

Hedge Brasil Shopping FII

HGBS11



Foto: Shopping Penha

JULHO DE 2026

Relatório Gerencial



SUMÁRIO NAVEGÁVEL	pág.
OBJETIVO DO FUNDO E INFORMAÇÕES GERAIS	3
PRINCIPAIS DESTAQUES	4
DESEMPENHO DO FUNDO	10
CARTEIRA DE INVESTIMENTOS	14
SHOPPING JARDIM SUL	16
SHOPPING PENHA	18
BOULEVARD SHOPPING BAURU	20
PARKSHOPPING SÃO CAETANO	22
CAPIM DOURADO SHOPPING	24
MOOCA PLAZA SHOPPING	26
SHOPPING WEST PLAZA	28
TIVOLI SHOPPING CENTER	30
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING	32
SHOPPING VILLALOBOS	34
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA	36
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA	38
PARTAGE SANTANA SHOPPING	40
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER	42
FRANCA SHOPPING	44
SHOPPING PARQUE D. PEDRO	46
FLORIPA SHOPPING	47
GRAND PLAZA SHOPPING	48
VIA PARQUE SHOPPING	49
GLOSSÁRIO	50
DOCUMENTOS	51



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\$ 20,25

COTA DE MERCADO

R\$ 19,14

VALOR DE MERCADO

R\$ 2,8 bi

QUANTIDADE DE COTAS

144.355.726

QUANTIDADE DE COTISTAS

198.399

ABL PRÓPRIA ¹

272,6 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

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 / Economática; Data base das informações: 31/07/2026.

PRINCIPAIS DESTAQUES

AQUISIÇÃO DE 75% DO SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA

No dia 5 de agosto de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Fundo, comunicou aos Cotistas via [Fato Relevante](#) que foi assinado um Compromisso de Compra e Venda (CCV) para aquisição de 75% do Shopping Jaraguá Araraquara, por um valor de R\$ 216.295.028,50, a ser pago na data de fechamento, contra a lavratura da escritura. O cap rate de aquisição é de 9,0%, considerando o resultado operacional do Shopping projetado para os 12 (doze) meses seguintes à data estimada para a conclusão da Transação.

A Operação está sujeita à superação de condições precedentes usuais em transações desta natureza, incluindo a finalização dos documentos da Transação e da obtenção da aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE). Considerando que o Fundo é atual proprietário de 25% do Imóvel, com a concretização da Operação, o Fundo passará a deter uma participação de 100% do Shopping Jaraguá Araraquara. Com a evolução da Transação, novas informações serão disponibilizadas ao mercado em geral.

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.

Alienções 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.

CASAS BAHIA

Conforme [noticiado](#) na manhã de sexta-feira, dia 14/08/2026, o mercado presenciou o fechamento de 298 lojas do Grupo Casas Bahia S.A. ("Casas Bahia"), sendo que no domingo, dia 16/08/2026, a empresa publicou os resultados trimestrais e confirmou a informação dos fechamentos bem como divulgou via [Fato Relevante](#) o Pedido de Recuperação Judicial da companhia.

Considerando estes acontecimentos, destacamos abaixo informações e impactos das Casas Bahia nos shoppings que compõe a carteira do HGBS.

Antes, porém, apresentamos uma rápida contextualização desta operação e sua importância para os shopping centers. Considerando que se trata de uma marca bastante conhecida pelos consumidores e que oferece uma vasta gama de produtos, é considerada bastante importante para composição do tenant mix de muitos empreendimentos, contribuindo para a atratividade de público (e mesmo de novos lojistas). Em geral, ocupam grandes áreas, classificadas como âncoras, porém com contribuição de aluguéis (em R\$/m²) significativamente inferiores aos de lojas menores (satélites).

Na última sexta feira, foram fechadas 6 lojas em shoppings do portfólio do fundo, que representam uma ABL própria de 1.670 m², ou, 0,6% da ABL própria do fundo. No entanto, a representatividade dessas lojas no NOI do portfólio atual do HGBS nos últimos 12 meses é de apenas 0,4%, considerando os aluguéis pagos, o que significa menos do que R\$ 0,001 / cota mensal.

Maiores informações serão detalhadas nos próximos relatórios gerenciais, conforme andamento deste episódio.

12ª EMISSÃO DE COTAS DO HEDGE BRASIL SHOPPING FII

No dia 20 de julho de 2026, a Hedge DTVM, na qualidade de instituição administradora do Hedge Brasil Shopping, [anunciou](#) o início da 12ª Emissão do Hedge Brasil Shopping Fundo de Investimento Imobiliário. O montante total da Oferta é inicialmente estimado em até R\$ 246.000.000,00, considerando os custos de emissão, podendo ser aumentado em até 20% pelo Lote Adicional. O preço de emissão é de R\$ 20,30 / cota, equivalente ao valor patrimonial do fechamento de junho de 2026 somado ao Custo Unitário de Distribuição de 1%. A Oferta é destinada aos investidores no geral. Maiores detalhes podem ser encontrados nos demais Documentos da Oferta.

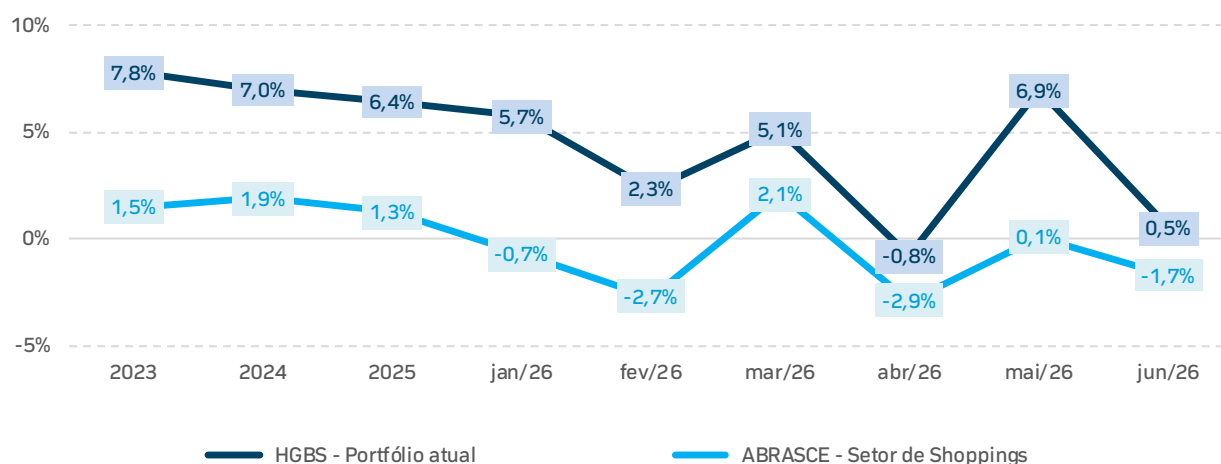
Leia o Prospecto, a Lâmina e o Regulamento do Fundo antes de aceitar a Oferta, em especial a seção Fatores de Risco.

MERCADO DE SHOPPING CENTERS - MONITORAMENTO MENSAL (ABRASCE)

Segundo dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), em junho, o mercado de shoppings brasileiro apresentou retração de 1,7% 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 6,3%. Considerando o acumulado de 2026, temos uma retração nominal de vendas de 0,9% 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

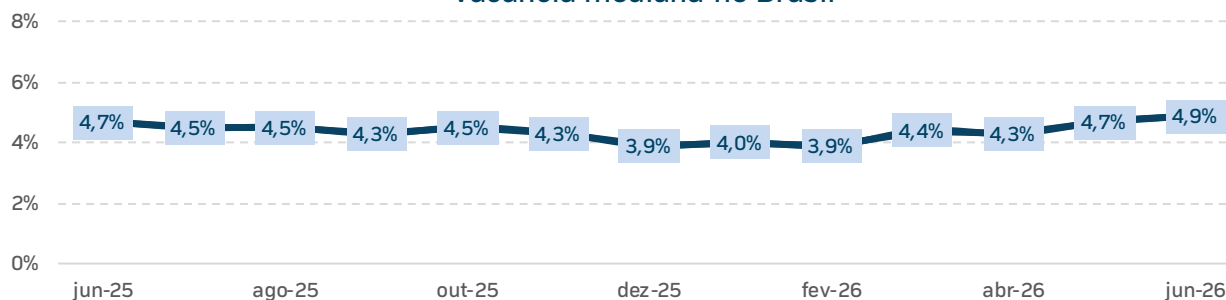


Fonte: Índice Cielo de Varejo em Shopping Centers (ICVS-Abrasce); Hedge; Administradoras.

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

Vacância (Mediana)	Brasil	Norte/Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
jun/26	4,9%	5,1%	5,7%	4,5%	7,4%
mai/26	4,7%	5,6%	6,1%	4,2%	4,7%

Vacância mediana no Brasil



Fonte: Abrasce, Hedge



INDICADORES OPERACIONAIS

Trazemos abaixo os principais destaques do portfólio no mês de junho considerando o **portfólio atual do Fundo**. Ou seja, considera que o Fundo já possuía a atual carteira no ano anterior. Destacamos que a alienação do I Fashion Outlet Novo Hamburgo está refletida nos indicadores de maio.

VENDAS/M²: O portfólio do Fundo apresentou vendas/m² de R\$ 1.328 em junho, o que representa um crescimento de 2,1% vs. junho de 2025. Levando em conta o acumulado de 2026, as vendas apresentam crescimento de 4,0% em comparação ao mesmo período de 2025.

VACÂNCIA: O Fundo encerrou jun/26 com 4,4% da ABL vaga vs. 4,7% em mai/26 e 4,9% em jun/25. Destacamos que os ativos que mais colaboram para a redução da vacância no mês foram o Penha, impactado pela movimentação estratégica para entrada da Riachuelo, e o Jardim Sul, impactado pela entrada do CEMA.

NOI/M²: Em junho, o NOI/m² do Fundo foi de R\$ 95,9/m², um crescimento de 8,5% vs. junho de 2025. No acumulado do ano de 2026, o indicador apresenta crescimento de 6,4% em comparação ao mesmo período de 2025. Destacamos que o crescimento do NOI de junho reflete uma boa performance geral dos shoppings na data de Dia das Mães, e, a boa performance dos cinemas, fatores que impulsionaram as vendas e fluxo de maio, refletindo no crescimento das linhas de aluguel variável e receita de estacionamento em junho.

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

Junho - 2026					VENDAS (100%)			NOI (100%)		
Portfólio¹	% da Carteira	Part.	ABL (100%)	Vacância	R\$/m²	R\$/m² vs. jun/25	YTD vs. 2025	R\$/m²	R\$/m² vs. jun/25	YTD vs. 2025
Pq D. Pedro²	18%	22,0%	126.323	1,9%	1.480	-1,9%	3,0%	153,4	18,3%	8,9%
Jardim Sul	14%	80,0%	28.741	1,7%	2.059	0,8%	2,0%	174,9	33,1%	11,0%
Penha	9%	87,6%	29.779	3,5%	1.734	3,7%	6,8%	104,2	6,6%	5,3%
Bauru	8%	100,0%	34.550	2,5%	1.043	-1,4%	6,4%	65,9	13,1%	18,1%
São Caetano	7%	20,0%	39.252	4,4%	2.476	4,8%	7,8%	209,4	5,1%	12,1%
Capim Dourado	6%	60,0%	39.002	2,5%	1.178	-0,4%	-0,5%	79,0	0,3%	-3,1%
Mooca	6%	20,0%	42.067	0,8%	2.354	7,0%	9,4%	175,4	3,1%	6,6%
West Plaza²	5%	89,9%	35.059	8,2%	764	6,4%	11,5%	41,0	2,9%	12,6%
Tivoli	5%	59,0%	25.779	1,8%	1.399	-3,9%	1,2%	95,5	-1,6%	2,8%
São Bernardo	5%	35,0%	42.954	5,6%	1.078	-3,8%	0,9%	87,2	0,3%	-0,2%
Villa Lobos	4%	15,0%	28.374	3,4%	2.695	-1,6%	2,5%	246,8	-8,2%	2,1%
Floripa² ⁴	3%	25,6%	50.866	1,7%	1.049³	-5,4%	-18,6%	64,5	2,2%	-4,0%
Pr. da Moça	3%	23,1%	31.368	1,5%	1.291	1,3%	3,9%	99,3	-1,0%	1,0%
Araraquara	2%	25,0%	21.146	2,6%	1.350	-0,1%	5,3%	102,2	18,5%	7,4%
Santana	2%	15,0%	24.627	7,7%	1.350	7,0%	10,9%	104,8	0,2%	7,5%
Via Parque²	1%	12,4%	56.485	13,0%	462	-2,0%	-3,2%	22,9	-45,3%	-23,4%
Goiabeiras	0,6%	54,0%	25.831	18,1%	417	-3,7%	-4,9%	-27,2	na	na
Franca	0,03%	0,4%	18.955	1,3%	1.827	3,2%	13,9%	160,3	47,8%	17,9%
HGBS¹	-	-	267.436	4,4%	1.328	2,1%	4,0%	95,9	8,5%	6,4%

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.

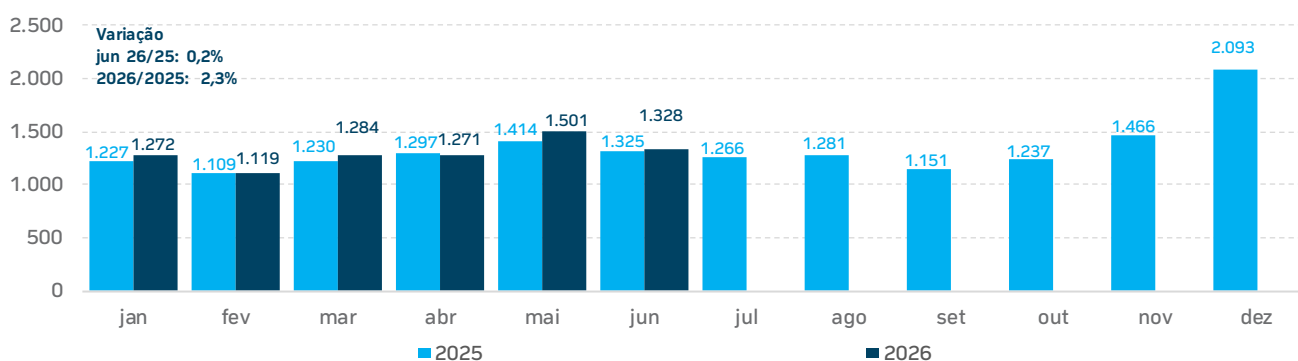
⁴ Destacamos que a variação negativa dos indicadores de Vendas e NOI do Floripa é influenciada por uma base elevada de resultados em 2025, com forte impacto do crescimento do turismo estrangeiro em Florianópolis no período.

Fonte: Hedge, Administradoras.

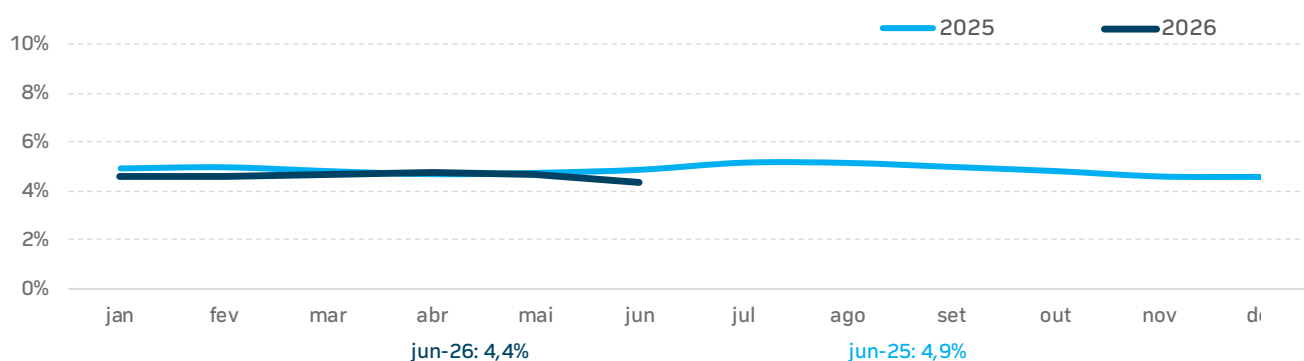
INDICADORES OPERACIONAIS – HISTÓRICO CONSOLIDADO

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.

