

Relatório de resultados do 2º trimestre de 2015

# CSHG Brasil Shopping FII

Código de negociação: **HGBS11**

[list.hgbs11@cshg.com.br](mailto:list.hgbs11@cshg.com.br)



Foto: Fachada do I Fashion Outlet Novo Hamburgo

# CSHG Brasil Shopping FII

BM&F Bovespa: HGBS11

O CSHG Brasil Shopping FII, o maior fundo de investimento imobiliário de shopping center da BM&FBovespa\*, anuncia seus resultados referentes ao segundo trimestre de 2015 (2T15). O fundo detém participação em 8 shoppings no Brasil, que totalizam mais de 368 mil m<sup>2</sup> de área bruta locável (ABL) e 96 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio, distribuídos em sete cidades e quatro estados.

## Destaques

- No primeiro semestre de 2015, a receita bruta dos shoppings da carteira alcançou R\$38 milhões, crescendo 21% com relação ao mesmo período do ano anterior, impulsionado principalmente pela aquisição do Shopping São Bernardo.
- O **NOI** dos ativos do Fundo totalizou R\$33 milhões no semestre, um **crescimento de 18%** sobre o NOI do mesmo período do ano anterior. Comparando **os mesmos shoppings**, o NOI apresentou crescimento de 1,1%.
- O crescimento aluguel mesmas lojas (**SSR**) alcançou **7,1%** enquanto as vendas mesmas lojas (**SSS**) cresceram **1,8%** nos seis meses de 2015. Os indicadores foram impactados principalmente pelo cenário econômico atual do Brasil.
- A **taxa de ocupação** em ABL dos nossos shoppings finalizou o mês de junho de 2015 em **95,2%**, e a **inadimplência mensal** em **3,4%**.
- O Fundo encerrou o mês de junho com **537.492** cotas e **3.901** cotistas e com **valor de mercado R\$898** milhões.
- No fechamento do trimestre, o valor de mercado da cota do Fundo foi de **R\$1.670,00** e o seu valor patrimonial foi de **R\$2.059,56**.
- Conforme divulgado em Aviso ao Mercado, em 23 de junho de 2015, foi finalizada uma operação que possibilitou ao Fundo deter participação final de 49% do Outlet I Fashion Novo Hamburgo. Mais informações encontram-se disponíveis na seção "Operação I Fashion Outlet Novo Hamburgo" deste documento.

### Comentários da administradora sobre as informações divulgadas

As informações financeiras e operacionais acima e a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas de forma consolidada, não considerando assim valores para os shoppings que o Fundo investe via Certificados de Recebíveis Imobiliários. Não obstante as checagens e verificações realizadas, a CSHG não se responsabiliza pelas informações contidas no presente relatório recebidas de terceiros (administradoras dos FII e shoppings).

\*Considera fundos líquidos com mais de um ativo no seu portfólio

# Resultado do Período

## Resultado Financeiro

O resultado do Fundo no segundo trimestre apresentou crescimento de 18% com relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando aproximadamente R\$ 25 milhões. O aumento se justifica principalmente pelo lucro proveniente da conversão do CRI Novo Hamburgo (mais detalhes na sessão “Operação I Fashion Outlet Novo Hamburgo” deste relatório).

Ainda, o Fundo distribuiu como rendimento médio mensal o valor de R\$ 15,90 por cota neste ano.

A política de distribuição de rendimentos do Fundo permanece em linha com a regulamentação vigente, que prevê a distribuição de pelo menos 95% do resultado semestral auferido a regime de caixa.

Fluxo HGBS 11	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
<b>Receita Imobiliária</b>	<b>26.560.566</b>	<b>22.120.389</b>	<b>20,1%</b>	<b>53.234.600</b>	<b>50.201.482</b>	<b>6,0%</b>
Renda	13.188.372	10.300.768	28,0%	28.531.790	26.715.469	6,8%
CRI (conversíveis)	3.736.972	6.300.096	-40,7%	9.084.804	12.579.373	-27,8%
Lucro Operações	9.635.221	5.519.525	74,6%	15.618.006	10.906.640	43,2%
<b>Receita Financeira</b>	<b>1.887.994</b>	<b>2.560.568</b>	<b>-26,3%</b>	<b>3.702.558</b>	<b>4.884.695</b>	<b>-24,2%</b>
Renda Fixa	104.543	403.331	-74,1%	249.802	808.754	-69,1%
CRI (não conversíveis)	1.783.452	1.694.691	5,2%	3.323.101	3.122.951	6,4%
LCI	-	462.546	-100,0%	129.655	952.990	-86,4%
<b>Total de Receitas</b>	<b>28.448.560</b>	<b>24.680.958</b>	<b>15,3%</b>	<b>56.937.158</b>	<b>55.086.178</b>	<b>3,4%</b>
<b>Total de Despesas</b>	<b>(3.538.717)</b>	<b>(3.568.828)</b>	<b>-0,8%</b>	<b>(6.622.673)</b>	<b>(6.964.760)</b>	<b>-4,9%</b>
<b>Resultado</b>	<b>24.909.843</b>	<b>21.112.129</b>	<b>18,0%</b>	<b>50.314.485</b>	<b>48.121.418</b>	<b>4,6%</b>
<b>Rendimento</b>	<b>25.638.368</b>	<b>23.542.150</b>	<b>8,9%</b>	<b>47.890.537</b>	<b>45.740.569</b>	<b>4,7%</b>
<b>Médio / Cota</b>	<b>15,90</b>	<b>14,60</b>	<b>8,9%</b>	<b>14,85</b>	<b>14,18</b>	<b>4,7%</b>

