.

A Administradora também informa ao cotista que este pode ser representado pela Administradora na Assembleia e, portanto, deverá solicitar no endereço eletrônico dtvm@hedgeinvest.com.br o modelo de procuração para tanto, de forma a viabilizar o exercício do seu direito de voto, abrangendo as possíveis opções de deliberação. Excepcionalmente para esta Assembleia, em função dos acontecimentos recentes decorrentes do avanço da COVID-19, buscando a redução de aglomeração e circulação de pessoas para evitar a disseminação do novo coronavírus e ao mesmo tempo manter o incentivo ao voto dos cotistas, esta procuração poderá ser devolvida preenchida e assinada, acompanhada da Documentação de Identificação, em via digital sem necessidade de reconhecimento de firma, para o e-mail dtvm@hedgeinvest.com.br até 24 horas antes da realização da Assembleia.

Em caso de dúvidas, consulte seu assessor de investimentos.

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.

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

Encargos contratuais: despesas de unidades locadas que são pagas pelo proprietário devido a negociação específica com locatário.

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 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.

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

DOCUMENTOS

[Regulamento Vigente](#)[Demonstrações Financeiras 2019](#)[Informe Mensal](#)

Este boletim tem caráter meramente informativo, destina-se aos cotistas do Fundo e não deve ser entendido como análise de valor mobiliário, material promocional, solicitação de compra ou venda, oferta ou recomendação de qualquer ativo financeiro ou investimento. Recomendamos consultar profissionais especializados e independentes para eventuais necessidades e questões relativas a aspectos jurídicos, tributários e de sucessão. 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 erros ou omissões neste material ou pelo uso das informações nele contidas. Adicionalmente, não se responsabilizam por decisões dos investidores acerca do tema contido neste material nem por ato ou fato de profissionais e especialistas por ele 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). Ao investidor é recomendada a leitura cuidadosa tanto do prospecto 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. Os riscos eventualmente mencionados neste material não refletem todos os riscos, cenários e possibilidades associados ao ativo. 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. Para obter informações sobre objetivo, público-alvo e riscos, consulte o regulamento do Fundo. São vedadas a cópia, a distribuição ou a reprodução total ou parcial deste material, sem a prévia e expressa concordância do administrador e do gestor do Fundo. Contatos Ouvidoria: ouvidoria@hedgeinvest.com.br ou pelo telefone 0800 761 6146.



Av. Horácio Lafer, 160 - 9º andar

Itaim Bibi - São Paulo - SP

04538-080

hedgeinvest.com.br