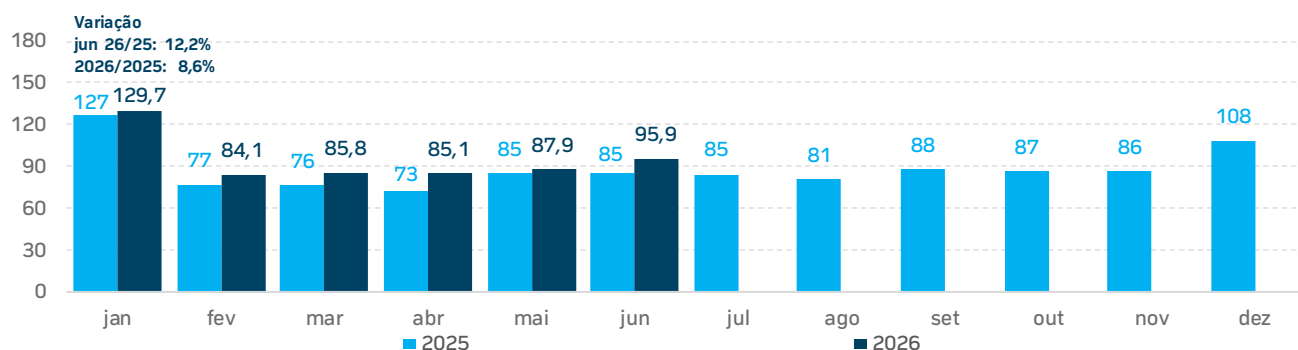
VENDAS TOTAIS / M² (R\$)



VACÂNCIA (% ABL)



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

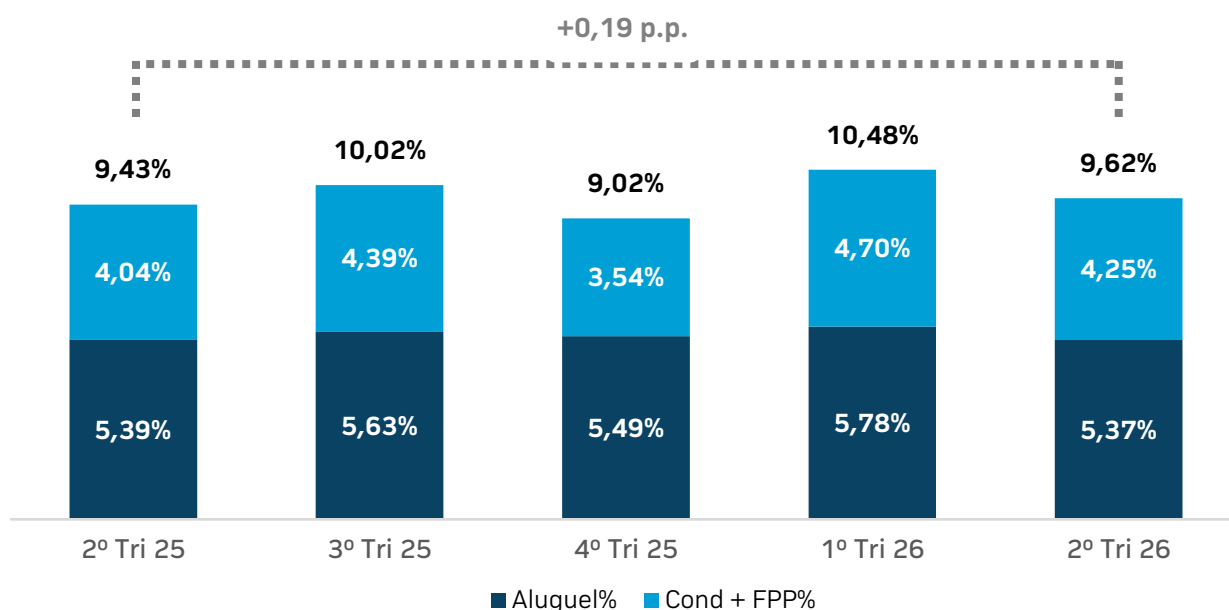


Fonte: Hedge, Administradores

INDICADORES COMERCIAIS

CUSTO DE OCUPAÇÃO (% DAS VENDAS)

O custo médio de ocupação do portfólio encerrou o segundo trimestre de 2026 em 9,62%, permanecendo em um patamar confortável para a operação dos lojistas. Em relação ao mesmo período de 2025, o indicador apresentou incremento de 0,19 ponto percentual, mas seguiu abaixo dos níveis observados nos segundos trimestres de 2023 e 2024.



VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS)

No 2º trimestre de 2026, o portfólio do HGBS apresentou SSS de +1,1% em comparação com o mesmo período de 2025. O principal destaque foi o segmento de Conveniência e Serviços, em que Farmácia (+16,2%) apresentou o melhor desempenho, ainda fortemente impulsionado pelas vendas de canetas emagrecedoras.

Em Outros, o desempenho foi sustentado por Papelaria e Livraria (+18,8%), beneficiadas pelo lançamento do álbum e das figurinhas da Copa do Mundo de 2026, além de Cinema (+15,8%), favorecido pelo calendário de grandes estreias ao longo de todo o trimestre.

Pelo lado negativo, o principal impacto veio de Artigos do Lar, com retração em todos os seus segmentos: Cama, Mesa e Banho (-10,3%), Eletrodomésticos (-7,9%) e Decoração e Construção (-5,0%).

Outro fator que limitou o crescimento do portfólio foi o desempenho de Roupas e Calçados. Mesmo com uma queda pouco expressiva, Lojas de Departamento (-0,5%) impactou o portfólio em função de sua elevada representatividade nas vendas do fundo. Em contrapartida, o segmento de Esportes (+12,8%) manteve o bom desempenho observado nos últimos trimestres, beneficiado também pela janela da Copa do Mundo.

Assim como no primeiro trimestre, Franca (+6%) e West Plaza (+5,8%) foram os principais destaques, seguidos pelo Mooca (+4,9%), todos com crescimento acima da inflação do período. Também repetindo o que vimos no primeiro trimestre de 2026, Goiabeiras (-4,1%) e Floripa (-2,5%), foram os maiores detratores.

SSS por segmento (vs. mesmo período de 2025)	2º Tri 2026	1º Semestre 2026
Roupas e Calçados	0,4%	-0,1%
Alimentação	2,2%	4,7%
Conveniência & Serviços	3,3%	4,2%
Artigos do Lar	-7,4%	-7,5%
Outros	2,7%	3,6%
HGBS	1,1%	1,8%

DESEMPENHO DO FUNDO

RESULTADO

Em julho, o resultado do Fundo foi de R\$ 0,153 / cota. O Fundo anunciou a distribuição de R\$ 0,170 / cota como rendimento referente ao mês de julho de 2026, considerando as 144.355.726 cotas no fechamento do mês, com pagamento em 14 de agosto de 2026, aos detentores de cotas em 31 de julho de 2026.

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	jul-26	R\$ / Cota	2026	R\$ / Cota Médio Mensal
Receita Imobiliária	23.939.868	0,166	172.346.402	0,182
Imóveis	18.018.895	0,125	138.524.804	0,147
FIs Estratégicos - Rendimento	5.920.973	0,041	33.821.598	0,035
Outras Receitas	1.063.710	0,007	8.034.001	0,009
FIs Líquidos - Rendimento	377.160	0,003	2.542.272	0,003
CRI	547.365	0,004	2.336.325	0,002
LCI	-	-	163.007	0,000
Renda Fixa	139.185	0,001	2.992.396	0,003
Total de Despesas	(6.030.678)	(0,042)	(40.909.963)	(0,043)
Despesas operacionais	(1.782.003)	(0,012)	(11.811.704)	(0,012)
Despesas financeiras	(4.248.675)	(0,029)	(29.098.259)	(0,031)
Resultado Operacional	18.972.899	0,131	139.470.440	0,148
Lucro Operações	3.088.213	0,021	20.681.123	0,021
Imóveis	-	-	10.623.046	0,010
FIs Estrat. - Ganho de Capital	3.093.018	0,021	21.659.060	0,024
FIs Líquidos - Ganho de Capital	-	-	(9.582.854)	(0,011)
IR Ganho FIs	(4.805)	(0,000)	(2.018.130)	(0,002)
Resultado HGBS11	22.061.112	0,153	160.151.562	0,169
Rendimento HGBS11	24.540.473	0,170	160.140.537	0,169
Rendimento Recibos*	-	-	253.031	-

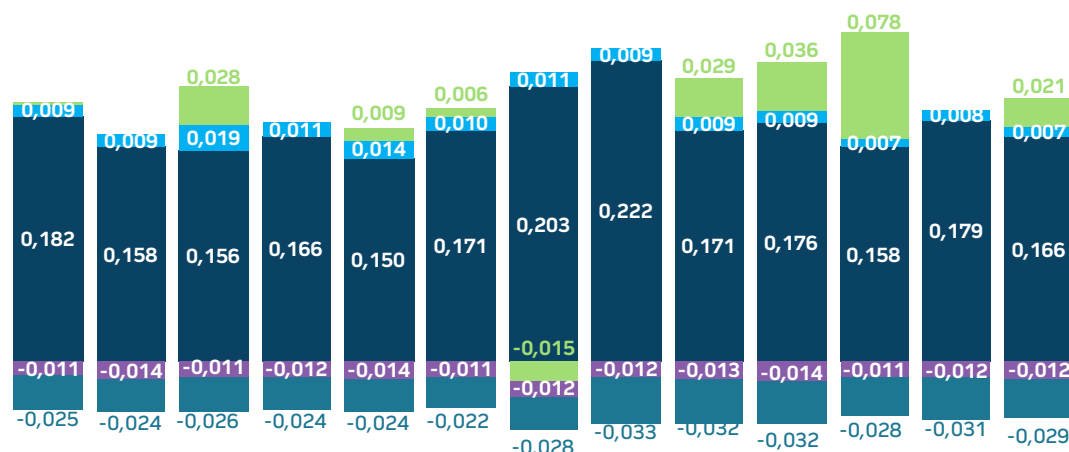
Renda Imobiliária: Imóveis: compreende receitas operacionais dos shoppings, líquidas das despesas operacionais aplicáveis ao negócio, FIs Estratégicos - Rendimento: rendimentos nos investimentos dos FIs HPDP11, PQDP11, FVPQ11, FLRP11, WPLZ11 e ABCP11. **Outras Receitas:** FIs Líquidos - Rendimento: rendimentos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

* 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



	Jul-25	Ago-25	Set-25	Out-25	Nov-25	Dez-25	Jan-26	Fev-26	Mar-26	Abr-26	Mai-26	Jun-26	Jul-26	Média 12m
Resultado Total	0,155	0,130	0,166	0,141	0,136	0,153	0,159	0,186	0,164	0,174	0,203	0,143	0,153	0,159
Rendimento	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,160	0,170	0,170	0,170	0,170	0,170	0,170	0,161
Resultado Acumulado	0,030	0,010	0,026	0,017	0,003	0,006	0,005	0,021	0,015	0,017	0,048	0,021	0,004	-

PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Considerando as premissas de projeção de resultados para os ativos do Fundo, o lucro realizado com a conclusão da venda do I Fashion Outlet Novo Hamburgo e a projeção de lucro a ser realizado caso seja concluída a venda do 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\$ 19,14**.

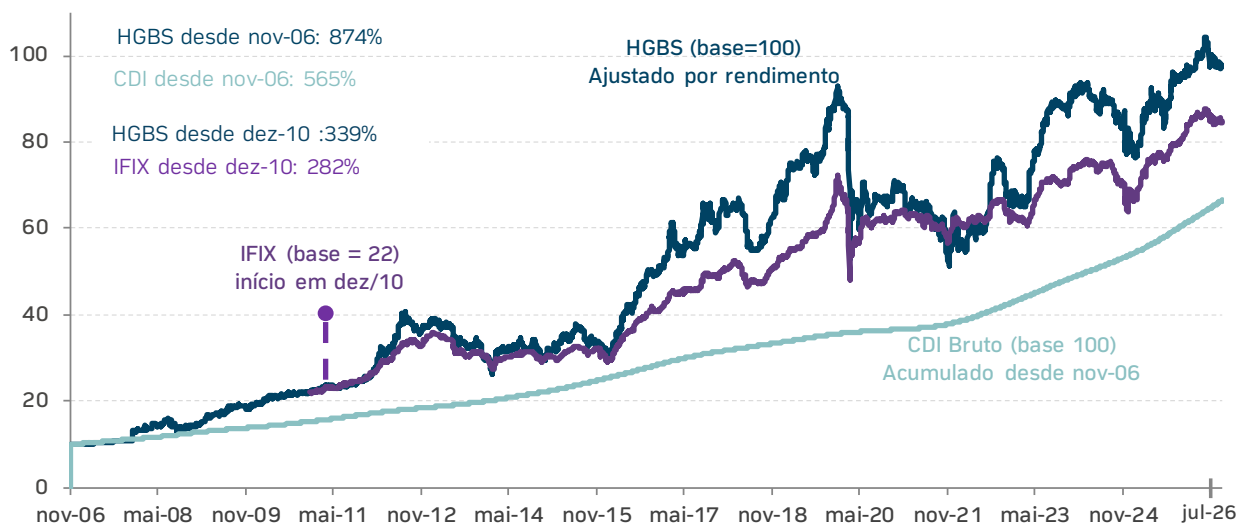
Hedge Brasil Shopping FII	jul/26	2026	12 meses	Início
Cota Aquisição (R\$)	19,50	20,00	18,60	10,00
Renda Acumulada	0,9%	5,8%	10,3%	292,0%
Ganho de Capital Líquido	-1,8%	-4,3%	2,3%	73,1%
TIR Líq. (Renda + Venda)	-1,0%	1,5%	13,2%	1519,2%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	-10,2%	2,7%	13,2%	15,2%
% CDI Líquido	-	22,4%	107,0%	316,2%
Retorno Total Bruto	-1,0%	1,5%	13,2%	383,4%
IFIX	-0,3%	1,1%	11,1%	258,9%¹
% IFIX	-	131,1%	118,4%	120,1%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

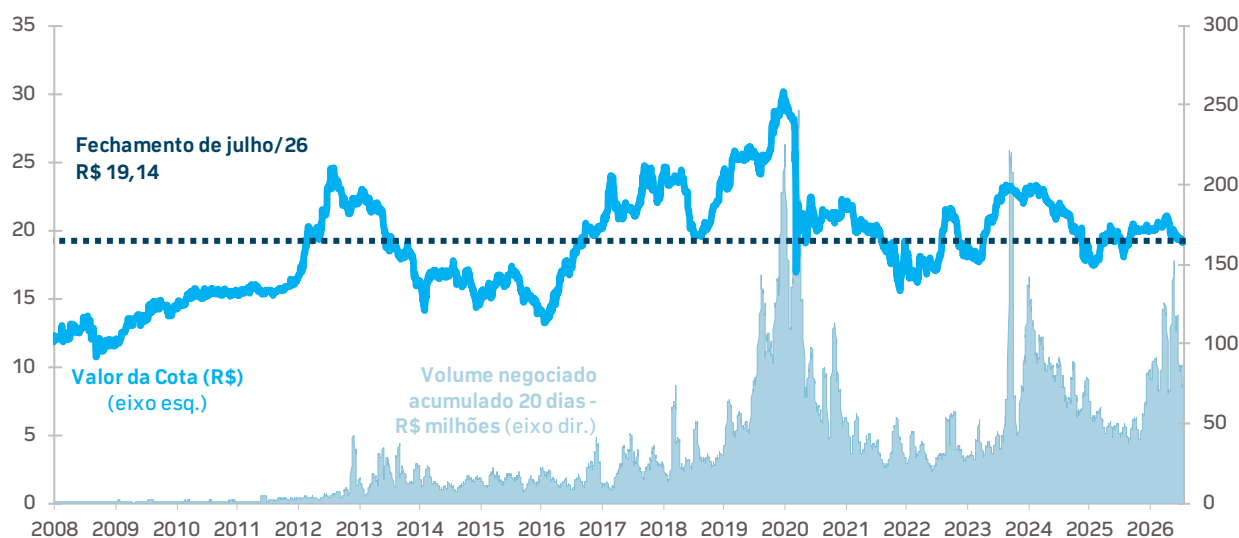
O gráfico abaixo compara a série histórica acumulada, na base 100, de alguns indicadores de mercado em relação ao valor da cota ajustada por rendimentos desde o início do Fundo em novembro de 2006 e do início do IFIX, em dezembro de 2010.