## Performance Operacional

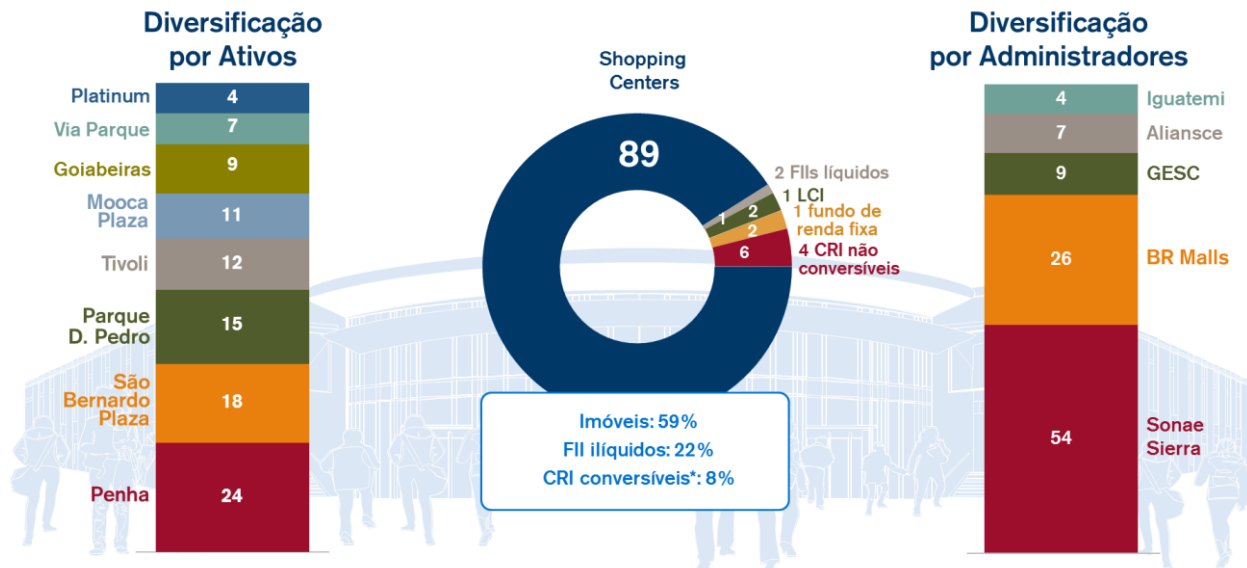
	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
<b>ABL Total*</b>	<b>368.689 m<sup>2</sup></b>	<b>356.460 m<sup>2</sup></b>	<b>3,4%</b>	<b>368.689 m<sup>2</sup></b>	<b>356.460 m<sup>2</sup></b>	<b>3,4%</b>
<b>ABL Próprio*</b>	<b>96.856 m<sup>2</sup></b>	<b>69.499 m<sup>2</sup></b>	<b>39,4%</b>	<b>96.856 m<sup>2</sup></b>	<b>69.499 m<sup>2</sup></b>	<b>39,4%</b>
NOI (R\$)	17.082.721	14.206.093	20,2%	32.566.737	27.666.937	17,7%
NOI/m <sup>2</sup> (R\$/m <sup>2</sup> )	176	204	-13,7%	336	398	-15,5%
Vendas Totais/m <sup>2</sup> (R\$/m <sup>2</sup> )	2.378	2.903	-18,1%	4.507	5.589	-19,4%
Aluguel Total/m <sup>2</sup> (R\$/m <sup>2</sup> )	149	168	-11,7%	286	335	-14,6%
Custo de Ocupação Lojistas (média)	9,99%	10,0%	0,0%	9,99%	10,0%	0,0%
Vacância (ABL) (média)	4,84%	2,69%	2,1%	4,84%	2,69%	2,1%
Taxa de Cobrança Mensal (média)	96,59%	99,98%	-3,4%	96,59%	99,98%	-3,4%
SSS			-0,4%			1,8%
SSR			7,4%			7,1%

\*ABL atual pode variar devido a reservas técnicas, além de expansões e aquisições / Valores de CRI conversíveis são considerados apenas no cálculo da ABL total. Não obstante as checagens e verificações realizadas, a CSHG não se responsabiliza pelas informações contidas no presente relatório recebidas de terceiros (administradoras dos FII e shoppings).

# Alocação Patrimonial da Carteira

Ao final de junho de 2015, do patrimônio do Fundo, 89% estão alocados em ativos alvo e 11% em Fundos de Investimento Imobiliário líquidos (FII), Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI), Letras de Crédito Imobiliário (LCI) e outros ativos de renda fixa.