Fonte: Hedge / B3 / Bacen / Econômica

LIQUIDEZ E VALOR DA COTA

Negociação B3	jul/26	2026	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Giro (em % do total de cotas)	3,3%	25,3%	36,3%
Volume negociado (R\$ milhões)	90,4	688,2	970,7
Volume médio diário (R\$ milhões)	3,9	4,7	3,9

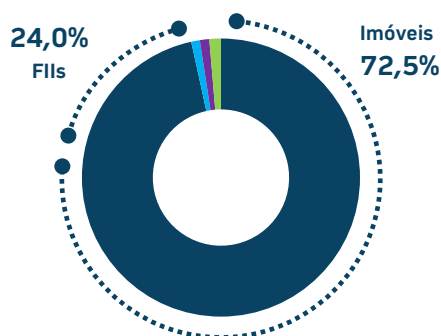


Fonte: Hedge / B3 / Econômica

CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

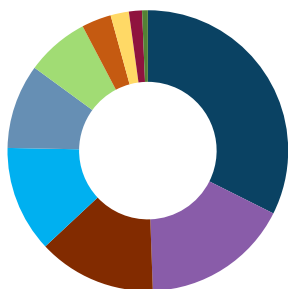
O Fundo encerrou o mês com investimentos em 19 shopping centers, distribuídos em catorze cidades e cinco estados, sendo 14 detidos de forma direta, 4 detidos através de cotas de outros FIs (HPDP11, FVPQ11, FLRP11 e ABCP11), 1 detido parte de forma direta e parte em cotas de WPLZ11. Estes shoppings representam 96,5% da carteira de ativos do Fundo. Dentre este portfólio, o Fundo detém participação majoritária em 7 shoppings, que totalizam 48% do valor investido em ativos estratégicos.

DIVERSIFICAÇÃO DA CARTEIRA DE ATIVOS



Estratégicos	96,5%	FIs Líquidos	1,0%
CRIs e LCIs	1,6%	Fundos RF	0,9%

DIVERSIFICAÇÃO POR OPERADORES (%)



ALLOS	32%
AD Shopping	17%
Ancar	14%
Soul Malls	12%
WE9	10%
Multiplan	7%
Plena Malls	3%
SYN	2%
Partage	2%
Alqia	1%

DIVERSIFICAÇÃO - ATIVOS ESTRATÉGICOS

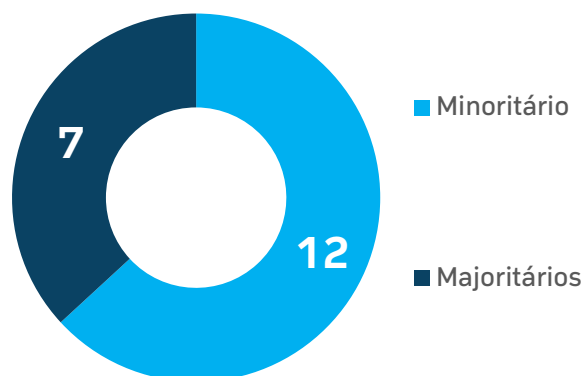


DIVERSIFICAÇÃO POR REGIÃO (%)

São Paulo	89%
Tocantins	6%
Santa Catarina	3%
Rio de Janeiro	1%
Mato Grosso	1%



QUANTIDADE DE ATIVOS POR PARTICIPAÇÃO



Fonte: Hedge.

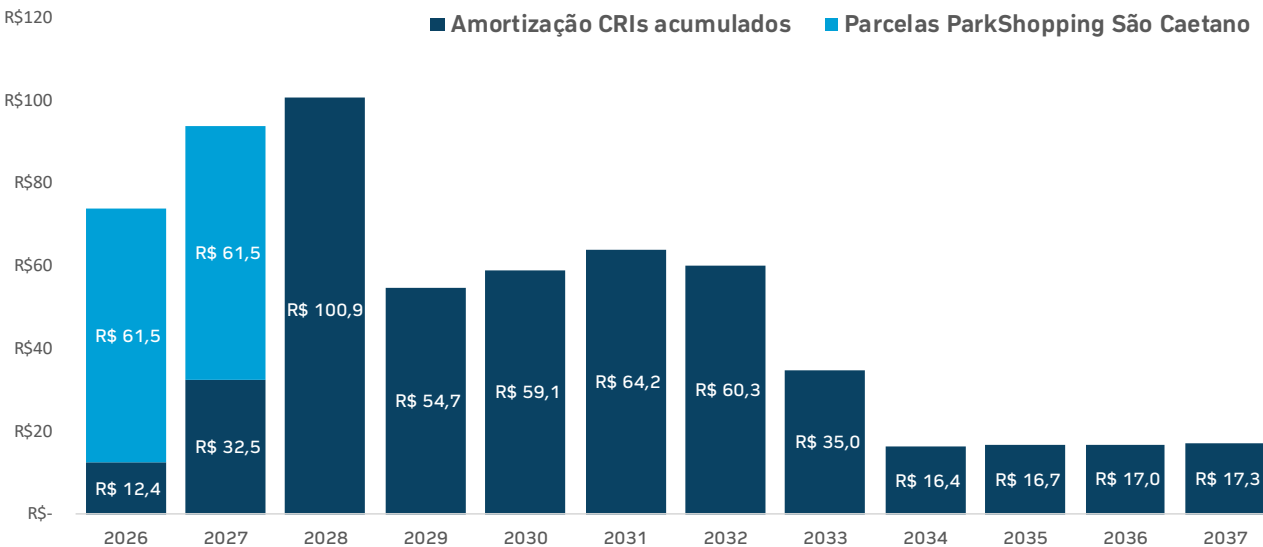


ALAVANCAGEM DO FUNDO

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	17,7%						
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\$ 96,7	R\$ 99,7	R\$ 91,2	R\$ 124,6	R\$ 27,6	R\$ 68,1	R\$ 9,7
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 (14% 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: entradas das operações CEMA Medicina Especializada (425 m²), Blanc Brinquedos (120 m²), Altenburg (83 m²), Friga (60 m²) e Café do Ponto (40 m²), saídas da Curumim (saída da loja antiga de 213 m², já opera em outro espaço de 190 m²), Mondo Pane (89 m²) e B.Lem Portuguese Bakery (40 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

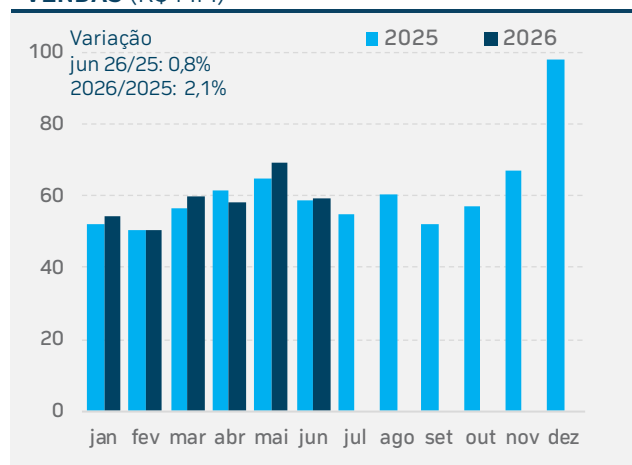


Fotos: Maurício Moreno.

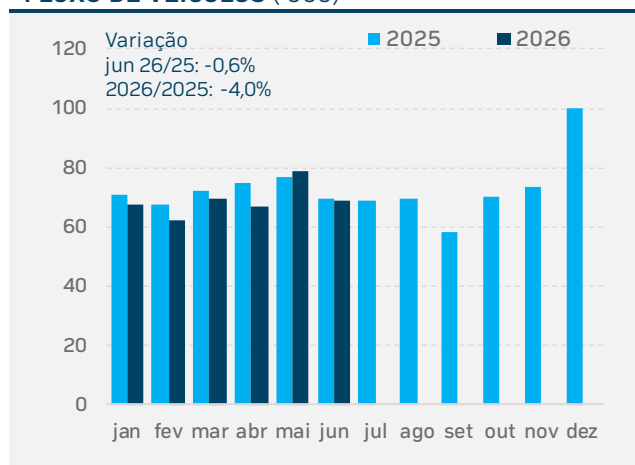
SHOPPING JARDIM SUL (14% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.781.786	2.567.132	8%	18.071.004	17.083.829	6%
Aluguel complementar	330.352	243.990	35%	1.524.273	1.598.199	-5%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	646.529	441.141	47%	3.341.519	3.275.805	2%
Outras receitas	78.757	46.731	69%	250.878	367.902	-32%
Receitas totais	3.837.424	3.298.995	16%	23.187.675	22.325.734	4%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(47.058)	(61.780)	-24%	(224.162)	(414.625)	-46%
Outras despesas	(150.197)	(563.746)	-73%	(2.991.530)	(3.731.997)	-20%
Despesas totais	(197.255)	(625.527)	-68%	(3.215.692)	(4.146.621)	-22%
Resultado sem estacionamento	3.640.168	2.673.468	36%	19.971.983	18.179.113	10%
Resultado estacionamento	1.385.776	1.101.130	26%	7.299.947	6.383.311	14%
Resultado operacional (NOI)	5.025.944	3.774.598	33%	27.271.930	24.562.424	11%
Benfeitorias	(150.364)	-	-	(1.241.493)	(52.608)	2260%
Resultado não operacional	(25.901)	9.767	-	(176.791)	(132.358)	34%
Fluxo de caixa total	4.849.678	3.784.364	28%	25.853.646	24.377.457	6%

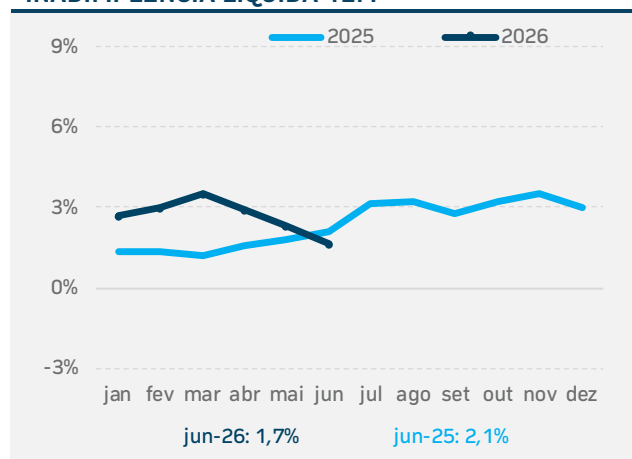
VENDAS (R\$ MM)



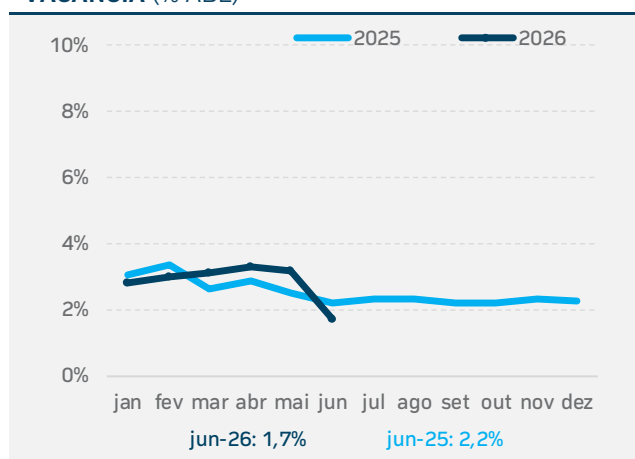
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: entradas da Vivo (132 m², realocação projeto Riachuelo), Feira de Artesanato (70 m²), Via Luxo (27 m²) e Campinas Celulares (22 m²), saída da Laser Games (250 m²), reclassificação de 390 m² para reserva técnica do movimento da Riachuelo.

Destacamos que em abril algumas lojas satélites localizadas no 1º piso do Shopping Penha foram reclassificadas da vacância para reserva técnica/vacância estratégica, totalizando 706 m². Essa reclassificação decorre do projeto de otimização do mix e da ocupação do piso que viabilizou a [entrada da Riachuelo](#), após a unificação de determinadas lojas satélites e a conversão de parte da área de mall em ABL.

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

Principais Operações: C&A, Centauro, Dafyne Presentes, Danny Cosméticos, Kalunga, Life by Vivara, Magazine Luiza, Pandora, Renner, Riachuelo (a inaugurar), 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

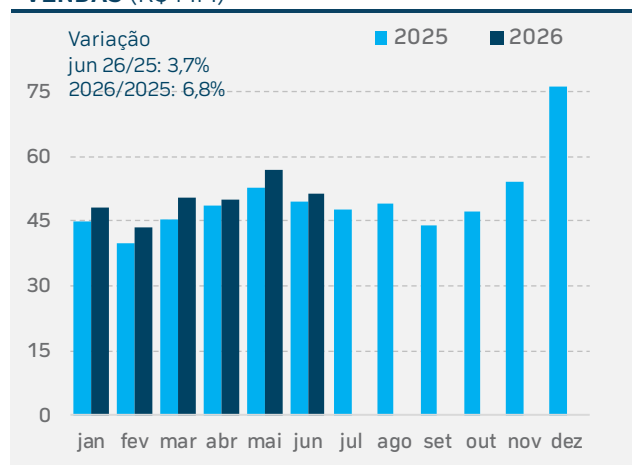


Fotos: Maurício Moreno

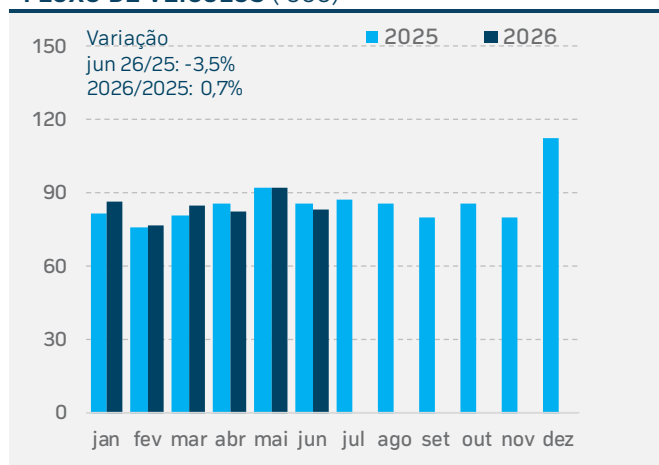
SHOPPING PENHA (9% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Varição vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	2.304.299	2.170.469	6%	14.163.873	13.090.315	8%
Aluguel complementar	274.026	228.238	20%	1.340.109	1.282.933	4%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	524.758	460.702	14%	2.929.730	2.930.157	0%
Outras receitas	30.278	13.686	121%	562.129	79.839	604%
Receitas totais	3.133.362	2.873.095	9%	18.995.841	17.383.245	9%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(343.243)	(299.841)	14%	(1.891.611)	(1.609.019)	18%
Outras despesas	(236.896)	(221.605)	7%	(1.635.757)	(1.454.168)	12%
Despesas totais	(580.139)	(521.447)	11%	(3.527.368)	(3.063.187)	15%
Resultado sem estacionamento	2.553.223	2.351.648	9%	15.468.473	14.320.057	8%
Resultado estacionamento	549.736	560.083	-2%	3.096.127	3.309.330	-6%
Resultado operacional (NOI)	3.102.959	2.911.732	7%	18.564.600	17.629.388	5%
Benfeitorias	(216.173)	(527.607)	-59%	(1.152.291)	(4.663.017)	-75%
Resultado não operacional	-	(2.200)	-	(41.918)	(13.200)	218%
Fluxo de caixa total	2.886.786	2.381.925	21%	17.370.391	12.953.171	34%

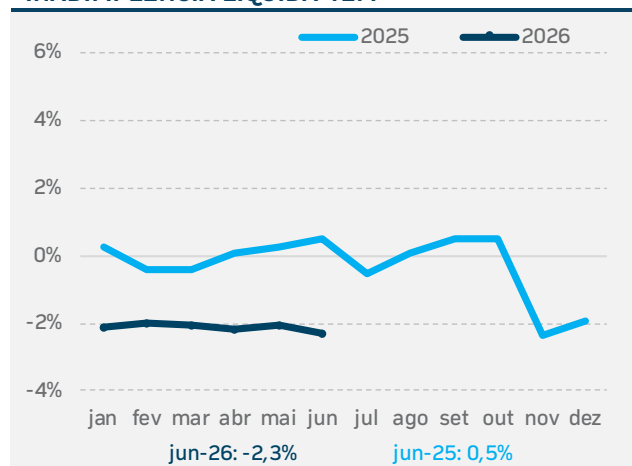
VENDAS (R\$ MM)



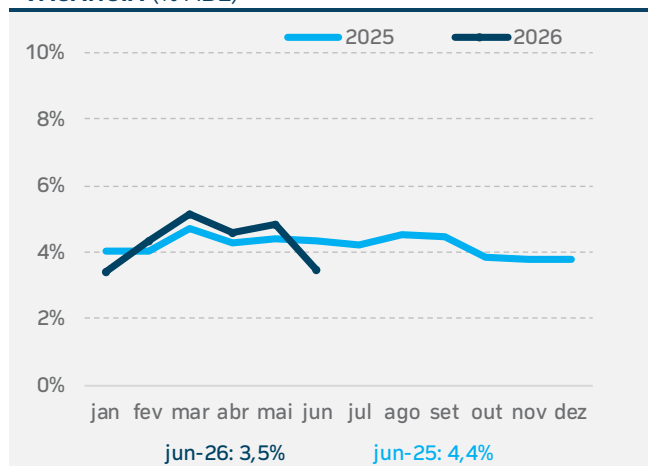
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

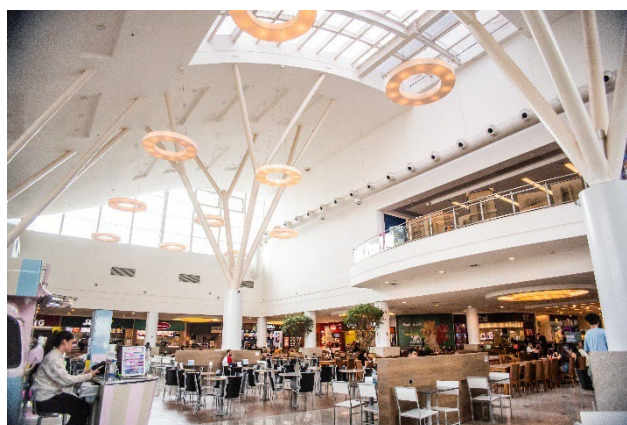
Movimentações comerciais: sem alterações.

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

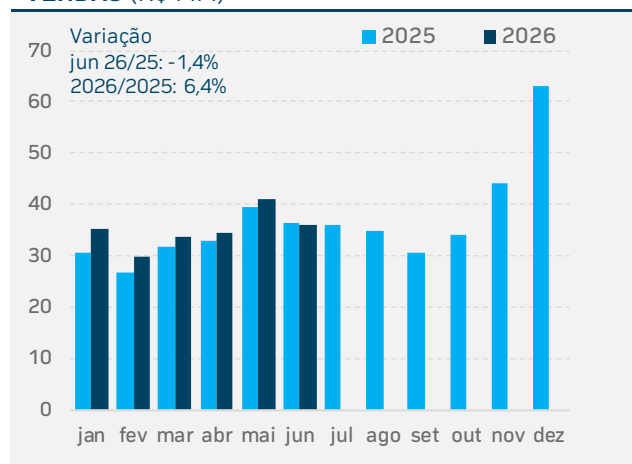
boulevardshoppingbauru.com.br



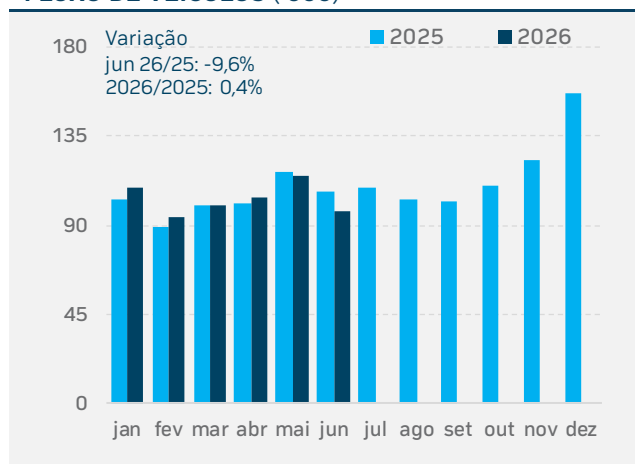
BOULEVARD SHOPPING BAURU (8% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Varição vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.204.986	1.221.590	-1%	8.474.585	8.366.574	1%
Aluguel complementar	285.137	303.875	-6%	1.554.781	1.522.397	2%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	419.419	402.401	4%	2.380.618	2.134.327	12%
Outras receitas	12.573	34.828	-	145.102	34.710	-
Receitas totais	1.922.114	1.962.695	-2%	12.555.087	12.058.008	4%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(118.478)	(200.820)	-41%	(931.026)	(1.273.232)	-27%
Outras despesas	(107.216)	(222.733)	-52%	(879.434)	(1.541.343)	-43%
Despesas totais	(225.694)	(423.552)	-47%	(1.810.460)	(2.814.575)	-36%
Resultado sem estacionamento	1.696.420	1.539.142	10%	10.744.627	9.243.433	16%
Resultado estacionamento	579.552	473.788	22%	3.279.026	2.632.120	25%
Resultado operacional (NOI)	2.275.972	2.012.930	13%	14.023.653	11.875.552	18%
Benfeitorias	(8.540)	-	-	(143.482)	(2.649)	5316%
Resultado não operacional	-	56.543	-	(349.880)	84.329	-
Fluxo de caixa total	2.267.432	2.069.474	10%	13.530.291	11.957.232	13%

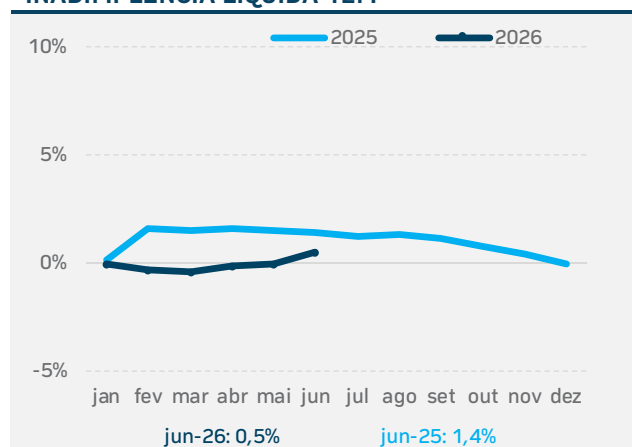
VENDAS (R\$ MM)



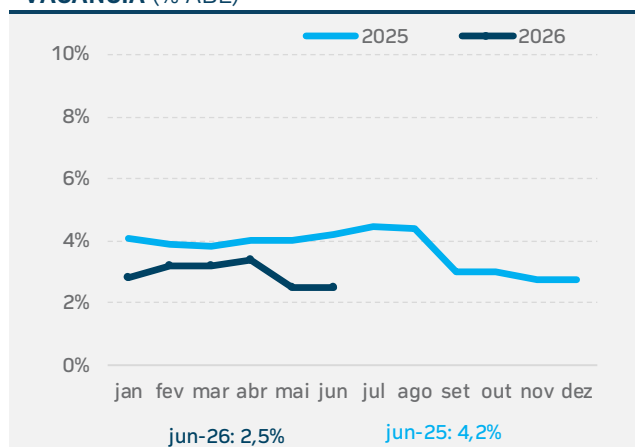
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

Destacamos que foi assinado contrato para as entradas do restaurante Pecorino e da segunda loja no Brasil da Bath & Body Works. As entradas colaboram para a qualificação do mix do shopping e reforçam o posicionamento do ParkShopping São Caetano como referência na região do ABC.

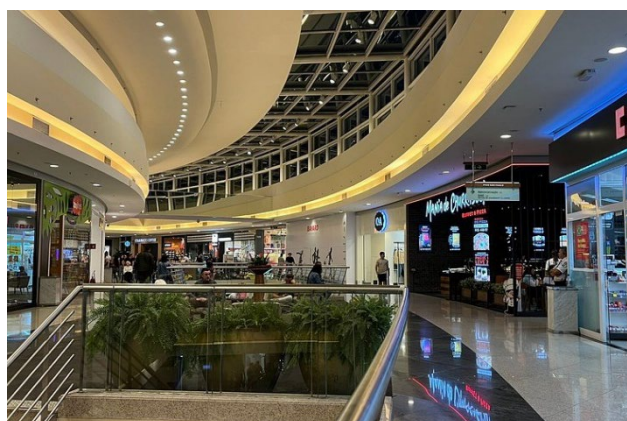
Movimentações comerciais: entradas do Don Cancheiro (530 m²) e Bath Body & Works (140 m²), saídas da Tim (60 m²) e Cidadania Já (42 m²).

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

Principais Operações: AllMini, Animale, Bayard, Bath & Body Works (a inaugurar), 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, Dengo, Frutaria São Paulo, Le Lucci, Madero, Maremonti, Ofner, Outback, Pecorino (a inaugurar), Si Señor, Sushi Nouveau.

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

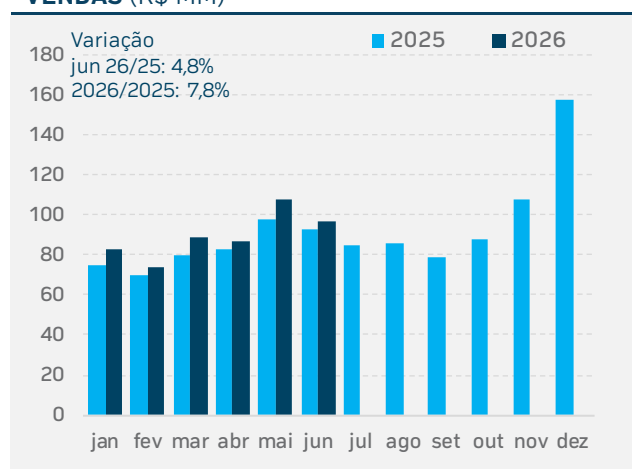
parkshoppingsaocaetano.com.br/



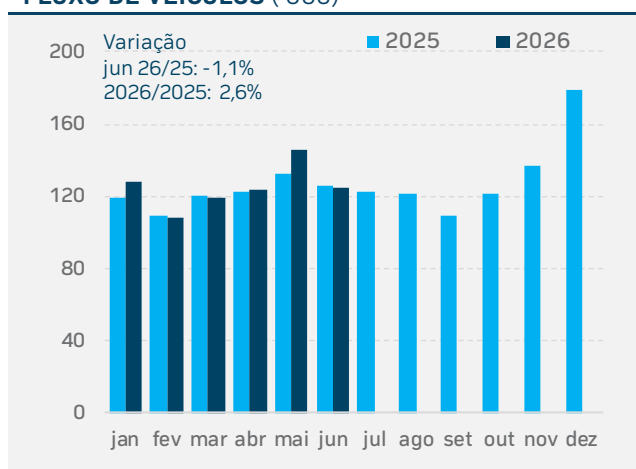
PARKSHOPPING SÃO CAETANO (7% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	5.904.517	5.354.062	10%	38.203.545	34.214.314	12%
Aluguel complementar	657.913	477.780	38%	2.363.201	2.239.196	6%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	668.581	470.517	42%	3.524.240	2.666.392	32%
Outras receitas	2.265	692.981	-100%	583.411	1.404.671	-58%
Receitas totais	7.233.276	6.995.339	3%	44.674.398	40.524.573	10%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(447.103)	(266.713)	68%	(2.265.475)	(1.830.669)	24%
Outras despesas	(995.998)	(740.177)	35%	(5.568.696)	(5.277.355)	6%
Despesas totais	(1.443.101)	(1.006.890)	43%	(7.834.171)	(7.108.024)	10%
Resultado sem estacionamento	5.790.175	5.988.449	-3%	36.840.227	33.416.549	10%
Resultado estacionamento	2.428.279	1.830.843	33%	11.838.555	9.998.309	18%
Resultado operacional (NOI)	8.218.454	7.819.292	5%	48.678.783	43.414.858	12%
Benfeitorias	(250.000)	(35.900)	596%	(586.024)	(2.274.540)	-74%
Resultado não operacional	977	149.607	-99%	(2.976)	89.996	-
Fluxo de caixa total	7.969.431	7.932.999	0%	48.089.783	41.230.314	17%

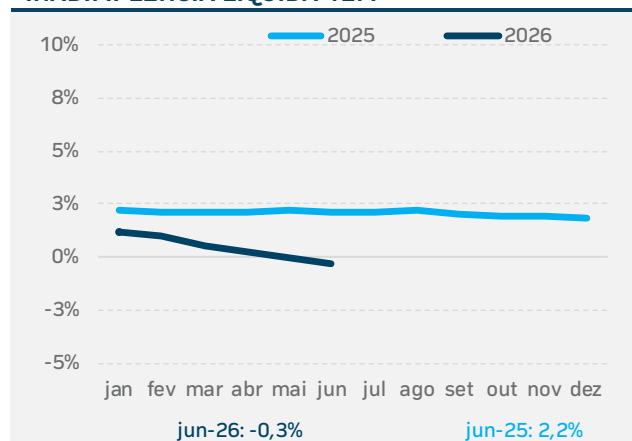
VENDAS (R\$ MM)



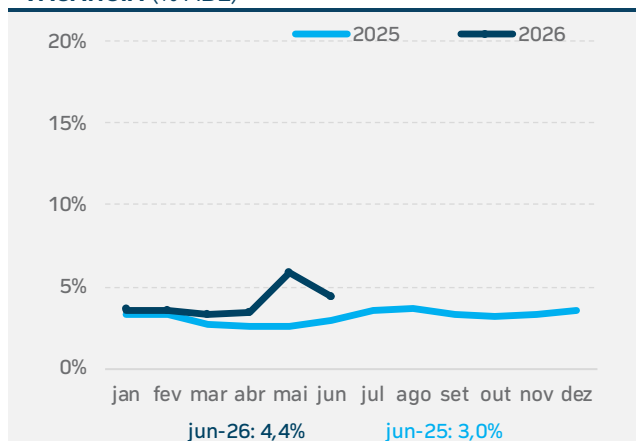
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 ocorreu a [inauguração](#) do Outback em uma área de 429 m². A nova unidade é 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. Adicionalmente, destacamos que no final de semana da inauguração, o Outback do Capim Dourado foi a unidade que apresentou a maior venda em todo o Brasil.

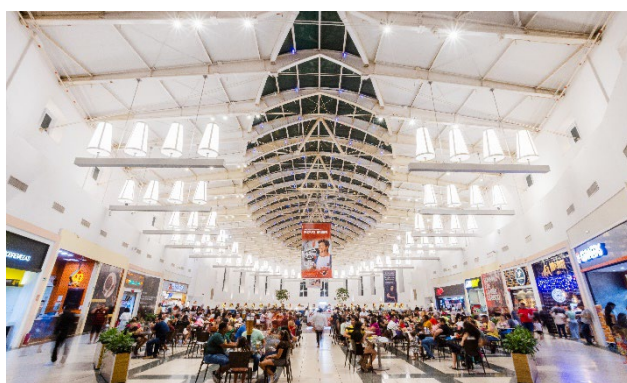
Movimentações comerciais: entrada da Isa Acessórios (51 m²).