## Investimento por classe de ativo (% do Ativo)\*



\*Inclui FIs ilíquidos e CRIs conversíveis. Fontes: CSHG / Itaú

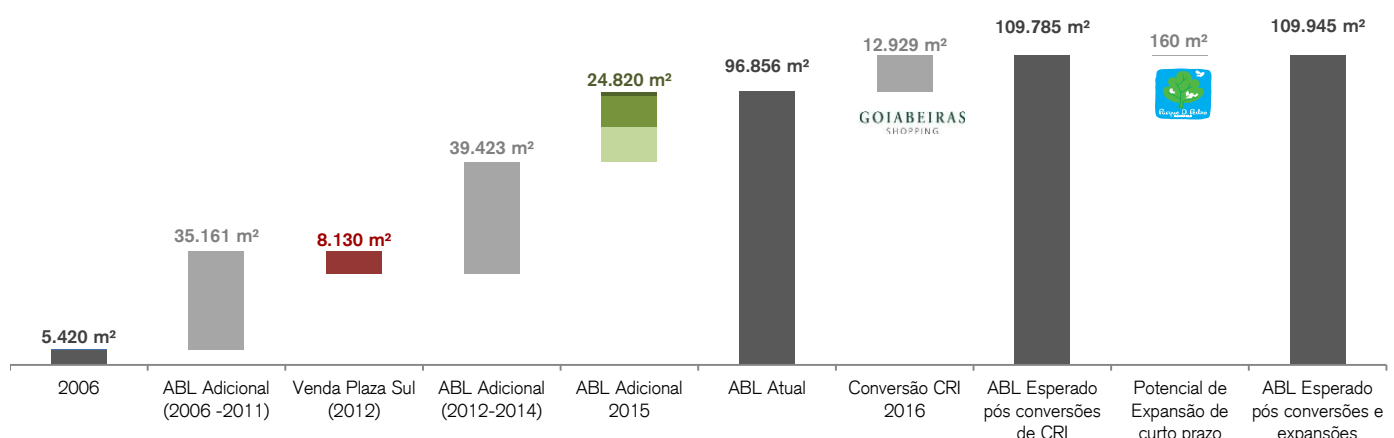
# Principais Indicadores

## Evolução da Área Bruta Locável (ABL)

O Fundo encerrou o segundo trimestre de 2015 com investimentos em **oito Shopping Centers**, distribuídos em sete cidades e quatro estados, que juntos totalizam mais de 369 mil m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL). Atualmente, a **ABL própria** da carteira contempla investimentos diretos e via FII somando **96,9 mil m<sup>2</sup>**, considerando a

expansão do Shopping Tivoli e a aquisição 49% do I Fashion Outlet, localizado em Novo Hamburgo – RS. Ao final de 2016, assumindo as conversões do CRI do Shopping Goiabeiras e com a expansão do Shopping Parque D. Pedro, que têm previsão de inauguração para este ano, a ABL própria poderá atingir até **109,9 mil m<sup>2</sup>\***.

## Crescimento da ABL própria (m<sup>2</sup>)



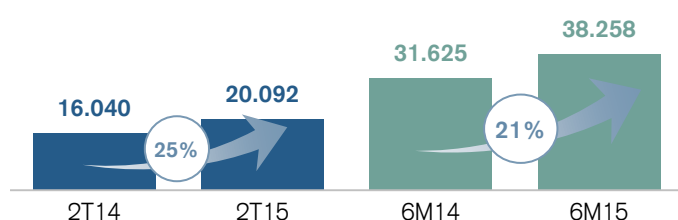
Legendas referente à ABL adicional 2015: Expansões Tivoli e Via Parque; Conversão Outlet Novo Hamburgo; Conversão São Bernardo Plaza Shopping

\*ABL atual pode variar devido a reservas técnicas, além de expansões e aquisições / ABL próprio do Shopping Goiabeiras estimado em função do percentual de conversão do CRI. Fontes: CSHG / Itaú / administradoras dos empreendimentos

## Receita Bruta

Considerando apenas a participação direta em shopping centers e via FII ilíquidos, a receita bruta no segundo trimestre de 2015 totalizou R\$20 milhões. A variação de 25% é principalmente explicada pela aquisição adicional de 30% do Shopping São Bernardo. Desconsiderando esta operação, este indicador apresenta variação de 5%. Neste ano, os shoppings foram afetados principalmente pela forte desaceleração econômica do país.

### Evolução da Receita Bruta (R\$ mil)



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

## Aluguel Mínimo e Aluguel Percentual

Observou-se um crescimento de 25% na receita de aluguel mínimo e de 7% para a linha de aluguel percentual.

## Receita Comercial (CDU) e Taxa da Transferência

A taxa de cessão totalizou R\$531 mil no segundo trimestre de 2015, apresentando um crescimento de 6,3% com relação ao mesmo período do ano anterior.

## Abertura das principais receitas (R\$ mil)

	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Aluguel Mínimo	13.267	10.642	24,7%	25.700	21.436	19,9%
Aluguel Percentual	1.128	1.057	6,8%	2.047	1.877	9,1%
Mall & Midia	1.988	1.659	19,8%	3.711	3.275	13,3%
Receita Líquida de Estacionamento	3.177	2.183	45,5%	5.970	4.263	40,0%
Receita Comercial (CDU)	531	499	6,3%	830	774	7,2%

Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

## Mall & Mídia

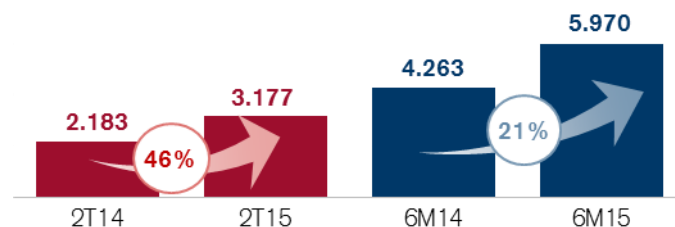
Foi registrada uma receita de quase R\$2 milhões no período analisado, valor 19% superior ao apresentado em 2014. Se desconsiderarmos a aquisição da participação adicional do Shopping São Bernardo, este indicador apresenta crescimento de 2%, principalmente pela forte desaceleração econômica do país, com redução de eventos e patrocínios de muitas empresas do ramo.

## Receita Líquida de Estacionamento

A receita líquida de estacionamento acumulou R\$3,2 milhões no segundo trimestre de 2015, um aumento de 46% em relação ao mesmo período de 2014.

Além da aquisição adicional de 30% do São Bernardo Plaza Shopping, houve incremento significativo desta receita em todos os shoppings do portfólio, seja por aumento da tarifa ou por renegociação de contratos das prestadoras de serviço.

### Evolução NOI estacionamento R\$ (mil)



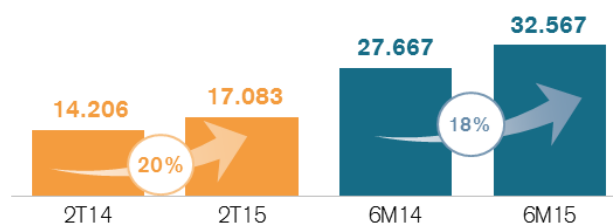
Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

## Receita Operacional Líquida (NOI)

A receita operacional líquida do Fundo foi de R\$17,1 milhões no segundo trimestre de 2015, um aumento de 20% com relação ao mesmo período do ano anterior.