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

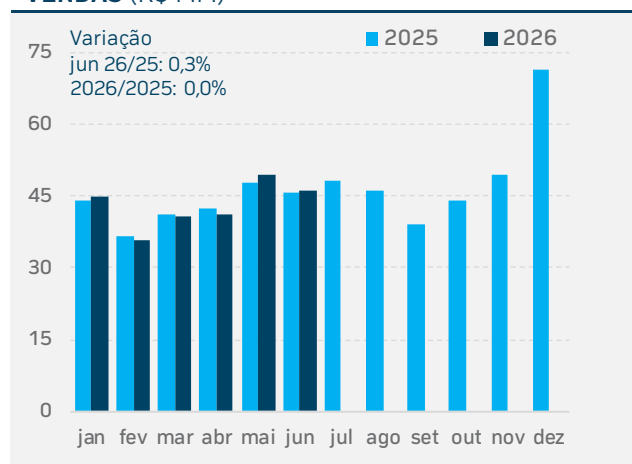
capimdouradosc.com.br



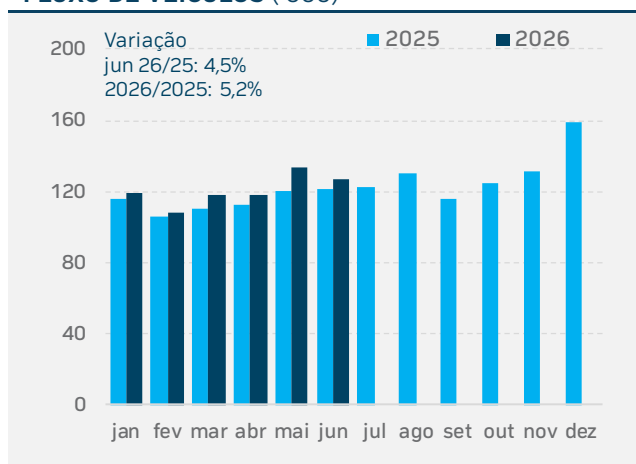
CAPIM DOURADO SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.591.010	1.664.497	-4%	10.381.459	10.296.783	1%
Aluguel complementar	692.244	587.815	18%	2.968.940	3.123.531	-5%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	492.570	513.481	-4%	3.077.640	3.071.322	0%
Outras receitas	48.479	95.608	-49%	401.174	408.576	-2%
Receitas totais	2.824.302	2.861.401	-1%	16.829.213	16.900.212	0%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(97.951)	(41.037)	139%	(464.419)	(228.541)	103%
Outras despesas	(340.964)	(316.038)	8%	(2.125.449)	(1.665.692)	28%
Despesas totais	(438.915)	(357.075)	23%	(2.589.868)	(1.894.233)	37%
Resultado sem estacionamento	2.385.387	2.504.326	-5%	14.239.345	15.005.979	-5%
Resultado estacionamento	694.709	544.640	28%	3.552.893	3.277.451	8%
Resultado operacional (NOI)	3.080.096	3.048.966	1%	17.792.238	18.283.430	-3%
Benfeitorias	(223.750)	(171.371)	31%	(584.054)	(564.961)	3%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.856.346	2.877.595	-1%	17.208.184	17.718.469	-3%

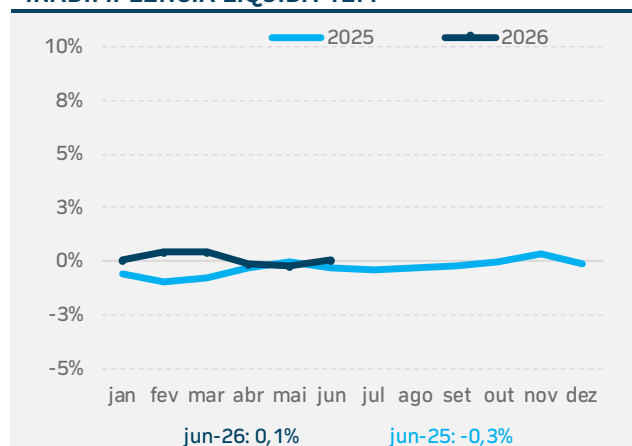
VENDAS (R\$ MM)



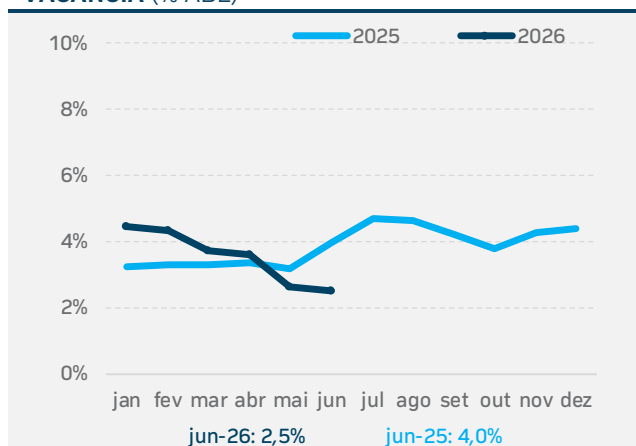
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 Caixa Econômica Federal (246 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

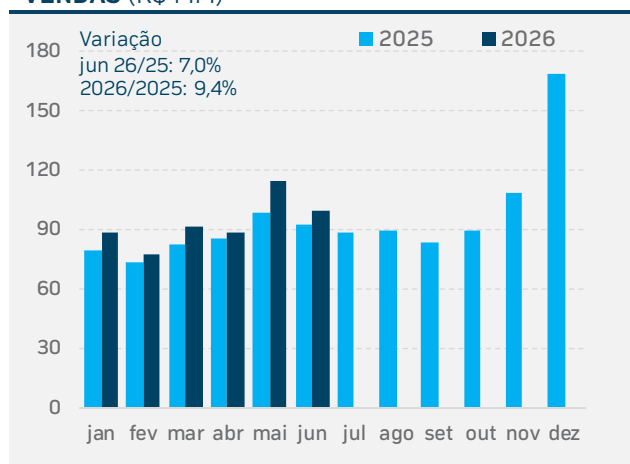


Fotos: Maurício Moreno.

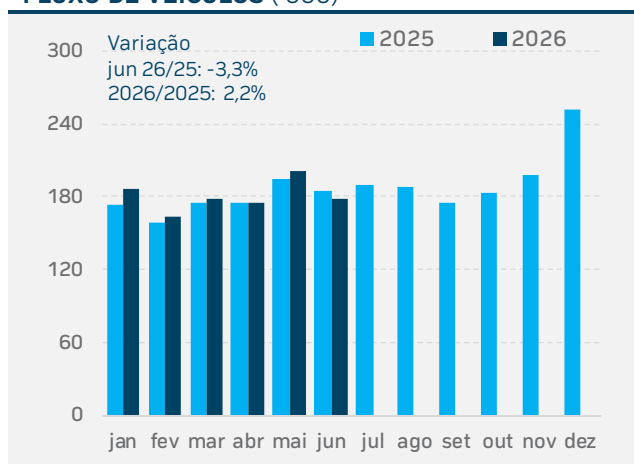
MOOCA PLAZA SHOPPING (6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	4.898.645	4.915.445	0%	33.012.302	31.532.370	5%
Aluguel complementar	844.626	577.329	46%	3.400.560	3.277.592	4%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	793.094	953.779	-17%	5.911.961	5.363.719	10%
Outras receitas	123.532	220.455	-44%	890.859	1.265.493	-30%
Receitas totais	6.659.896	6.667.007	0%	43.215.683	41.439.173	4%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(150.575)	(45.615)	230%	(1.361.600)	(508.734)	168%
Outras despesas	(1.665.895)	(1.570.535)	6%	(9.887.554)	(9.349.538)	6%
Despesas totais	(1.816.470)	(1.616.150)	12%	(11.249.154)	(9.858.272)	14%
Resultado sem estacionamento	4.843.426	5.050.857	-4%	31.966.529	31.580.901	1%
Resultado estacionamento	2.534.533	2.106.705	20%	13.657.269	11.202.367	22%
Resultado operacional (NOI)	7.377.959	7.157.562	3%	45.623.798	42.783.268	7%
Benfeitorias	(23.029)	(1.163.928)	-98%	(841.053)	(3.988.048)	-79%
Resultado não operacional	32.406	18.070	79%	185.278	53.427	247%
Fluxo de caixa total	7.387.336	6.011.704	23%	44.968.023	38.848.646	16%

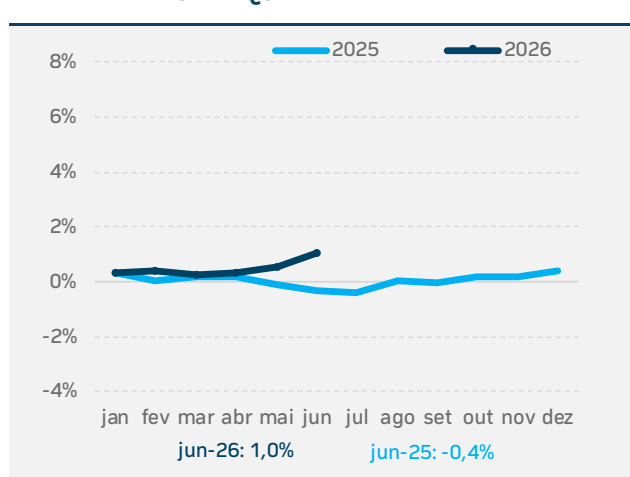
VENDAS (R\$ MM)



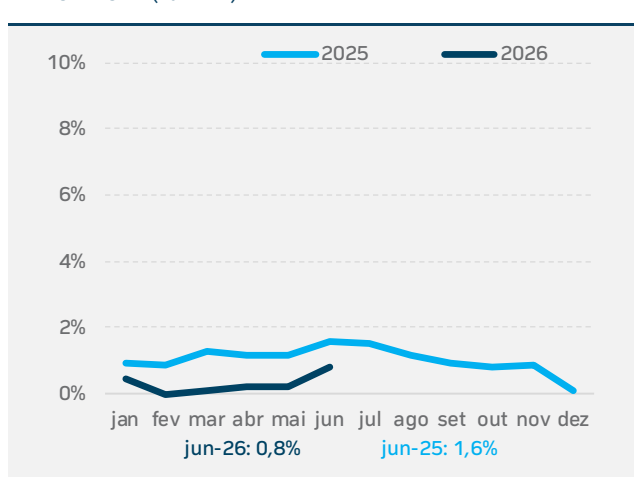
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

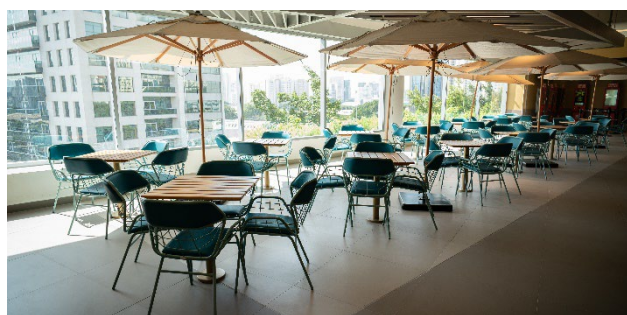
Movimentações comerciais: entrada da Versania (246 m²) e saída da Giraffas (38 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
89,9%	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, Johny Rockets, Cinemark, Game Station, Villa Bowling e Cema Medicina Especializada.

Endereço: Av. Francisco Matarazzo – São Paulo, SP

westplaza.com.br

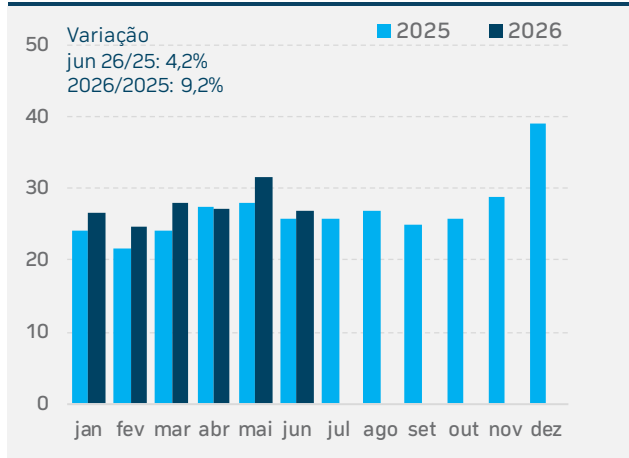


Fotos: Retrofit da praça de alimentação finalizado (última fileira).

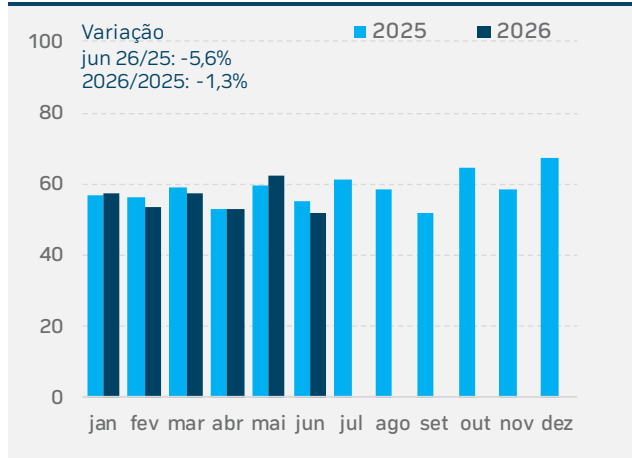
SHOPPING WEST PLAZA (5% da carteira – 4% via imóvel e 1% via cotas do FII WPLZ11)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Varição vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	1.331.523	1.466.866	-9%	8.773.747	9.239.784	-5%
Aluguel complementar	251.707	186.345	35%	1.083.672	1.010.032	7%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	235.307	258.804	-9%	1.371.163	1.790.012	-23%
Outras receitas	5.266	11.827	-	338.161	50.871	565%
Receitas totais	1.823.803	1.923.842	-5%	11.566.744	12.090.699	-4%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(818.076)	(808.980)	1%	(4.376.899)	(5.150.540)	-15%
Outras despesas	(232.522)	(299.539)	-22%	(1.776.869)	(2.070.793)	-14%
Despesas totais	(1.050.599)	(1.108.519)	-5%	(6.153.768)	(7.221.333)	-15%
Resultado sem estacionamento	773.204	815.323	-5%	5.412.976	4.869.366	11%
Resultado estacionamento	664.449	611.462	9%	4.234.625	3.879.037	9%
Resultado operacional (NOI)	1.437.654	1.426.785	1%	9.647.601	8.748.403	10%
Benfeitorias	(189.378)	(1.561.560)	-88%	(2.397.897)	(11.409.020)	-79%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	1.248.276	(134.775)	-	7.249.704	(2.660.617)	-

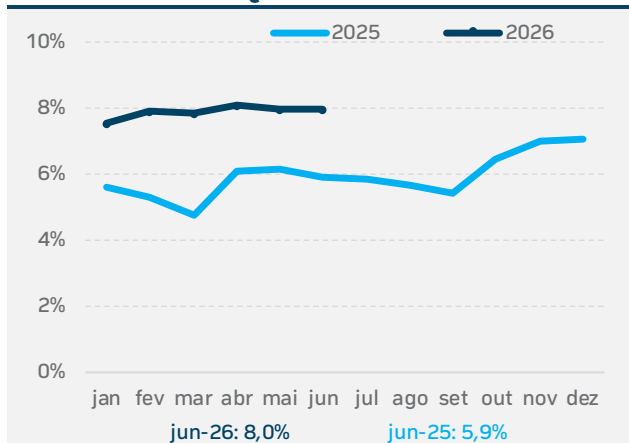
VENDAS (R\$ MM)



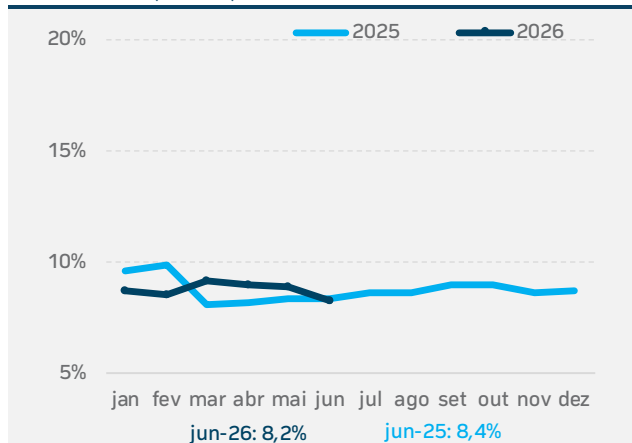
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: entrada da Luluzinha Make (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

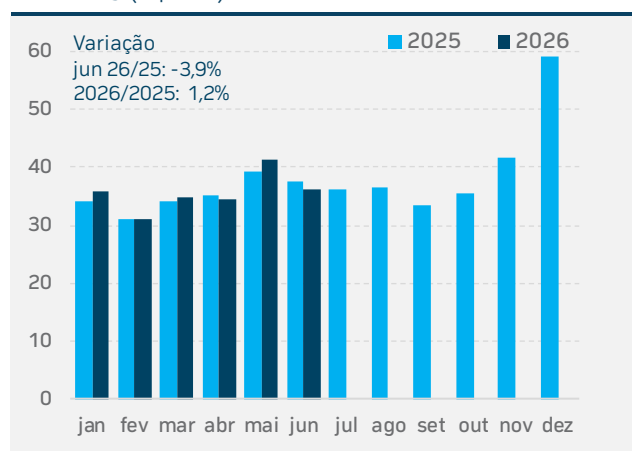


Fotos: Maurício Moreno

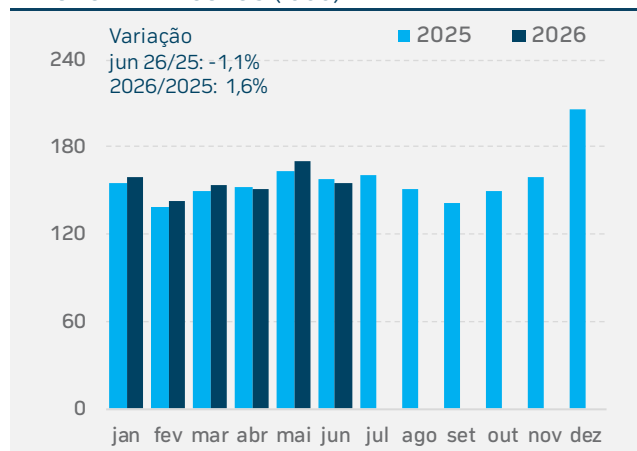
TIVOLI SHOPPING CENTER (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.519.578	1.558.828	-3%	10.133.891	9.919.173	2%
Aluguel complementar	199.865	198.656	1%	1.222.861	1.355.550	-10%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	279.382	265.014	5%	1.713.665	1.387.938	23%
Outras receitas	42.326	64.984	-35%	218.202	430.406	-49%
Receitas totais	2.041.151	2.087.482	-2%	13.288.618	13.093.067	1%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(64.904)	(53.744)	21%	(304.424)	(277.078)	10%
Outras despesas	(254.261)	(186.850)	36%	(1.504.811)	(1.398.194)	8%
Despesas totais	(319.165)	(240.594)	33%	(1.809.234)	(1.675.272)	8%
Resultado sem estacionamento	1.721.986	1.846.888	-7%	11.479.384	11.417.795	1%
Resultado estacionamento	739.384	654.100	13%	4.320.474	3.944.672	10%
Resultado operacional (NOI)	2.461.369	2.500.988	-2%	15.799.858	15.362.467	3%
Benfeitorias	(47.357)	(281.489)	-83%	(506.679)	(493.279)	3%
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	2.414.013	2.219.499	9%	15.293.179	14.869.189	3%

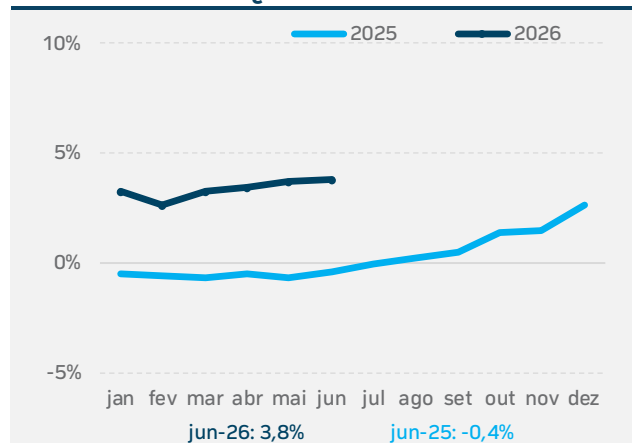
VENDAS (R\$ MM)



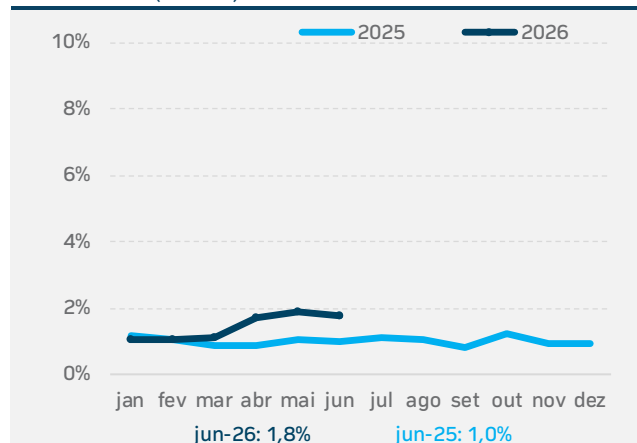
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: entradas da Sabesp (91 m²), Saphira Look (62 m²) e Lotérica (30 m²), saídas da All Mini (349 m²), Giraffas (79 m²), Dricka Fashion (70 m²) e Anacapri (41 m²).

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

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

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

www.shoppingsaobernardoplaza.com.br

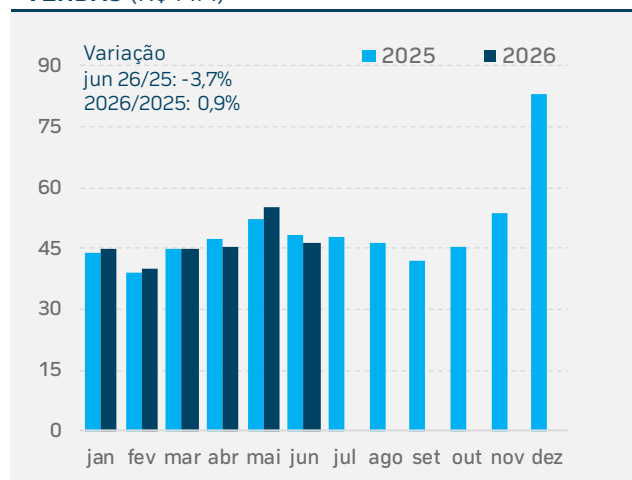


Fotos 2 a 5: Maurício Moreno.

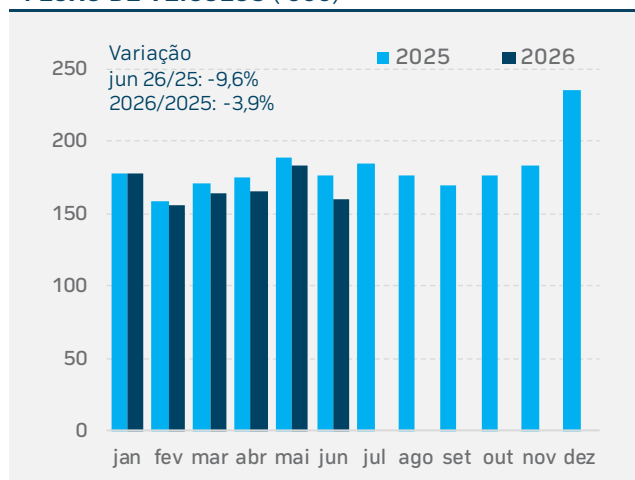
SÃO BERNARDO PLAZA SHOPPING (5% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.178.767	2.230.239	-2%	14.339.285	14.784.457	-3%
Aluguel complementar	243.343	203.238	20%	1.370.690	1.174.534	17%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	488.889	399.555	22%	3.078.847	2.684.211	15%
Outras receitas	155.371	353.536	-56%	746.313	1.039.057	-28%
Receitas totais	3.066.370	3.186.568	-4%	19.535.135	19.682.259	-1%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(158.153)	(192.777)	-18%	(504.926)	(769.271)	-34%
Outras despesas	(534.041)	(553.664)	-4%	(3.734.227)	(3.617.549)	3%
Despesas totais	(692.194)	(746.441)	-7%	(4.239.153)	(4.386.820)	-3%
Resultado sem estacionamento	2.374.176	2.440.127	-3%	15.295.982	15.295.439	0%
Resultado estacionamento	1.369.709	1.290.591	6%	7.380.031	7.421.501	-1%
Resultado operacional (NOI)	3.743.885	3.730.718	0%	22.676.013	22.716.940	0%
Benfeitorias	(192.987)	(39.688)	386%	(704.069)	(932.290)	-24%
Resultado não operacional	25.397	14.852	71%	149.944	23.259	545%
Fluxo de caixa total	3.576.295	3.705.882	-3%	22.121.889	21.807.909	1%

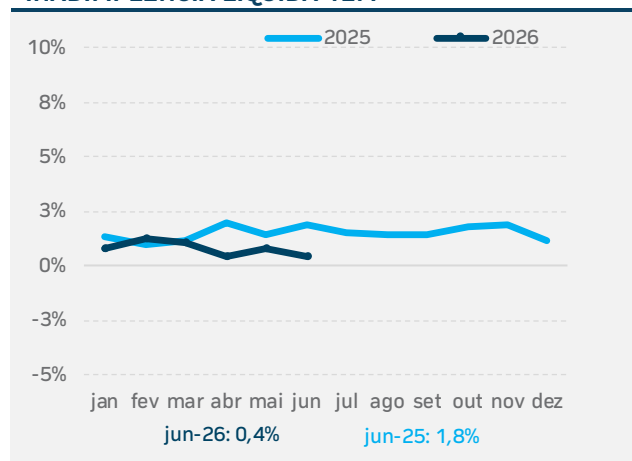
VENDAS (R\$ MM)



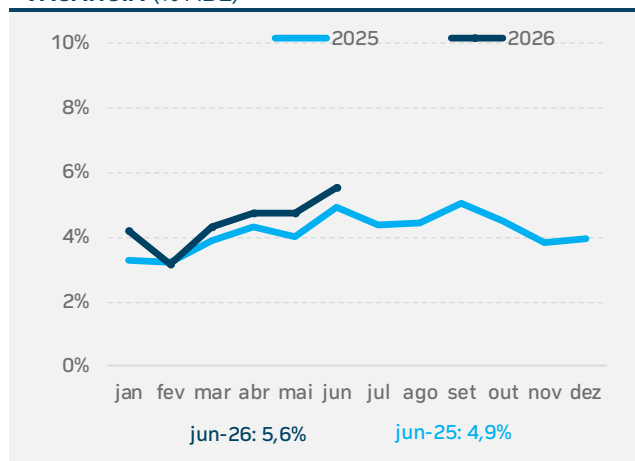
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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: entradas do Imakay (245 m²), Under Armor (175 m²), Espaço Kids Niko Niko (108 m²), Via Venetto (108 m²), Todo Moda (46 m²) e L'Occitane Au Bresil (39 m²), realocação com aumento de 27 m² em ABL locada da Brookfield Donna.

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.



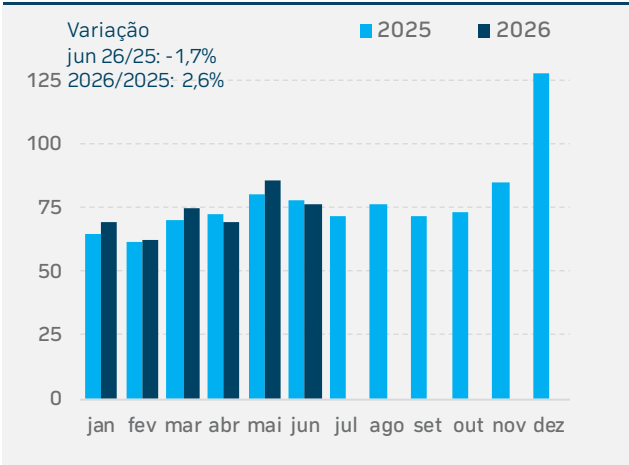
Fotos: Fachada revitalizada.



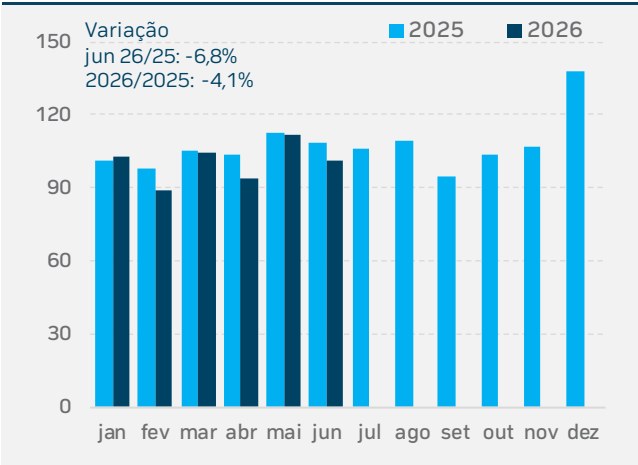
SHOPPING VILLALOBOS (4% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	4.261.928	4.136.525	3%	28.799.357	27.926.099	3%
Aluguel complementar	645.915	469.352	38%	3.422.797	3.017.819	13%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	669.185	1.795.118	-63%	4.566.347	5.173.374	-12%
Outras receitas	474.421	382.322	24%	1.705.838	1.259.008	35%
Receitas totais	6.051.449	6.783.317	-11%	38.494.339	37.376.300	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(450.968)	(245.415)	84%	(1.917.203)	(1.016.044)	89%
Outras despesas	(581.465)	(593.222)	-2%	(4.341.908)	(3.789.860)	15%
Despesas totais	(1.032.434)	(838.636)	23%	(6.259.110)	(4.805.904)	30%
Resultado sem estacionamento	5.019.015	5.944.680	-16%	32.235.229	32.570.396	-1%
Resultado estacionamento	1.983.744	1.689.183	17%	10.748.877	9.406.549	14%
Resultado operacional (NOI)	7.002.759	7.633.863	-8%	42.984.106	41.976.944	2%
Benfeitorias	(508.835)	(638.077)	-20%	(3.889.923)	(4.214.312)	-8%
Resultado não operacional	(60.118)	61.075	-	305.698	206.743	48%
Fluxo de caixa total	6.433.807	7.056.861	-9%	39.399.881	37.969.375	4%

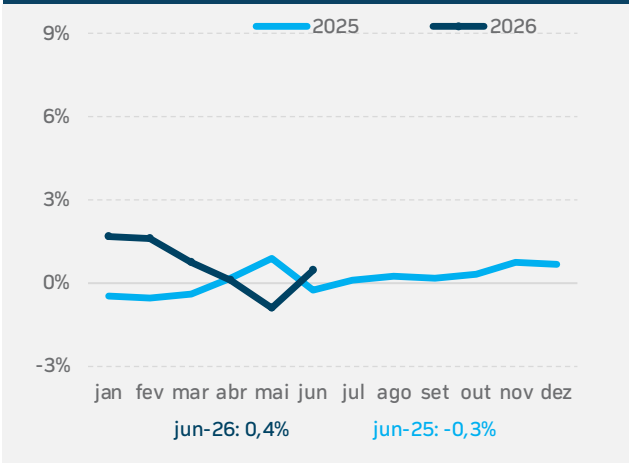
VENDAS (R\$ MM)



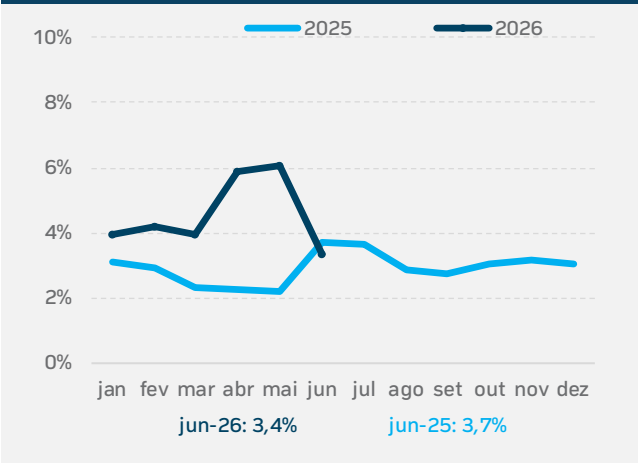
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

Movimentações comerciais: troca da Hope para VH Store em área de 43 m².