Esta alta taxa de crescimento se justifica principalmente pela aquisição adicional de 30% de participação no Shopping São Bernardo, que encontra-se em fase de maturação, apresentando crescimento significativo nas receitas.

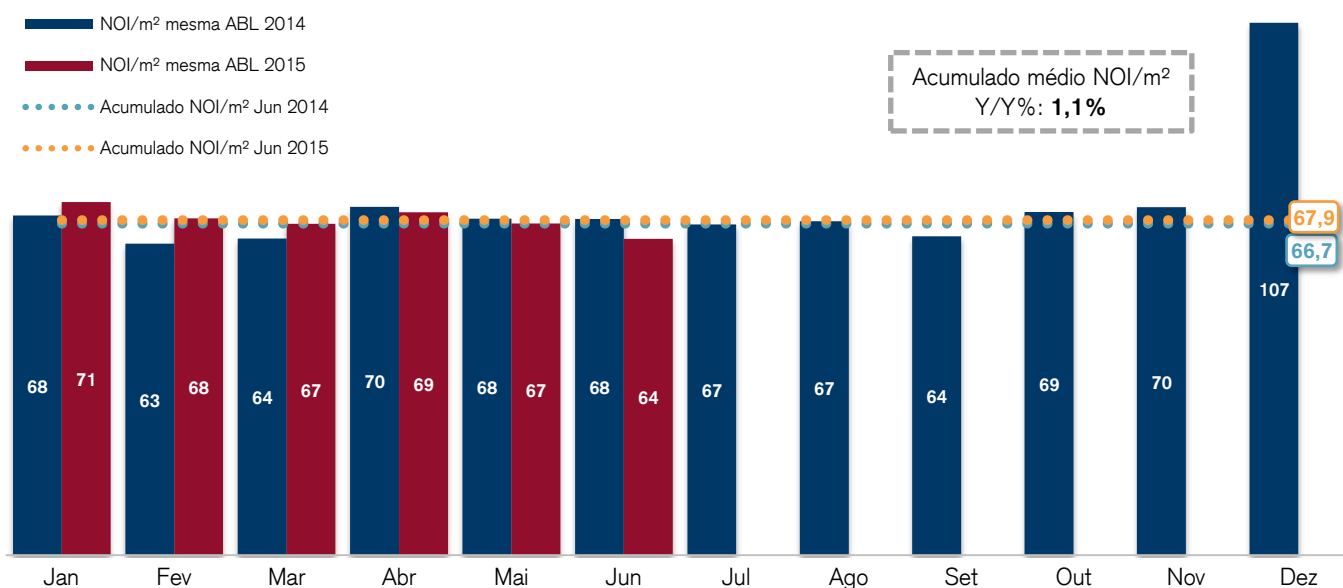
### Evolução NOI (R\$ mil)



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

O gráfico abaixo apresenta a evolução do NOI/m<sup>2</sup>, considerando a mesma participação do Fundo nos ativos, dentro do período analisado. Ou seja, não há efeitos de aquisições e/ou aumento de participações. Este indicador neste primeiro semestre apresentou crescimento de 1,1%, com relação ao mesmo período do ano anterior, impactado principalmente pelos ativos que tiveram intervenções de obra no período, quais são: Via Parque Shopping, Shopping Tivoli e Shopping Penha.

### Evolução do NOI/m<sup>2</sup> mesmo ABL\*



\*Usa-se a média dos meses em análise que podem conter pequenas variações na ABL devido a reservas técnicas, não considerando expansões ou aquisições. Houve ajuste retroativos nos valores de um empreendimento da carteira, alterando o percentual de crescimento apresentado no relatório mensal do Fundo.

Fontes: CSHG / Itaú / administradoras dos empreendimentos

### Indicadores divulgados pelas administradoras listadas na BM&FBovespa (R\$ milhões para 100% dos ativos)

	NOI 2T15	Vendas 2T15	NOI 6M15	Vendas 6M15
Tivoli Shopping Center*	2.760	50.311	6.011	95.040
Shopping Center Penha*	5.860	98.508	11.613	192.707
Shopping P. Dom Pedro**	Não informado	337.551	Não informado	664.292
Mooça Plaza Shopping	10.907	129.576	21.318	248.277
	<b>Receita Bruta 2T15</b>	<b>Aluguéis 2T15</b>	<b>Receita Bruta 6M15</b>	<b>Aluguéis 6M15</b>
Via Parque Shopping	9.390	6.379	18.660	12.873

\* Estes valores são divulgados pelo fato do Fundo deter participação majoritária nos dois shoppings. NOI líquido de taxas de administração e comercialização.

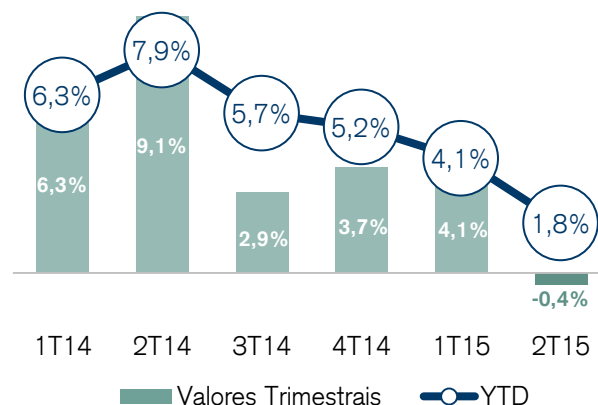
\*\*Os valores acima foram divulgados no relatório da empresa Sonae Sierra Brasil e BrMalls. Para efeitos dos indicadores do Fundo HGBS, utiliza-se as informações divulgadas mensalmente pela administradora do Fundo PQDP, o Banco BTG Pactual.

Não há divulgação do NOI do Shopping Parque Dom Pedro. Não há divulgação de resultados do São Bernardo Plaza Shopping.

Fontes: CSHG / relatórios divulgados pelas administradoras dos empreendimentos

## Vendas Mesmas Lojas (SSS)

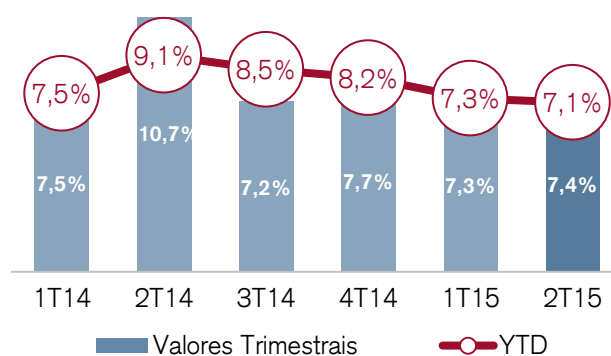
A média das vendas mesmas lojas dos ativos da carteira apresentou um crescimento de **1,8%** no primeiro semestre do ano.. O indicador compara as vendas declaradas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e no mesmo período do ano anterior. As vendas dos shoppings neste trimestre foram fortemente afetados por um ambiente macroeconômico menos favorável, com considerável retração do consumo, afetando principalmente o setor de eletrônicos e eletrodomésticos de maioria dos ativos.



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

## Aluguel Mesmas Lojas (SSR)

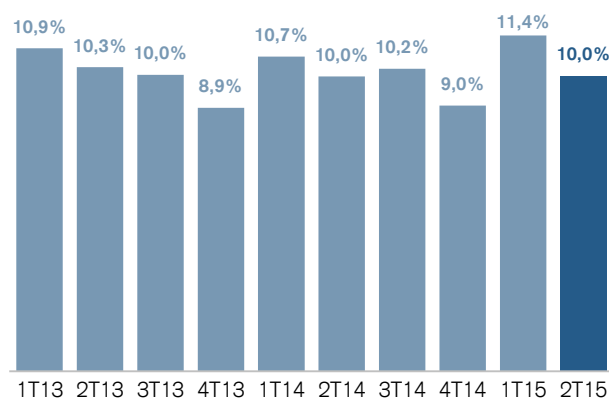
A média dos aluguéis mesmas lojas dos ativos da carteira finalizou o segundo trimestre com um crescimento de **7,4%** com relação ao ano anterior. O indicador compara os aluguéis (mínimo e complementar) das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e no mesmo período do ano anterior.



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

## Custo de Ocupação (em % de vendas)

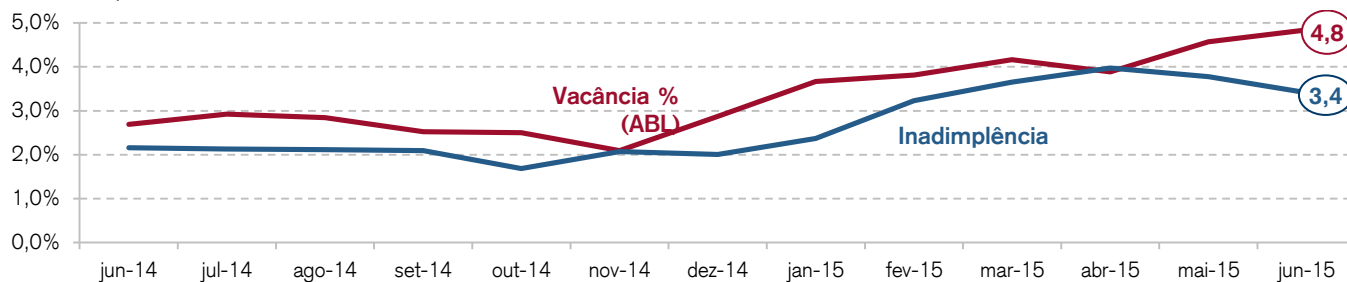
Este indicador analisa a relação entre total de custos do lojista (aluguel mínimo e percentual, encargos comuns e fundo de promoção) e suas vendas. No 2º trimestre de 2015, estes custos tiveram uma representatividade média de 10,0% das vendas dos lojistas, mantendo o mesmo percentual do segundo trimestre de 2014. A queda deste indicador com relação ao primeiro trimestre do ano é explicada pela entrada do I Fashion Outlet na base da carteira, que apresenta baixos custos condominiais pela natureza do próprio ativo. Outro shopping que impactou positivamente neste indicador foi o São Bernardo Plaza Shopping, mostrando uma curva crescente de maturação.



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

## Evolução da Vacância e Inadimplência

A inadimplência mensal do Fundo fechou em 3,4% e a vacância (ABL) em 4,8%, conforme abaixo:



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

## Gestão Ativa

Em janeiro-12, o **CSHG Brasil Shopping FII** deu saída à sua participação de 30% do Shopping Plaza Sul, por meio de uma operação de permuta pelo Shopping Penha, mais reposição financeira no valor de R\$ 63,9 milhões, dividido em 42 parcelas, corrigidas pro rata die pelo CDI. Esta venda contribuiu significativamente para o aumento dos rendimentos distribuídos: nos 12 meses que antecederam a operação, a média dos rendimentos distribuídos por cota foi R\$ 11,04. Já nos 12 meses seguintes, esta média alcançou R\$ 13,64 por cota.

No mês de junho-15, foi recebida a última parcela do lucro desta operação e algumas características importantes do portfólio do Fundo foram trabalhadas para evitar possíveis impactos nos rendimentos futuros. Atualmente, parcela significativa da carteira está em fase de consolidação, sendo 36% da ABL própria inaugurada há menos de 3 anos, e aproximadamente 34 mil m<sup>2</sup> de potencial de expansão em ABL próprio. Adicionalmente, o Fundo possui aproximadamente R\$ 13 milhões de resultados acumulados a distribuir, mesmo tendo respeitado a regra de distribuição de, no mínimo, 95% dos rendimentos auferidos a regime de caixa no semestre. Ainda, com a finalização da operação do Outlet Novo Hamburgo citada acima, o Fundo acumulou um lucro de aproximadamente R\$3 milhões.

## Eventos Recentes

### Operação I Fashion Outlet Novo Hamburgo

Em 23 de junho de 2015, o Fundo firmou duas Escrituras Públicas referentes ao Outlet Novo Hamburgo ("Shopping"), localizado na Rodovia BR-116, nº 6.125, Bairro Roselândia, Novo Hamburgo, Estado do Rio Grande do Sul, conforme segue:

De acordo com Fatos Relevantes anteriormente publicados, o Fundo adquiriu em dezembro de 2012, em abril de 2013 e em outubro de 2013, respectivamente, 31, 5 e 27 Certificados de Recebíveis Imobiliários ("CRI"), que permitiam aos titulares dos CRI a possibilidade de conversão de parte do principal em 60% da fração ideal do Shopping, desde que superadas condições preestabelecidas, bem como respeitando o *cap rate* negociado para determinação do valor final do Shopping ("Valor do Shopping"), conforme abaixo:

- (i) Na data da amortização dos CRI, deveria ocorrer a dação em pagamento de fração ideal de 60% do Shopping, sendo observados os seguintes parâmetros e fórmula de cálculo, mutuamente acordados entre as partes, para determinação do Valor do Shopping: o Valor do Shopping seria definido pela aplicação do método de *Capitalization Rate (cap rate)*, observada a receita operacional líquida do Shopping dos últimos 12 meses, findos em 31 de maio de 2015, assim como o *cap rate* de 10,25%;

- (ii) Obtido o Valor do Shopping, o saldo devedor dos CRI seria liquidado na Data da Amortização por meio da dação em pagamento de 60% do Shopping e pela quitação do Valor Residual, sendo que: “Valor Residual” é igual ao saldo devedor dos CRI, subtraído o valor correspondente a 60% do Valor do Shopping (calculado de acordo com a métrica acima). Assim sendo, obtido o Valor do Shopping, ficou definido que o Valor Residual corresponde a R\$18.156.622, não quitados com a conversão, que permanecerá como principal dos CRI e será pago ao longo da curva do papel durante os próximos 12 (doze) meses, aproximadamente.

Em paralelo, conforme também publicado, o Fundo celebrou Instrumento Particular de Compromisso de Compra e Venda de Fração Ideal de Bem Imóvel, por meio do qual prometeu adquirir da **SÃO JOSÉ DESENVOLVIMENTO IMOBILIÁRIO 32 LTDA.** uma fração ideal de 11% (onze por cento) do Shopping, que foi destacada da fração ideal de 60% objeto da conversão acima referida. Na mesma data, o Fundo cedeu tais direitos aquisitivos à **IGUATEMI OUTLETS DO BRASIL LTDA.**, atual denominação da **CSC 81 PARTICIPAÇÕES LTDA** (“Iguatemi”). Em 23 de junho de 2015, o Fundo finalizou esta operação, liquidando as obrigações assumidas nos instrumentos citados acima com as partes (qual seja: aquisição de 11% do Shopping, sendo certo que o custo de aquisição foi compensado com parte do principal dos CRI, e imediata cessão da referida fração ideal para o Iguatemi), gerando um lucro contábil, na cessão, de R\$ 6.805.781,66. Deste montante, 51% foi apurado em 23 de junho de 2015, 21% no mês de julho e o saldo remanescente será apurado em 11 parcelas iguais nos meses subsequentes.

Considerando que as condições acima referidas foram integralmente atendidas e com a consequente finalização destas operações, o Fundo passa a deter 49% (60% - 11% referentes às operações acima citadas) do Outlet Novo Hamburgo, restando apenas a quitação do Valor Residual supra mencionado para liquidação integral dos CRI. A transferência de propriedade da fração ideal do Shopping atende integralmente à Política de Investimento do Fundo e aos “Critérios de Aquisição e Estudo de Viabilidade” constantes do Anexo I ao Regulamento do Fundo.

## Mudança da Marca – IFashion Outlet Novo Hamburgo



Foi lançada pelo Grupo Iguatemi, no dia 1º de julho, uma campanha institucional na qual o ramo de *premium outlets* da empresa passou a incorporar a letra I no seu nome. Esta mudança tem o propósito de vincular uma das maiores empresas de shopping center do Brasil com este novo segmento de compras. Além deste elo, a nova marca tem o intuito de consolidar no cliente que a compra no segmento de outlet é uma opção inteligente, com ótimas marcas, produtos de alta qualidade com descontos de até 70%.



## Inauguração Expansão

Em 29 de abril deste ano, o Shopping Tivoli inaugurou sua área de expansão, que resultou em uma Área Bruta Locável de 23.697 m<sup>2</sup>, da qual 1.625 m<sup>2</sup> se trata de ABL construída e a diferença de uma área totalmente reformulada, anteriormente ocupada por um supermercado e outras operações.

Com a expansão, o Shopping ganhou 37 novas operações, cerca de 21% de aumento, e já possui 85% de sua área comercializada. Já foram realizadas 7 inaugurações, dentre elas 2 âncoras (Riachuelo e Renner), e ainda estão previstas mais 3 inaugurações para o mês de setembro.

Além disso, está sendo realizada uma revitalização no ativo, trazendo um novo conceito, que mistura modernidade com tradição local. As mudanças foram iniciadas pela atualização do logo do Tivoli, que trouxe consigo a cana-de-açúcar, principal produto agrícola desenvolvido na região, e um design atual.

O principal acesso ao shopping também foi reformado. Houve uma substituição da antiga entrada por um pórtico revestido de madeira e, em frente, está localizada a praça central da expansão. O local tem pé direito elevado e grande intensidade de luz, conferindo à área o estilo charmoso e moderno criado pela revitalização.

O projeto prevê, ainda, a reformulação da fachada do prédio e da comunicação interna, ambos já iniciados em janeiro deste ano e com previsão de término em dezembro. Estão sendo realizadas as reformas do acesso B ao shopping, além da troca das placas de sinalização interna, sendo que já está finalizada a comunicação interna da área de expansão.

Haverá, por fim, até dezembro de 2015, a reformulação do totem localizado na área externa do empreendimento. No total, estão sendo investidos, aproximadamente, R\$ 25 milhões na expansão e revitalização do empreendimento.

O Fundo possui 59% de participação no ativo e, após a expansão, possui, aproximadamente, 14 mil m<sup>2</sup> de ABL própria. O Shopping Tivoli, inaugurado no ano de 1998, está localizado no município de Santa Bárbara D'Oeste – SP e é administrado pela Sonae Sierra Brasil.





# CSHG Brasil Shopping FII



## Objetivo do Fundo

O CSHG Brasil Shopping FII tem como objetivo auferir rendimentos pela aquisição e exploração comercial de participações em shoppings centers, atuando de forma ativa na gestão da carteira de investimentos.

## Política de Investimento

Shopping centers construídos e em operação com pelo menos 15.000 m<sup>2</sup> de área bruta locável (ABL), localizados em regiões com área de influência de no mínimo 500 mil habitantes e administrados por empresas especializadas.

## Informações

### Início das atividades

Dezembro de 2006

### Administradora

CSHG Corretora de Valores S.A.

### Escriturador

Itaú Corretora de Valores S.A

### Taxa de administração

1,5% ao ano sobre o valor de mercado das cotas

### Ofertas concluídas

6 emissões de cotas realizadas

### Código de negociação

HGBS11

Constituído em 2006, o **CSHG Brasil Shopping FII** foi o primeiro Fundo de Investimento Imobiliário lançado pela CSHG. O objetivo do Fundo é auferir rendimentos pela aquisição e exploração comercial de participações em **Shopping Centers**.

O Fundo foi um dos primeiros a serem aprovados pelos órgãos reguladores sem apresentar empreendimentos para investimento já definidos, em uma época em que outros produtos eram lançados com um único ativo já previamente determinado. Sua **Política de Investimentos** é aberta a qualquer imóvel que se enquadre nos critérios de aquisição lá definidos.

Após as **1ª e 2ª Emissões de Cotas**, encerradas respectivamente em dezembro de 2006 e março de 2007, foi constituída a carteira de investimentos inicial do Fundo através da aquisição de participações em dois empreendimentos, cujos investimentos totalizaram cerca de R\$ 50 milhões. Em abril de 2009 foi aprovada a **3ª Emissão de Cotas** que, após encerrada, elevou o patrimônio do Fundo para cerca de R\$ 192 milhões. Com os novos recursos, a carteira de investimentos foi incrementada pela aquisição de participações em três novos empreendimentos.

Ao longo do 1º semestre de 2011 foi realizada a **4ª Emissão de Cotas**, cuja distribuição foi encerrada em julho de 2011 com um volume captado de R\$ 179 milhões. Com essa captação, o Fundo realizou três operações, sendo uma de permuta com reposição financeira e duas de aquisição. Em junho de 2012 foi realizada a **5ª Emissão de Cotas**, que somou ao patrimônio do Fundo aproximadamente R\$ 333 milhões. Os recursos foram investidos em cinco operações, sendo dois novos empreendimentos.

Com objetivo de dar continuidade ao processo de consolidação do Fundo e aproveitar oportunidades no mercado, foi aprovada em outubro de 2012 a **6ª Emissão de Cotas**. A emissão finalizada em maio de 2013 somou ao patrimônio do Fundo aproximadamente R\$ 193 milhões.

## Mercado Secundário

O Fundo possui **537.492 cotas** e fechou o mês de junho de 2015 com valor de mercado em R\$898 milhões.

Adicionalmente, as cotas do Fundo encerraram o semestre com uma valorização de 19,7% com relação ao fechamento de dezembro de 2014, considerado o valor da cota e os rendimentos distribuídos nos 6 meses. No mesmo período, o IFIX valorizou 9,3%.

Considerando a cota de fechamento de junho-15 em R\$1.670,00 e os últimos doze rendimentos distribuídos o Fundo apresenta um *yield* anualizado de 10,4%.

O volume financeiro negociado nos últimos 12 meses, considerando o fechamento do 2º trimestre de 2015, foi de aproximadamente R\$171,7 milhões, com giro de 20,0% (em % do total de cotas).



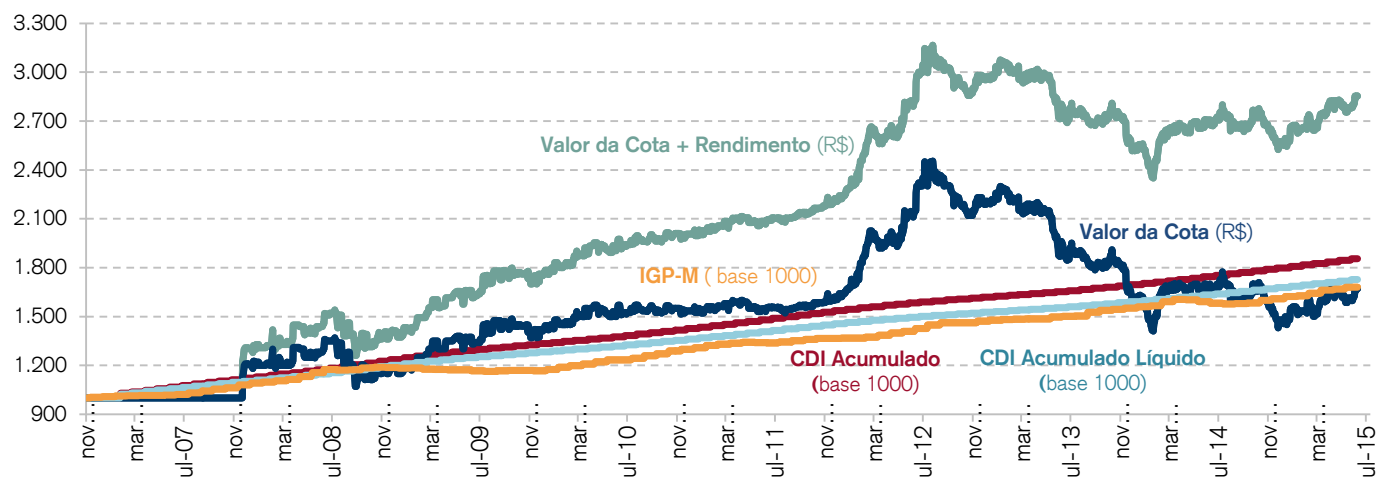
Fonte: CSHG / BM&FBovespa

## Rentabilidade

A rentabilidade global calcula a taxa interna de retorno contemplando renda mensal e ganho de capital, comparada ao CDI Líquido (alíquota de 15%). Pessoas Físicas que detêm volume inferior a 10% do total do Fundo são isentas de Imposto de Renda nos rendimentos distribuídos e tributadas em 20% de imposto de renda sobre o ganho de capital na venda da cota. O valor de mercado da cota no fechamento de junho foi de **R\$1.670,00**.
























CSHG Brasil Shopping FII	Início	Ano	Mercado 12 meses	Trimestre
Data	21-nov-06	31-dez-14	30-jun-14	31-dez-14
Valor Referência (R\$)	1.000	1.470	1.699	1.470
Renda Acumulada	118,4%	6,1%	10,3%	2,8%
Ganho de Capital Líq.	53,6%	10,9%	-1,7%	10,9%
TIR Líq. (Renda + Venda)	285,9%	17,5%	9,0%	13,9%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	17,0%	39,5%	9,0%	71,2%
<b>Retorno em % CDI Líquido</b>	<b>267%</b>	<b>349%</b>	<b>90%</b>	<b>542%</b>

Fonte: Itaú / BM&FBOVESPA / Banco Central/ CSHG



Fonte: CSHG / BM&FBOVESPA / Cetip / FGV

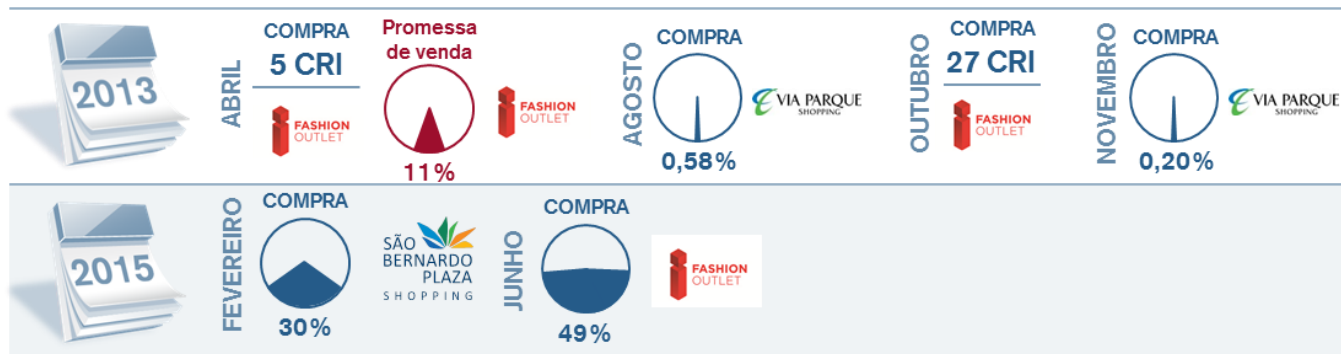
# Nossos Shoppings

Portfólio	Localização	Inauguração	ABL total (m <sup>2</sup> )	% HGBS	ABL próprio (m <sup>2</sup> )	Veículo	Administradora
 <b>Tivoli Shopping Center</b>	 <b>Sta Bárbara d'Oeste SP</b>	1998	18.082	 <b>59%</b>	10.668	Direto	<b>Sonae Sierra</b>
 <b>Shopping Center Penha</b>	 <b>São Paulo SP</b>	1992	29.604	 <b>87,56%</b>	25.992	Direto	<b>Sonae Sierra</b>
 <b>Shopping Parque D. Pedro</b>	 <b>Campinas SP</b>	2002	123.962	 <b>10,67%</b>	13.225	FII	<b>Sonae Sierra</b>
 <b>Goiabeiras Shopping</b>	 <b>Cuiabá MT</b>	1989	25.977	CRI pós fixada (cap: 10%)	N/A	CRI conversível	<b>GESC</b>
 <b>Via Parque Shopping</b>	 <b>Rio de Janeiro RJ</b>	1993	57.247	 <b>16,46%</b>	9.426	FII	<b>Aliansce</b>
 <b>Mooca Plaza Shopping</b>	 <b>São Paulo SP</b>	2011	41.944	 <b>20%</b>	8.389	Direto	<b>BRMalls</b>
 <b>São Bernardo Plaza Shopping</b>	 <b>São Bernardo do Campo SP</b>	2012	42.685	 <b>35%</b>	14.940	Direto	<b>BRMalls</b>
 <b>I Fashion Outlet</b>	 <b>Novo Hamburgo RS</b>	2013	22.088	 <b>49%</b>	10.823	Direto	<b>Iguatemi</b>

Fonte: CSHG / administradoras dos empreendimentos

# Histórico de Investimentos





Este boletim tem caráter meramente informativo, destina-se aos cotistas do Fundo, foi elaborado pela Credit Suisse Hedging-Griffo 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. A CSHG não se responsabiliza por erros ou omissões neste material ou pelo uso das informações nele contidas. Adicionalmente, a CSHG não se responsabiliza 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 da Credit Suisse Hedging-Griffo.

**Fale conosco: 0800 558777 | Ouvidoria: 0800 772 0100**