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

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

Endereço: R. Graciosa - Diadema, SP

www.shoppingpracadamoca.com.br

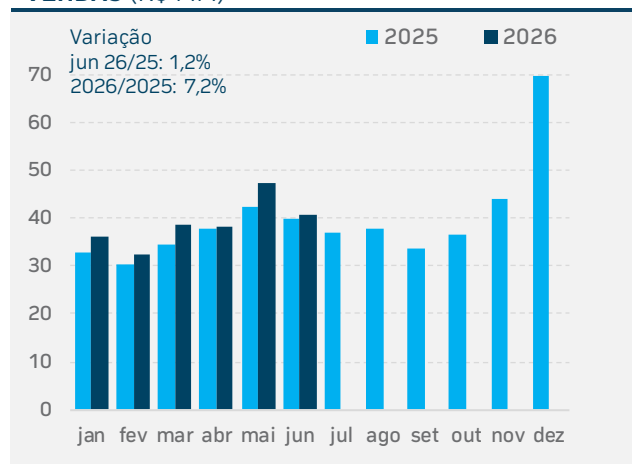


Fotos: Maurício Moreno.

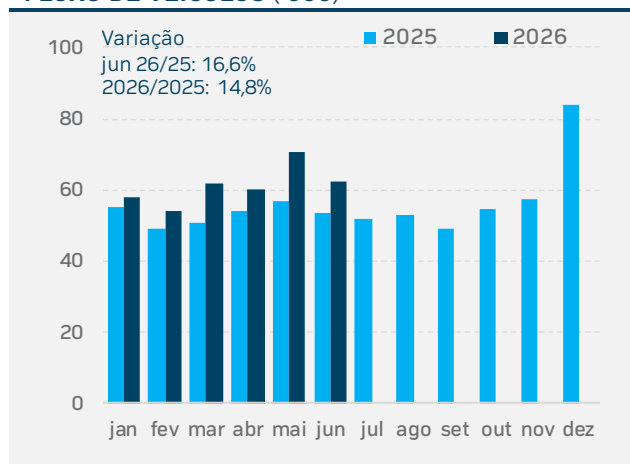
SHOPPING PRAÇA DA MOÇA (3% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	2.303.604	2.472.224	-7%	15.825.376	15.407.887	3%
Aluguel complementar	193.005	149.446	29%	866.083	787.375	10%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	407.739	397.232	3%	2.460.003	2.320.736	6%
Outras receitas	19.560	33.095	-41%	227.637	325.563	-30%
Receitas totais	2.923.908	3.051.997	-4%	19.379.099	18.841.560	3%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(83.299)	(77.622)	7%	(469.474)	(534.696)	-12%
Outras despesas	(207.965)	(268.574)	-23%	(1.421.218)	(1.325.225)	7%
Despesas totais	(291.264)	(346.196)	-16%	(1.890.692)	(1.859.921)	2%
Resultado sem estacionamento	2.632.644	2.705.801	-3%	17.488.407	16.981.639	3%
Resultado estacionamento	483.083	445.273	8%	2.870.644	2.539.433	13%
Resultado operacional (NOI)	3.115.727	3.151.074	-1%	20.359.051	19.521.072	4%
Benfeitorias	-	(150.000)	-100%	(117.956)	218.103	-
Resultado não operacional	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa total	3.115.727	3.001.074	4%	20.241.095	19.739.175	3%

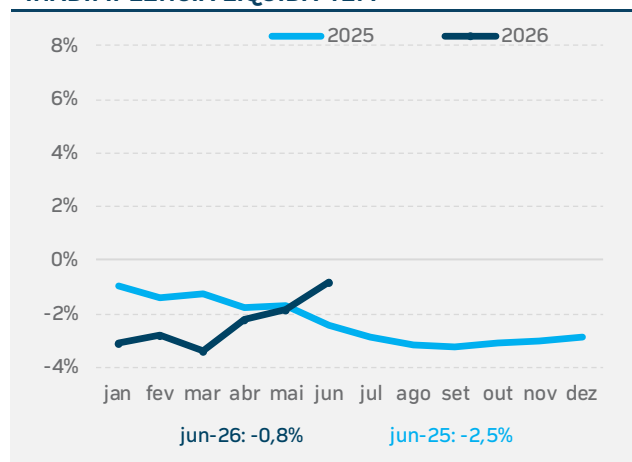
VENDAS (R\$ MM)



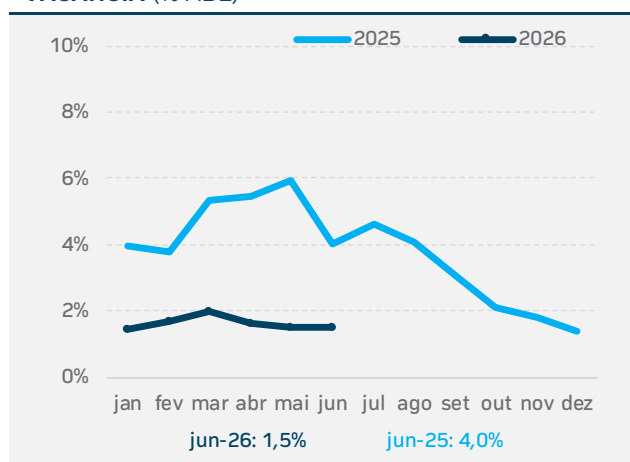
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

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

Movimentações comerciais: entrada da Old Class Tattoo (52 m²) e saída da Milklandia (24 m²).

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

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

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

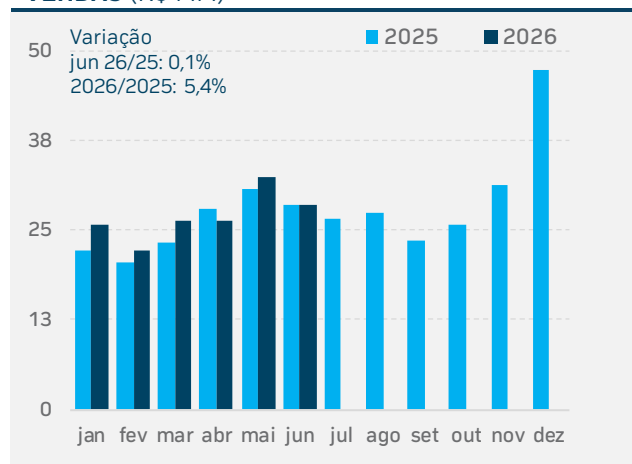
shoppingjaragua.com.br/araraquara/



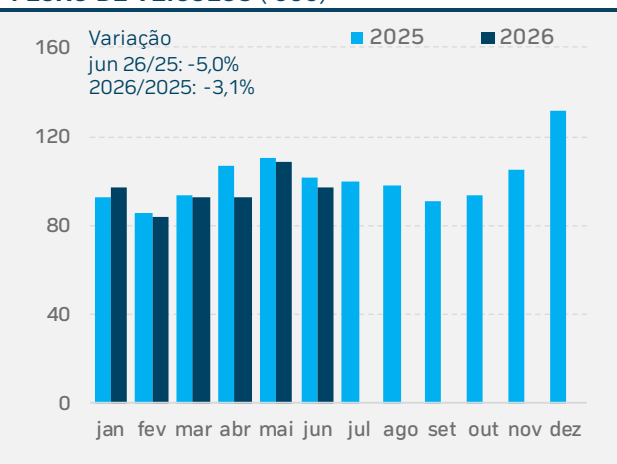
SHOPPING JARAGUÁ ARARAQUARA (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	868.923	858.747	1%	6.036.142	5.632.463	7%
Aluguel complementar	309.387	271.125	14%	1.251.397	1.364.554	-8%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	531.264	375.090	42%	3.049.883	2.818.520	8%
Outras receitas	30.806	70.824	-57%	111.972	220.943	-49%
Receitas totais	1.740.380	1.575.786	10%	10.449.394	10.036.480	4%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(56.150)	(88.783)	-37%	(458.576)	(469.581)	-2%
Outras despesas	(149.226)	(209.631)	-29%	(887.455)	(820.653)	8%
Despesas totais	(205.375)	(298.414)	-31%	(1.346.031)	(1.290.234)	4%
Resultado sem estacionamento	1.535.005	1.277.373	20%	9.103.363	8.746.246	4%
Resultado estacionamento	625.843	541.996	15%	3.151.548	2.658.834	19%
Resultado operacional (NOI)	2.160.847	1.819.369	19%	12.254.912	11.405.080	7%
Benfeitorias	(267.445)	(195.394)	37%	(1.438.792)	(3.470.742)	-59%
Resultado não operacional	-	(175)	-100%	(195)	(22.872)	-99%
Fluxo de caixa total	1.893.403	1.623.800	17%	10.815.925	7.911.466	37%

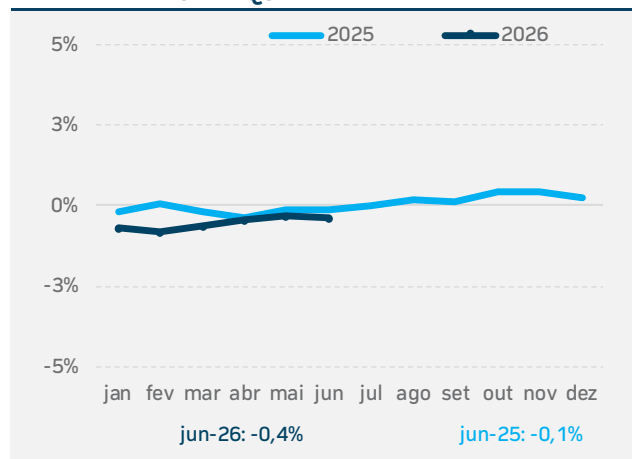
VENDAS (R\$ MM)



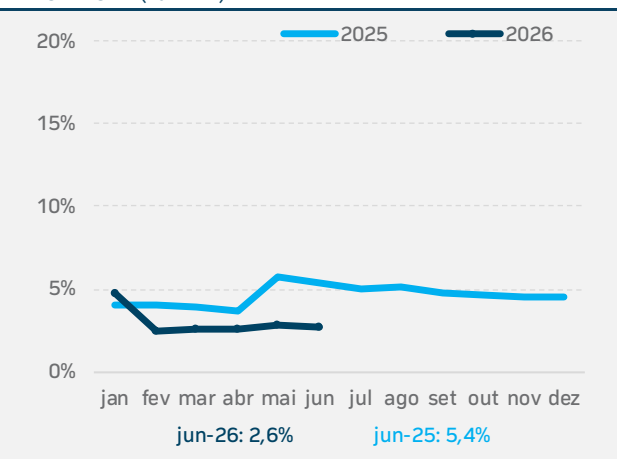
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA 12M



VACÂNCIA (% ABL)



PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

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

Movimentações comerciais: saída da Brasil Cacau (33 m²).

PARTICIPAÇÃO	ABL TOTAL	OPERAÇÕES	INAUGURAÇÃO	OPERADOR
15,0%	26,7 mil m²	165	2007	Partage

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

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

partagesantana.com.br/

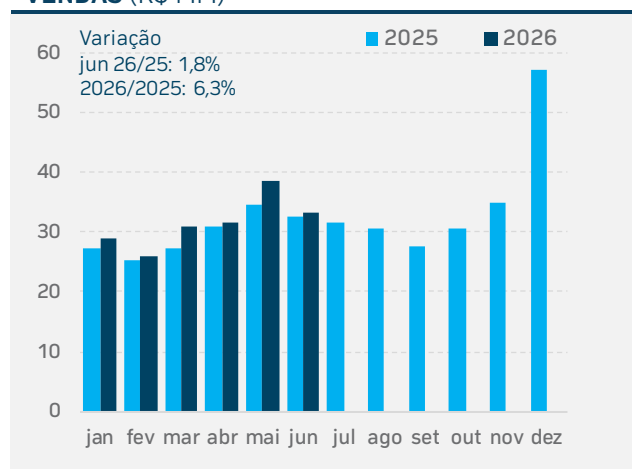


Fotos: Maurício Moreno.

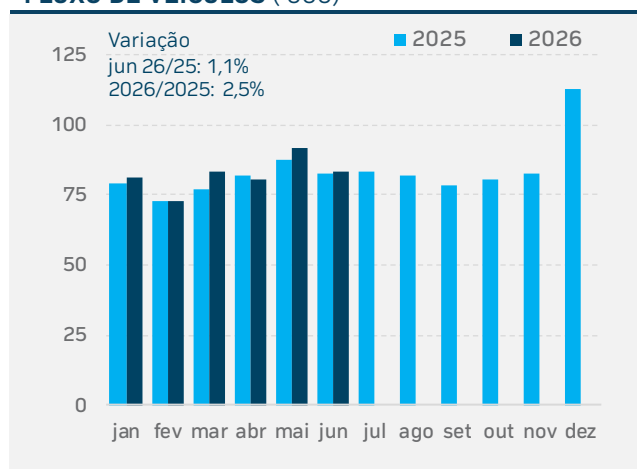
PARTAGE SANTANA SHOPPING (2% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.574.394	1.571.566	0%	10.621.012	10.271.052	3%
Aluguel complementar	358.998	331.767	8%	1.838.813	2.012.456	-9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	365.751	317.500	15%	2.485.229	2.335.481	6%
Outras receitas	45.733	84.487	-46%	330.064	416.611	-21%
Receitas totais	2.344.876	2.305.321	2%	15.275.117	15.035.601	2%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(276.311)	(163.365)	69%	(1.405.512)	(708.854)	98%
Outras despesas	(229.375)	(267.400)	-14%	(1.605.962)	(1.869.692)	-14%
Despesas totais	(505.685)	(430.765)	17%	(3.011.474)	(2.578.546)	17%
Resultado sem estacionamento	1.839.191	1.874.556	-2%	12.263.643	12.457.055	-2%
Resultado estacionamento	741.631	831.485	-11%	5.228.546	4.466.456	17%
Resultado operacional (NOI)	2.580.822	2.706.040	-5%	17.492.189	16.923.511	3%
Benfeitorias	(85.996)	(20.077)	328%	(874.553)	(1.396.166)	-37%
Resultado não operacional	(87.858)	(155.613)	-44%	(580.087)	(1.042.503)	-44%
Fluxo de caixa total	2.406.968	2.530.350	-5%	16.037.549	14.484.842	11%

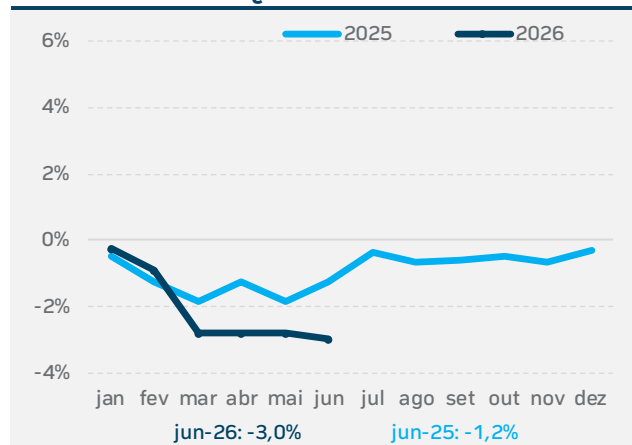
VENDAS (R\$ MM)



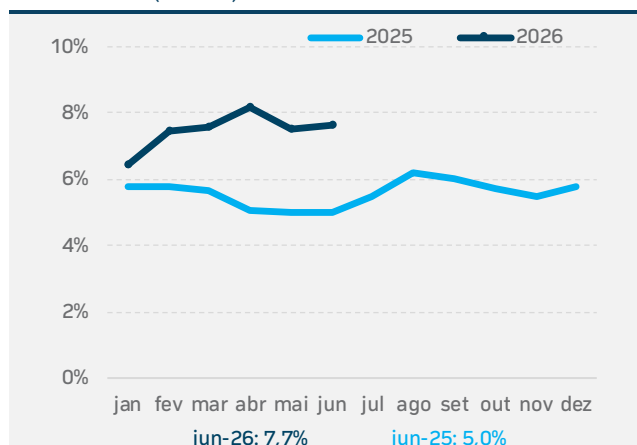
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

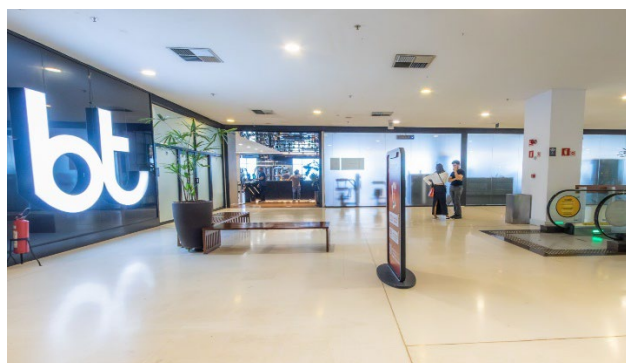
Movimentações comerciais: entradas da Splend Intimate (36 m²) e Caramelle Doces (19 m²), saída da Gallo Man (49 m²).

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

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

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

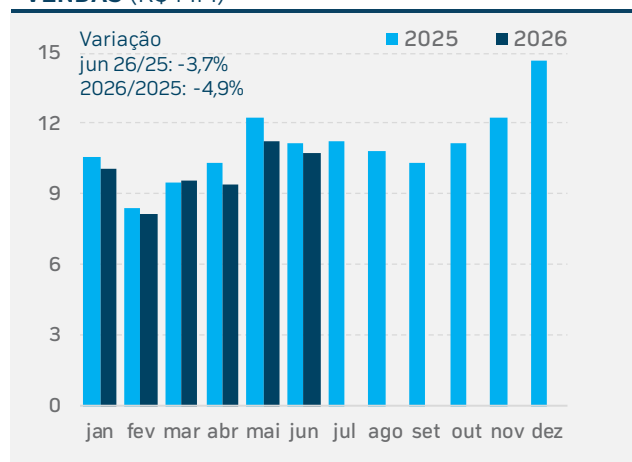
www.goiabeirasshopping.com.br



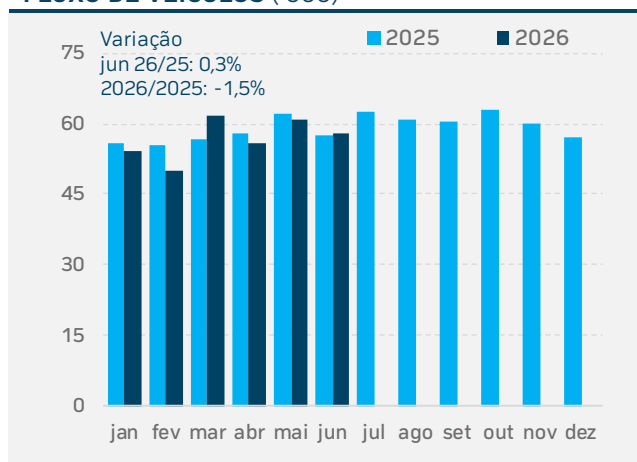
GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (0,6% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Varição vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Varição acum. a/a
Aluguel mínimo	140.501	141.732	-1%	1.231.436	1.143.597	8%
Aluguel complementar	86.588	138.037	-37%	411.317	583.791	-30%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	126.616	78.489	61%	791.889	500.603	58%
Outras receitas	539	509	6%	69.332	2.203	3047%
Receitas totais	354.244	358.767	-1%	2.503.974	2.230.194	12%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(951.145)	(761.467)	25%	(5.720.420)	(4.619.996)	24%
Outras despesas	(109.270)	(57.870)	89%	(502.186)	(423.763)	19%
Despesas totais	(1.060.415)	(819.337)	29%	(6.222.607)	(5.043.759)	23%
Resultado sem estacionamento	(706.171)	(460.570)	53%	(3.718.632)	(2.813.565)	32%
Resultado estacionamento	2.651	2.769	-4%	12.518	15.426	-19%
Resultado operacional (NOI)	(703.520)	(457.801)	54%	(3.706.115)	(2.798.139)	32%
Benfeitorias	(48.431)	(42.000)	15%	(287.657)	(394.800)	-27%
Resultado não operacional	-	(155.000)	-100%	-	(785.000)	-100%
Fluxo de caixa total	(751.951)	(654.801)	15%	(3.993.772)	(3.977.939)	0%

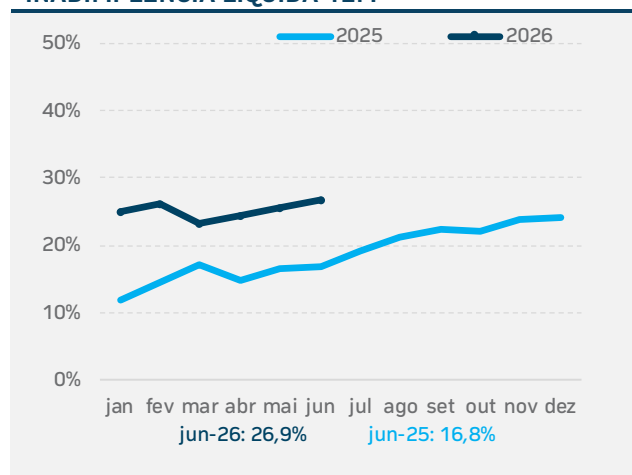
VENDAS (R\$ MM)



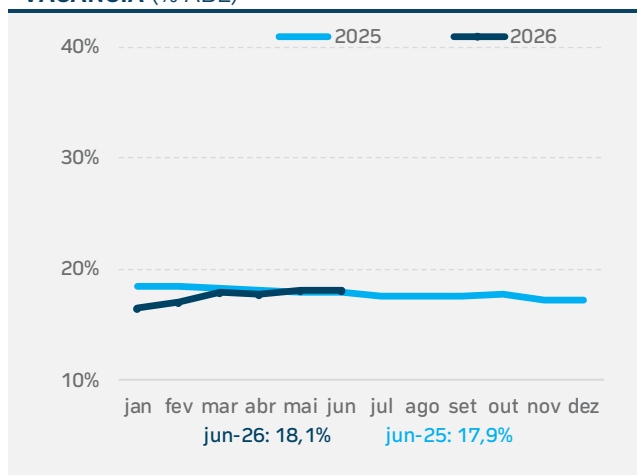
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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.

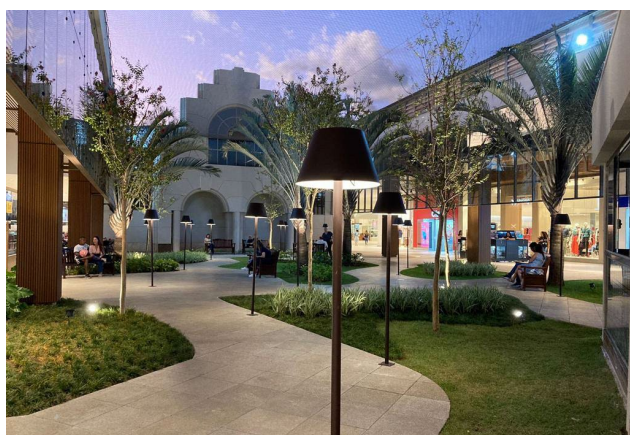
Movimentações comerciais: saídas das operações Estação da Criança (107 m²), Criatiff (63 m²) e Espaço Laser (42 m²).

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

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

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

www.francashopping.com.br

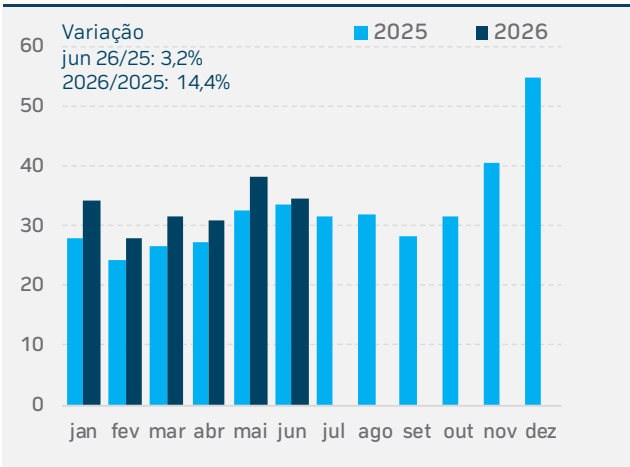




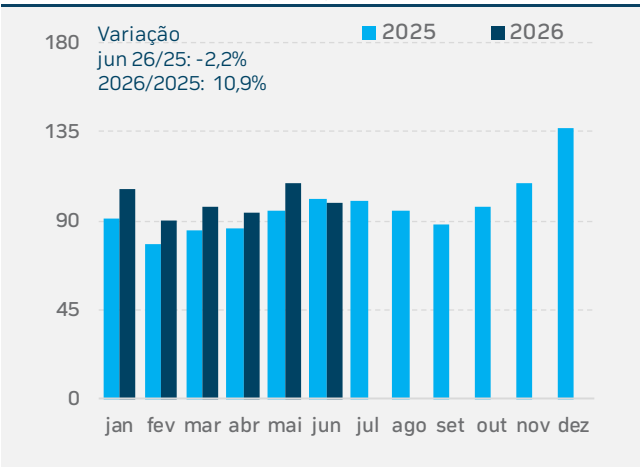
FRANCA SHOPPING (0,03% DA CARTEIRA)

Fluxo de Caixa 100% shopping	Realizado jun-26	Realizado jun-25	Variação vs. jun-25	Acum. jun-26	Acum. jun-25	Variação acum. a/a
Aluguel mínimo	1.425.596	1.094.940	30%	9.571.916	7.560.153	27%
Aluguel complementar	531.400	273.223	94%	1.383.632	1.525.919	-9%
Aluguel quiosques/mídia/eventos	382.646	347.901	10%	2.014.506	2.039.977	-1%
Outras receitas	272.758	31.743	-	599.504	158.723	-
Receitas totais	2.612.400	1.747.807	49%	13.569.558	11.284.772	20%
Encargos de lojas vagas e contratuais	(34.141)	(107.508)	-68%	(154.613)	(367.383)	-58%
Outras despesas	(342.824)	(208.993)	64%	(2.410.373)	(1.219.181)	98%
Despesas totais	(376.965)	(316.500)	19%	(2.564.986)	(1.586.564)	62%
Resultado sem estacionamento	2.235.435	1.431.307	56%	11.004.572	9.698.208	13%
Resultado estacionamento	803.301	625.198	28%	4.154.500	3.108.280	34%
Resultado operacional (NOI)	3.038.737	2.056.505	48%	15.159.072	12.806.488	18%
Benfeitorias	(3.112)	(318.281)	-99%	(25.221)	(1.244.019)	-98%
Resultado não operacional	35.005	23.877	47%	(83.976)	(81.328)	3%
Fluxo de caixa total	3.070.630	1.762.101	74%	15.049.876	11.481.141	31%

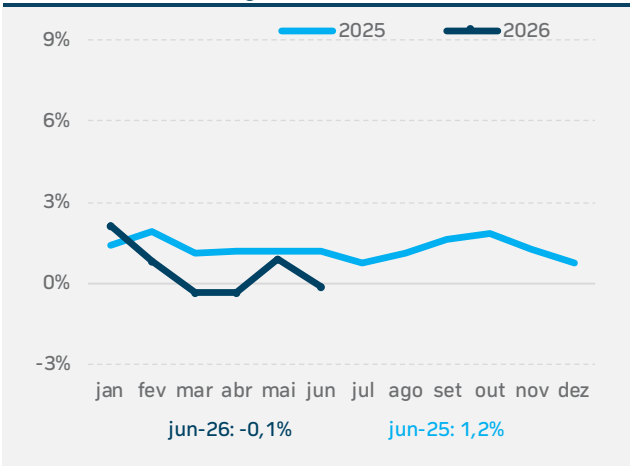
VENDAS (R\$ MM)



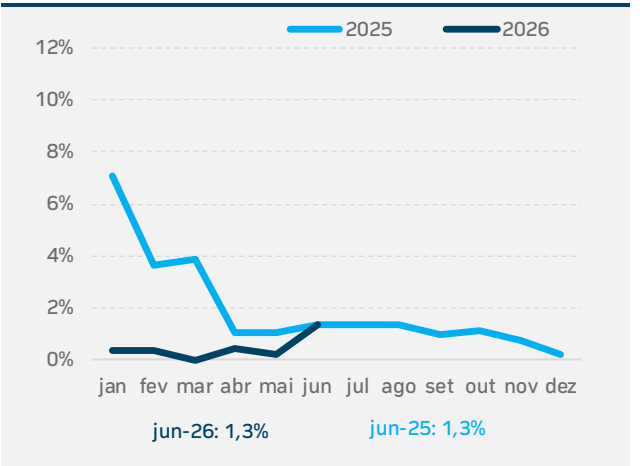
FLUXO DE VEÍCULOS ('000)



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 22,0% do Shopping, por meio dos fundos HPDP11 e PQDP11, já considerando a aquisição de participação adicional no ativo.

Destacamos que foi assinado contrato para a entrada do [Savegnago Supermercados](#) em uma área de mais de 5 mil m² no corredor de Colinas, com inauguração prevista para o mês de dezembro de 2026. A chegada da rede, reconhecida como uma das líderes do setor no interior paulista, reforça o posicionamento do empreendimento em oferecer um mix conveniência e serviços de alta qualidade.

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

PARTICIPAÇÃO 22,0%	ABL TOTAL 126,3 mil m ²	OPERAÇÕES 448	INAUGURAÇÃO 2002	OPERADOR ALLOS
-----------------------	---------------------------------------	------------------	---------------------	-------------------

Principais Operações: Bodytech, C&A, Centauro, Clínica Diagmed, Daiso Japan, Decathlon, Expo Dom Pedro, H&M, Kinoplex, Magazine Luiza, Marisa, Miniso, Nike, 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, 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/>



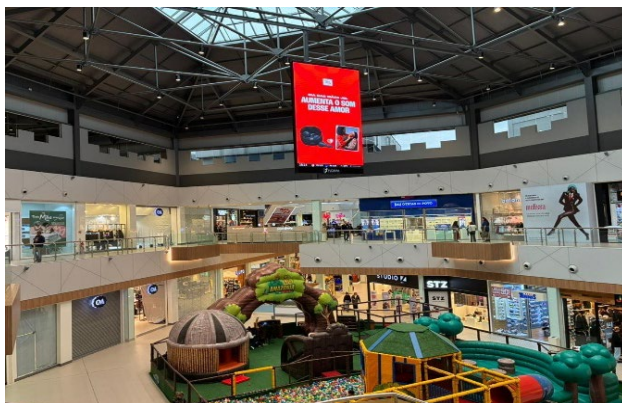
Fotos 1, 2 e 3: Maurício Moreno.

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 25,6%	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)

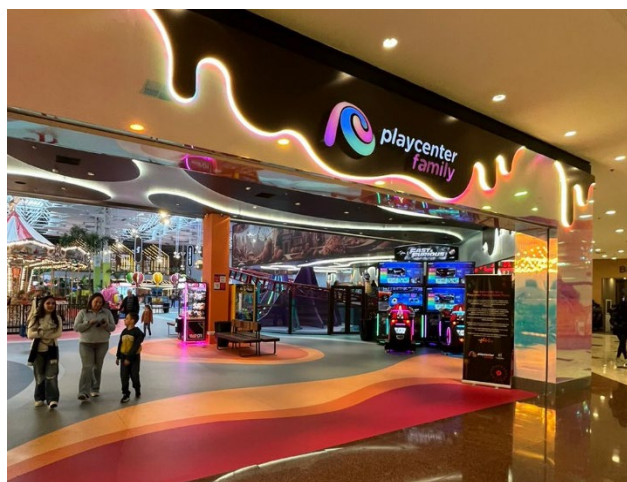
O Grand Plaza Shopping é o principal centro de compras do Grande ABC e figura entre os maiores do país em ABL, com 70 mil metros quadrados, e reúne parte das marcas mais sólidas do varejo nacional.

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.

Destacamos que foi assinado contrato para a entrada da [Ironberg](#) em uma área de 2.234 m². Esta unidade será o primeiro centro de treinamento da Ironberg no estado do Rio de Janeiro, estabelecendo um marco para a rede de academias, famosa por possuir a [maior academia](#) de musculação do mundo e por receber um grande número de celebridades e influencers digitais, que frequentam e produzem conteúdos nas academias.

A entrada reforça a estratégia do shopping de atrair operações âncora de alto fluxo. Trata-se de uma operação estratégica de alta relevância que diversifica e qualifica o mix de conveniência e serviços, consolidando o empreendimento como um polo de saúde e bem-estar.

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

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

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

www.viaparqueshopping.com.br



GLOSSÁRIO

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

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

ABRASCE: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IFIX: índice de Fundos Imobiliários da B3.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

DOCUMENTOS

[Regulamento vigente](#)[Demonstrações
financeiras 2025](#)[Informe Mensal](#)Autorregulação
ANBIMA

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

hedge.

INVESTMENTS

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

hedgeinvest.com.br

Siga-nos nas redes sociais:

