



# CSHG Brasil Shopping FII

Este material é meramente informativo, não considera objetivos de investimento, situação financeira ou necessidades individuais e particulares e não contém todas as informações que um investidor em potencial deve considerar ou analisar antes de investir. 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 e não configura sugestão ou consultoria jurídica. Recomendamos a consulta a profissionais especializados antes de decidir sobre investimentos em ativos imobiliários. A Credit Suisse Hedging-Griffo ("CSHG") não se responsabiliza por decisões do cliente acerca deste tema, nem por ato ou fato de profissionais especializados por ele consultados. O presente material é um resumo indicativo de alguns dos produtos oferecidos para nossos clientes, para ser usado exclusivamente em nossas discussões, e não tem o propósito de abranger (e não abrange) todos os termos e as condições que possam ser exigidos pela CSHG ou por qualquer entidade do Grupo Credit Suisse Brasil ("CS"), caso se decida formalizar a contratação de qualquer produto aqui mencionado. Este material não pode ser reproduzido, copiado ou distribuído para terceiros sem a expressa autorização da CSHG.

# CSHG Brasil Shopping FII (HGBS11)

## Histórico



Lançado em  
dezembro de 2006



R\$ 950 milhões captados  
(6 ofertas públicas)



Gestão ativa de portfólio  
de shopping centers

## Estratégia de Investimentos



Localização e  
área de influência



Potencial de  
longo prazo



Características  
Técnicas



Histórico de  
resultados



Diversificação  
geográfica



Operadores  
de 1ª linha

Valor de mercado de  
**820** milhões  
de Reais

+ **3.800**  
cotistas

## O Maior Fundo de Shopping

Diversificado da BM&FBovespa

Volume negociado 2015

**180** milhões  
de Reais

**8** Shoppings  
em 7 cidades

**28** Processos  
de aquisição  
(Duas vendas)

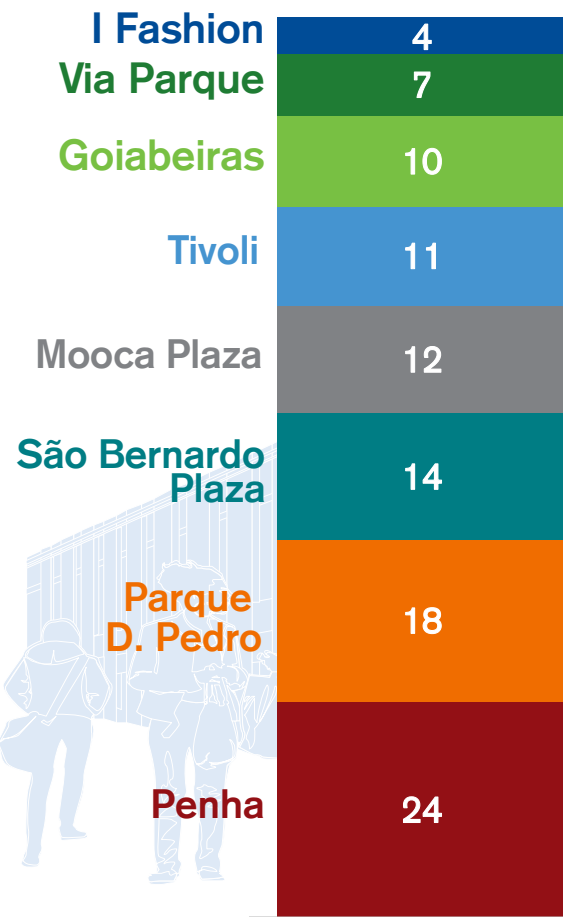
+ **1.640** contratos  
de lojistas

Operadores

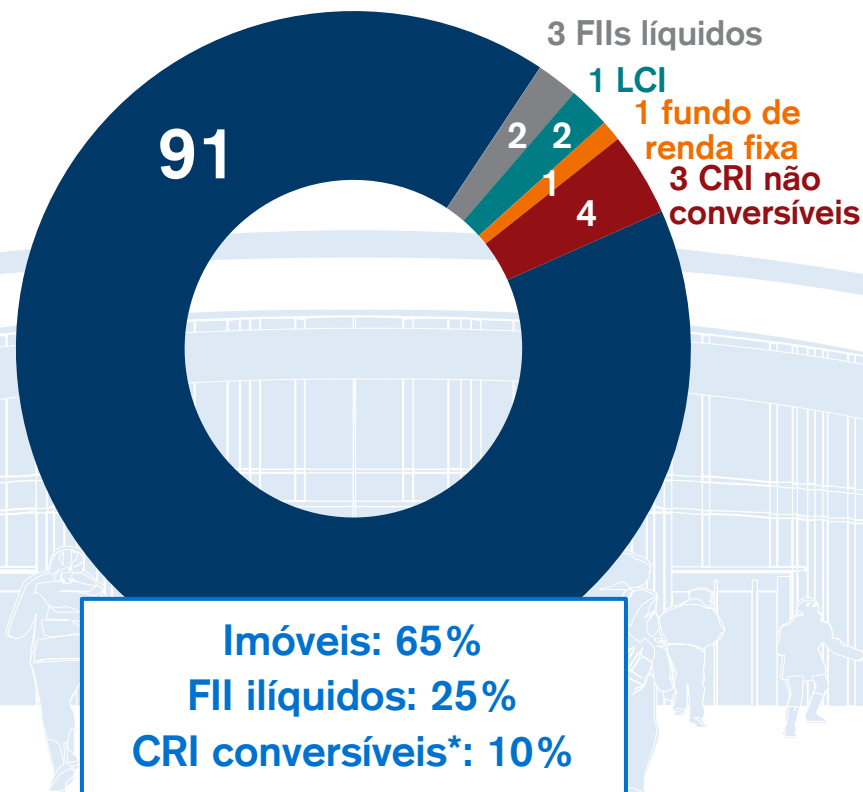
AD Shopping, Aliansce, BR Malls,  
Iguatemi, Sonae Sierra

# Carteira de Investimento (% patrimônio líquido)

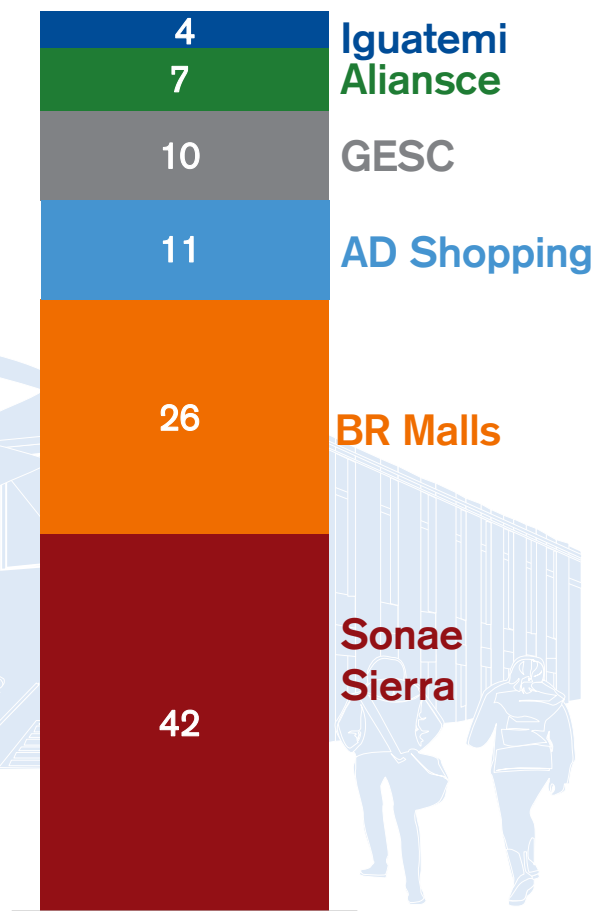
## Diversificação por Ativos



## Shopping Centers



## Diversificação por Operadores



\*Os CRI conversíveis são títulos de crédito lastreados em créditos imobiliários que poderão ser convertidos conforme respectivos termos de securitização.

# DRE

<b>Fluxo HGBS 11 (R\$ milhares)</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016*</b>
Receita Financeira	9.010	8.608	1.933
Receita imobiliária (inclui CRI conversíveis)	81.582	77.160	23.927
Lucro Operações	22.393	17.924	511
<b>Total de Receitas</b>	<b>112.985</b>	<b>103.692</b>	<b>26.371</b>
<b>Total de Despesas</b>	<b>(14.570)</b>	<b>(13.537)</b>	<b>(2.766)</b>
<b>Resultado</b>	<b>98.415</b>	<b>90.155</b>	<b>23.606</b>
Rendimento	93.577	92.395	22.252
<b>Rendimento médio (R\$/cota)</b>	<b>14,51</b>	<b>14,33</b>	<b>13,80</b>

\*Realizado até março de 2016.

# Rentabilidade

	Início: 21-nov-06	2014	2015	2016*
Renda Acumulada	131,4%	10,4%	12,1%	3,0%
Ganho de Capital	52,5%	-9,2%	-5,2%	9,4%
<b>Retorno Total Bruto**</b>	<b>183,9%</b>	<b>1,2%</b>	<b>6,9%</b>	<b>12,4%</b>
<b>Diferença vs IFIX</b>	<b>***</b>	<b>3,9%</b>	<b>1,5%</b>	<b>7,0%</b>
<b>Retorno em % CDI Líquido****</b>	<b>246%</b>	<b>13%</b>	<b>67%</b>	<b>386%</b>

## Liquidez do Fundo (nº de títulos negociados)

**97.739**  
em 2014

**17%**

**114.540**  
em 2015

## Dividend Yield Projetado 2016

Distribuição projetada 2016: R\$165,6/cota

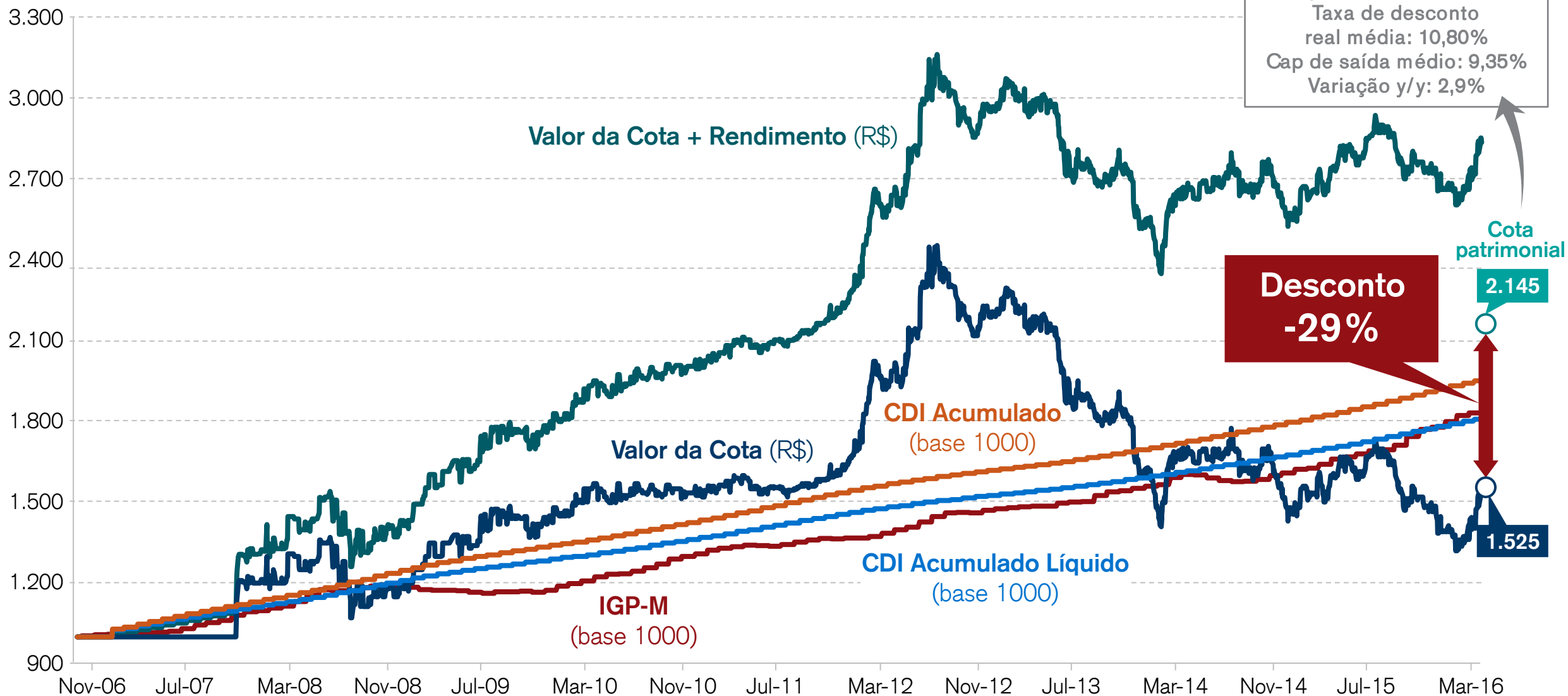
**10,9% a.a.**

Cota 31-mar-16: R\$ 1.525

\*Realizado até março/16. \*\* A rentabilidade divulgada não é líquida de impostos. Rentabilidade passada não representa garantia de rentabilidade futura \*\*\*O indicador IFIX iniciou em dezembro/10.

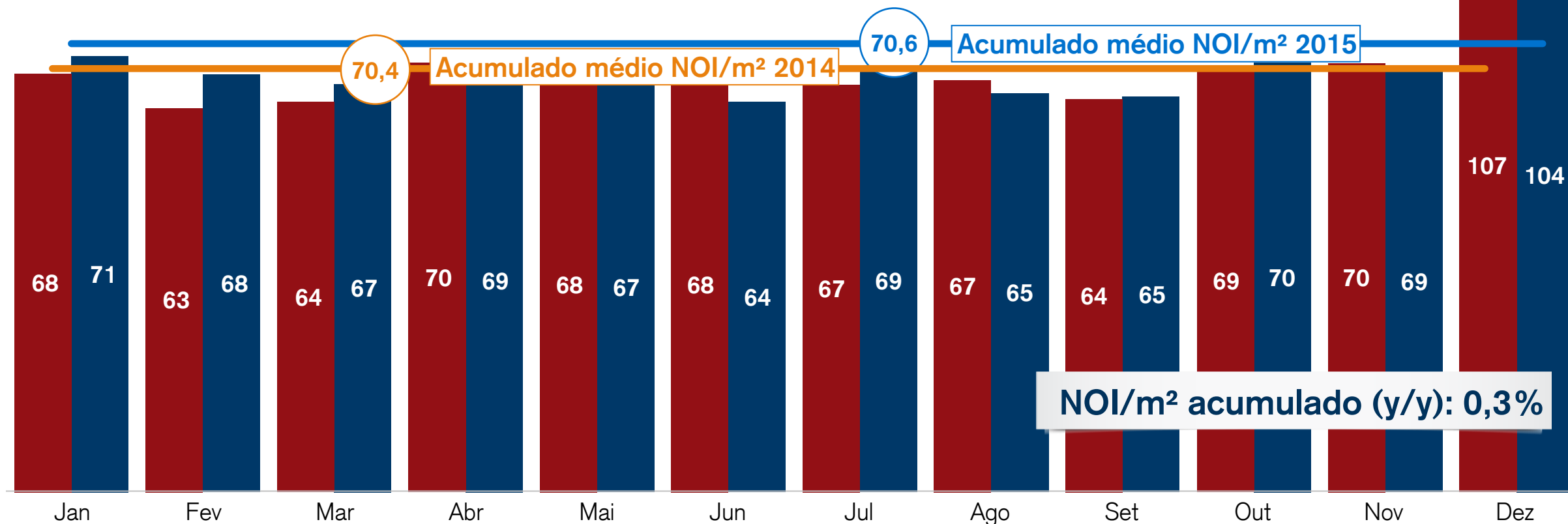
\*\*\*\*Considerou-se o reinvestimento dos rendimentos, alíquota de 15% de IR para o CDI e 20% para o ganho de capital na venda da cota.

# Evolução da Cota



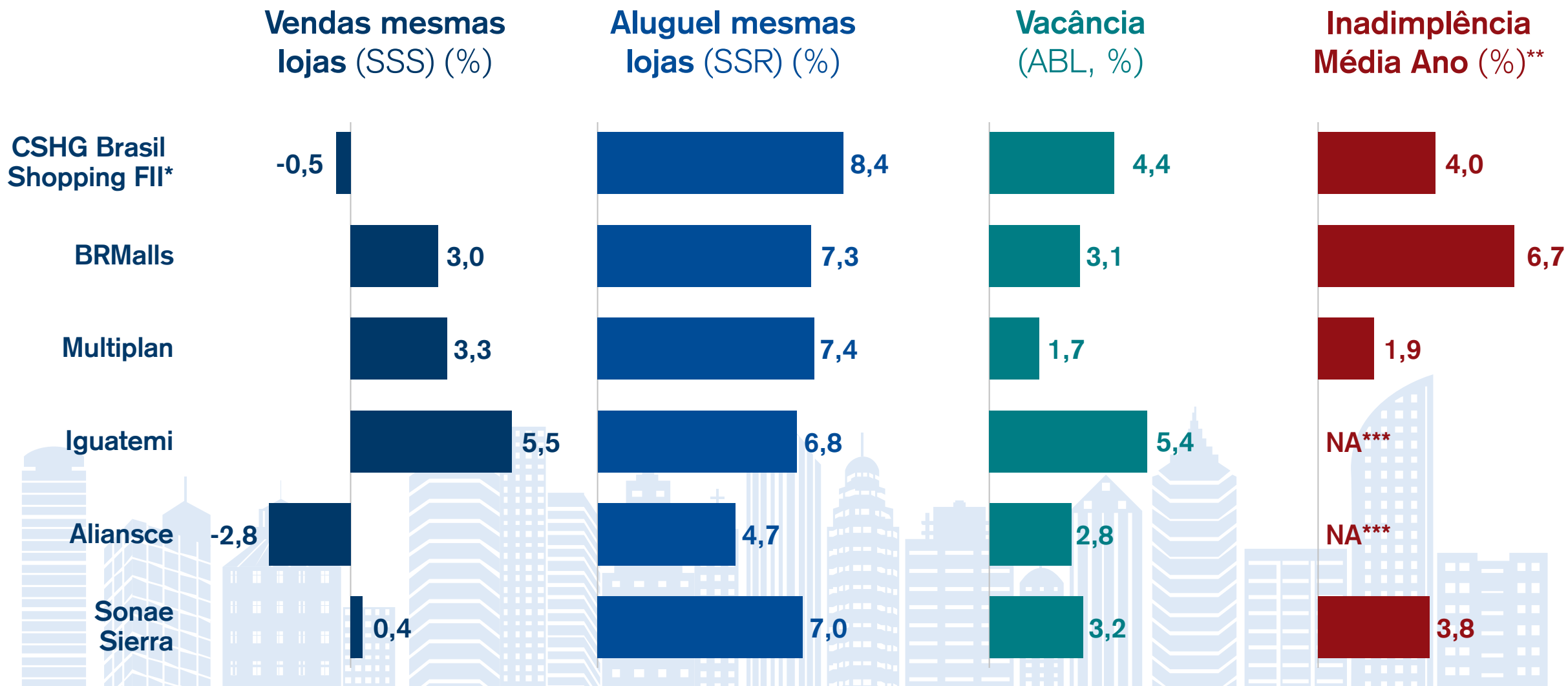
# Desempenho Operacional – Evolução do NOI/m<sup>2</sup> mesma ABL

■ NOI/m<sup>2</sup> mesma ABL 2014 ■ NOI/m<sup>2</sup> mesma ABL 2015



\* Considera-se 79% do patrimônio investido em Shopping Centers (não considera CRI conversíveis).

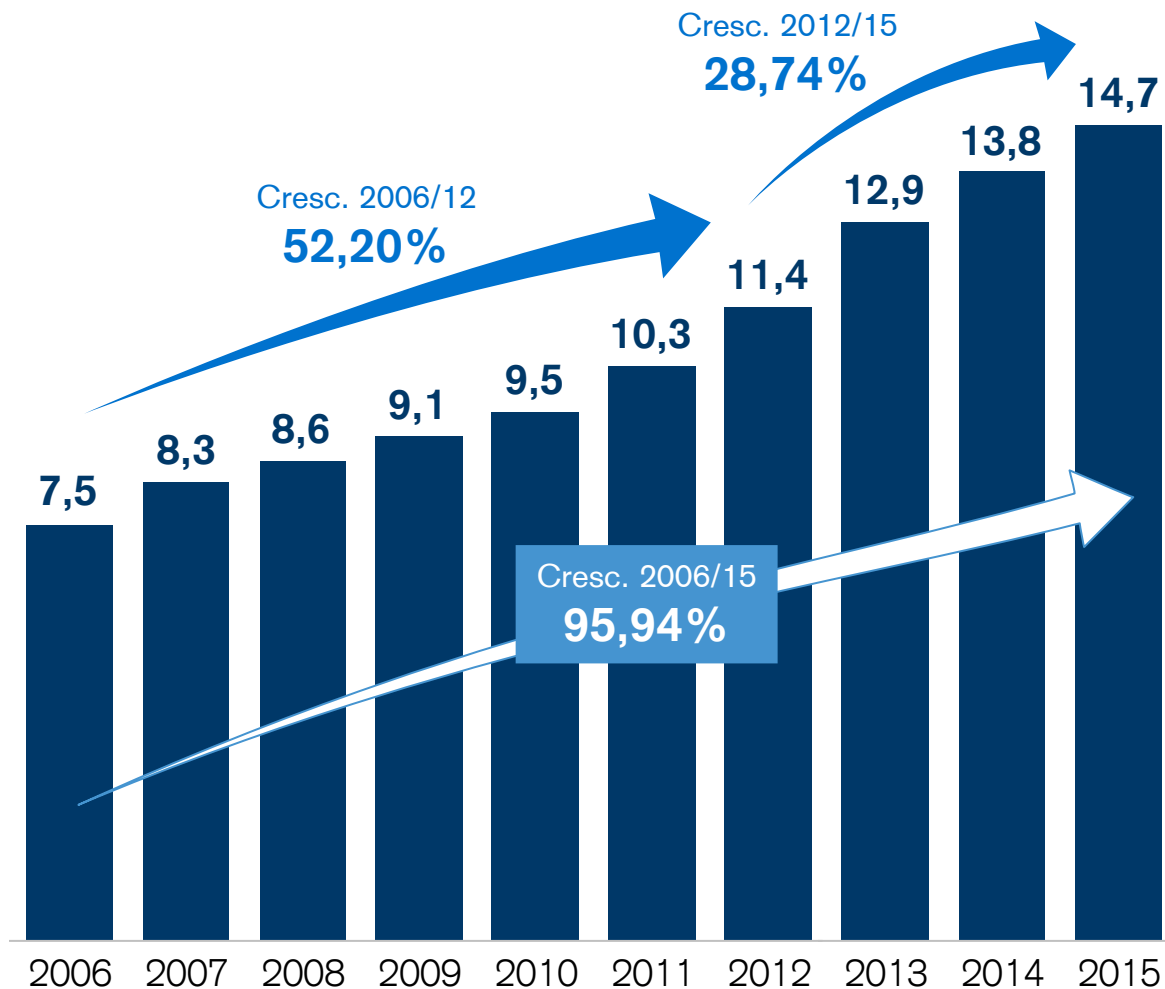
# Desempenho Operacional – o Fundo e o Mercado: 2015 vs 2014



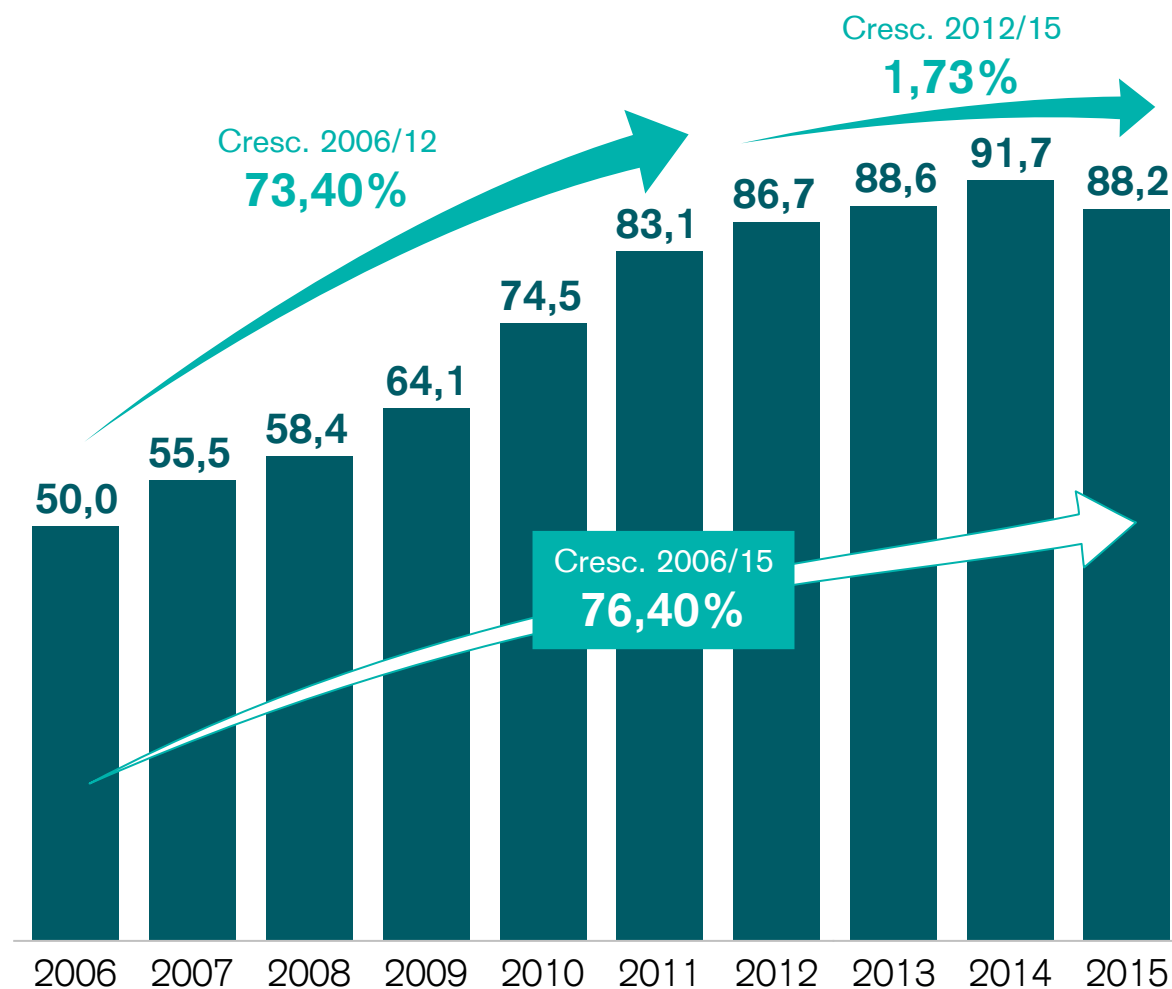
\* Considera-se 84% do patrimônio investido em Shopping Centers (não considera CRI conversíveis) \*\*Inadimplência do mês (25 dias). \*\*\*Não divulgado

# O mercado brasileiro de shopping center

ABL (milhões de m<sup>2</sup>)

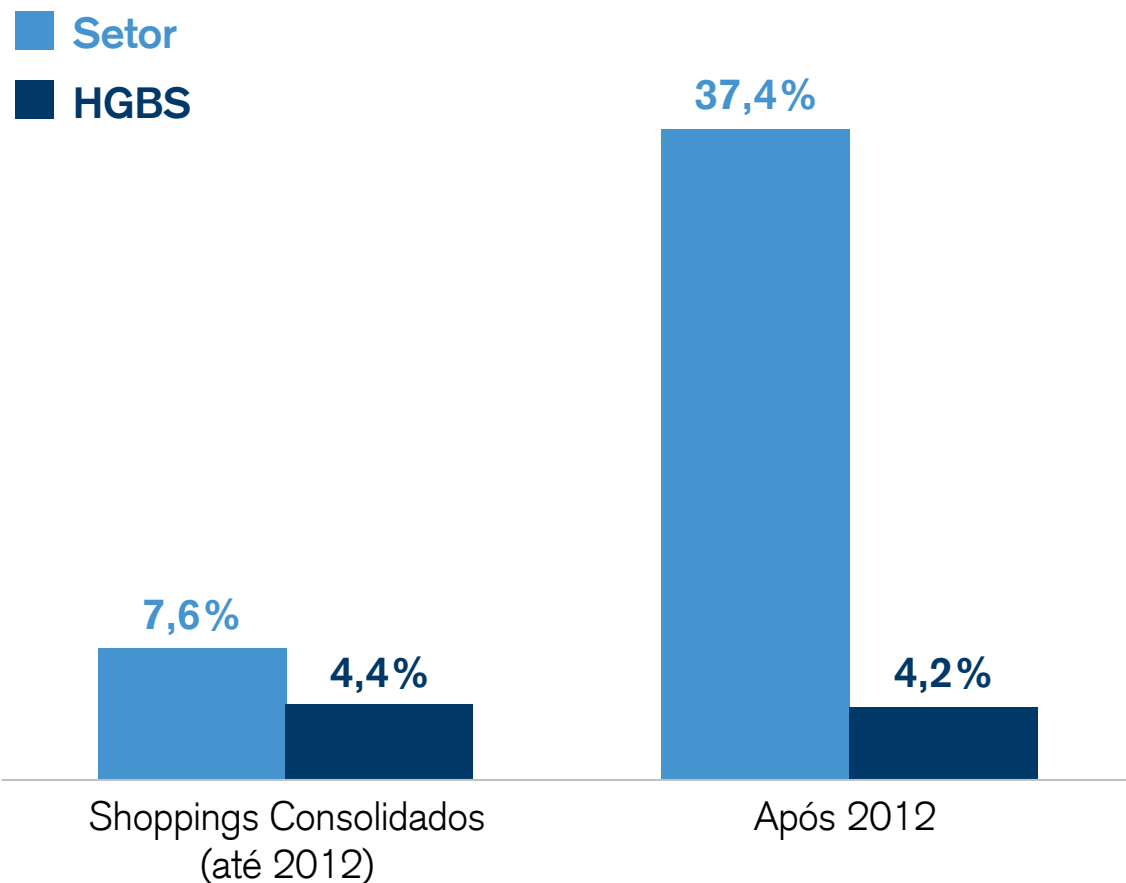


Faturamento real (R\$ bilhões, defl. IPCA)

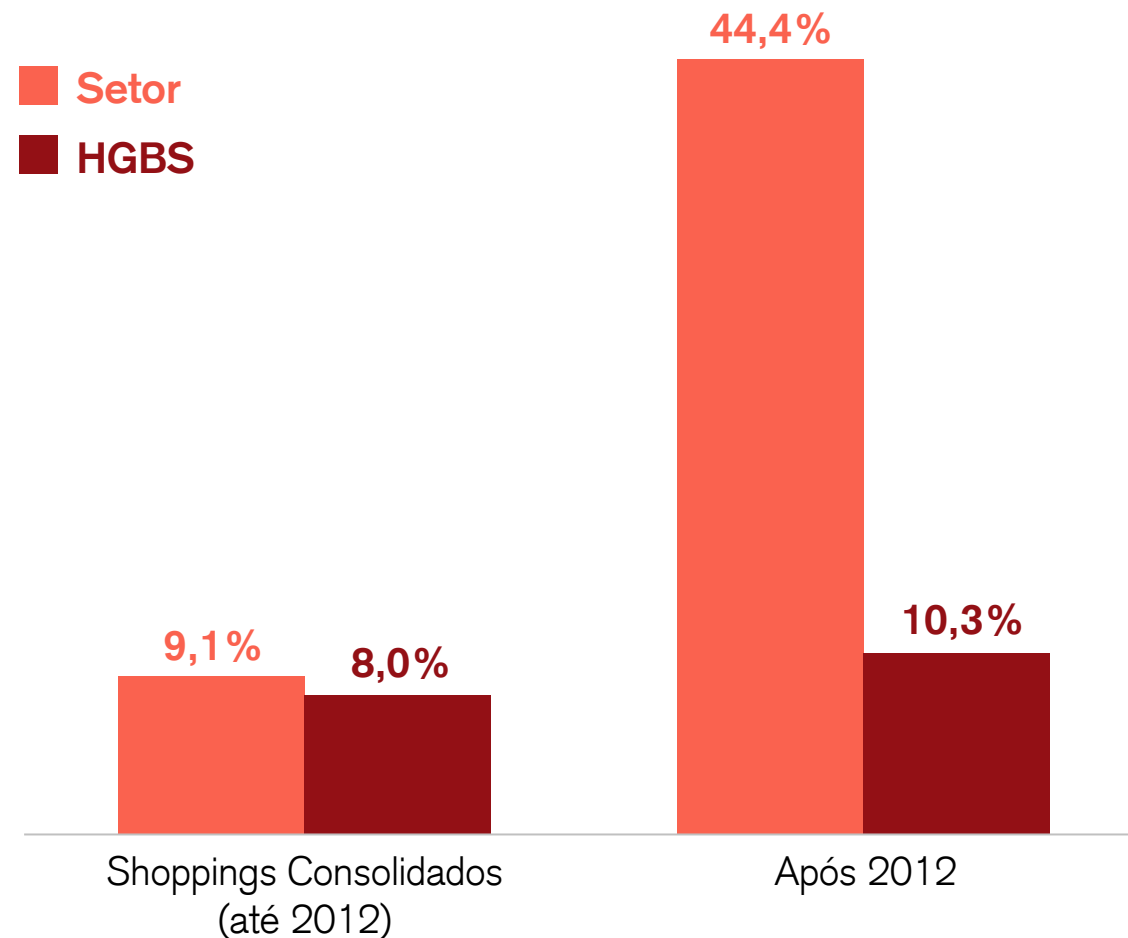


# O mercado brasileiro de shopping center

## Estoque de ABL vaga



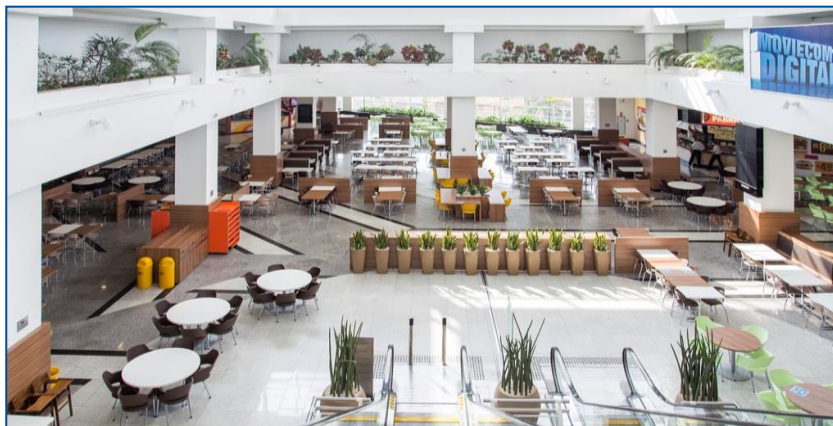
## Estoque de lojas vagas



# Shopping Center Penha

São Paulo – SP

24%  
do PL



## Shopping

- 29,7 mil m<sup>2</sup> de ABL
- 194 operações
- Inaugurado em 1992
- Operador: Sonae Sierra



## Resultados

- SSR e SSS: 8,8% e -3,1%
- Taxa de vacância (ABL): 1,1%



## Participação HGBS

87,56%



- Pequenos investimentos/grandes impactos
- Redução do custo condominial
  - renovações contratuais dos maiores fornecedores
  - poço artesiano
- Controle (liquidez)
- Potencial construtivo: +4 mil m<sup>2</sup> de ABL
- Consolidação na região primária: melhoria de mix



- Comércio de rua
- Manutenção na atratividade do equipamento

# Shopping Parque Dom Pedro

Campinas – SP

18%  
do PL



## Shopping

- 127,6 mil m<sup>2</sup> de ABL
- 399 operações
- Inaugurado em 2002
- Operador: Sonae Sierra



## Resultados

- Vendas: R\$ 1,43 bi (+2%)
- Fluxo de pessoas: 18 milhões



**Participação HGBS** (cotas de FII)  
10,66%



- **Expansão inaugurada**
  - novas âncoras: Forever21, Ponto Frio, Magazine Luiza, Preçolândia
  - novos restaurantes: Jamie's Italian, L'Entrecôte de Paris, Jangada, Paris 6, Temakeria & Cia e Baccio di Latte
  - cobertura da Alameda
- **Expansão médio prazo: +5 mil m<sup>2</sup> de ABL**
- **Adensamento da zona primária**



- **Ajuste no posicionamento: público regional vs primário**

# São Bernardo Plaza Shopping

São Bernardo do Campo – SP

14%  
do PL



## Shopping

- 42,8 mil m<sup>2</sup> de ABL
- 231 operações
- Inaugurado em Nov-12
- Operador: Br Malls



## Resultados

- SSR: 8,0%
- Inadimplência: 13%



## Participação HGBS

35%



- Consolidação: vacância ainda elevada (8%).
- Adensamento zona primária
- Investimento em infraestrutura e transporte
- Potencial construtivo: +33 mil m<sup>2</sup> de ABL



- Cenário econômico: desemprego na região
- Concorrência na região do ABC

# Mooca Plaza Shopping

São Paulo – SP

12%  
do PL 



## Shopping

- 41,9 mil m<sup>2</sup> de ABL
- 250 operações
- Inaugurado em Nov-11
- Operador: BR Malls



## Resultados

- SSR: 8,4%
- Taxa de vacância (ABL): 0,5%



## Participação HGBS

20%



- Consolidação como centro de gastronomia e serviços
- Torres comerciais e adensamento primário
- Área de influência primária: 1,1 milhão de pessoas (64% classe A e B)
- Expansão médio prazo: +35 mil m<sup>2</sup> de ABL



- Concorrência (Cosmopolitano no bairro do Cambuci)

# Tivoli Shopping Center

Santa Bárbara d'Oeste – SP

11%  
do PL 



## Shopping

- 23,7 mil m<sup>2</sup> de ABL
- 178 operações
- Inaugurado em 1998
- Operador:  
mudança para **AD Shopping**



## Resultados

- SSR e SSS: 3,6% e -12,1%
- Taxa de vacância (ABL): 15,3%



## Participação HGBS

59%



- Expansão inaugurada em abr/15 (+5 mil m<sup>2</sup> de ABL):
  - blindagem para potencial concorrência
  - duas novas âncoras: Renner e Riachuelo
  - reformulação da fachada
  - boulevard com pé direito elevado e iluminação natural
- Controle (liquidez)
- Longo prazo: +7 mil m<sup>2</sup> de ABL



- Fragilidade econômica da região
- Desafio na ocupação e consolidação das lojas da expansão

# Goiabeiras Shopping Center

Cuiabá – MT

10%  
do PL



## Shopping

- 25,8 mil m<sup>2</sup> de ABL
- 216 operações
- Inaugurado em 1989
- Expansão em 2013



- Consolidação da expansão
- Adensamento demográfico da região
- Conversão com cap de 10%



## Resultados

- Vendas 2015: 7,4%
- Taxa de vacância (ABL): 4,3%



- Concorrência na região  
(shopping Estação Cuiabá: previsão 2017)



## Participação HGBS (CRI)

% pós-fixada

# Via Parque Shopping

Rio de Janeiro – RJ

7%  
do PL



## Shopping

- 57,2 mil m<sup>2</sup> de ABL
- 246 operações
- Inaugurado em 1993
- Operador: Aliansce



## Resultados

- NOI: crescimento de 2 dígitos
- SSS e SSR: 8,6% e 9,6%



**Participação HGBS** (cotas de FII)  
16,46%



- Reposicionamento pós revitalização e inauguração cinema
- Olimpíadas 2016
- Adensamento zona primária (importante vetor de crescimento)
- Infraestrutura viária: Av. Via Parque e estação BRT
- Área do CitiBank Hall: +15 mil m<sup>2</sup> de ABL



- Concorrência
- Trânsito intenso da região

# I Fashion Outlet

Novo Hamburgo – RS

4%  
do PL



## Shopping

- 22,1 mil m<sup>2</sup> de ABL
- 87 operações
- Inaugurado em 2013
- Operador: Iguatemi



## Resultados

- Receita de aluguéis: 22%
- Fluxo de veículos: 20%



## Participação HGBS

49%

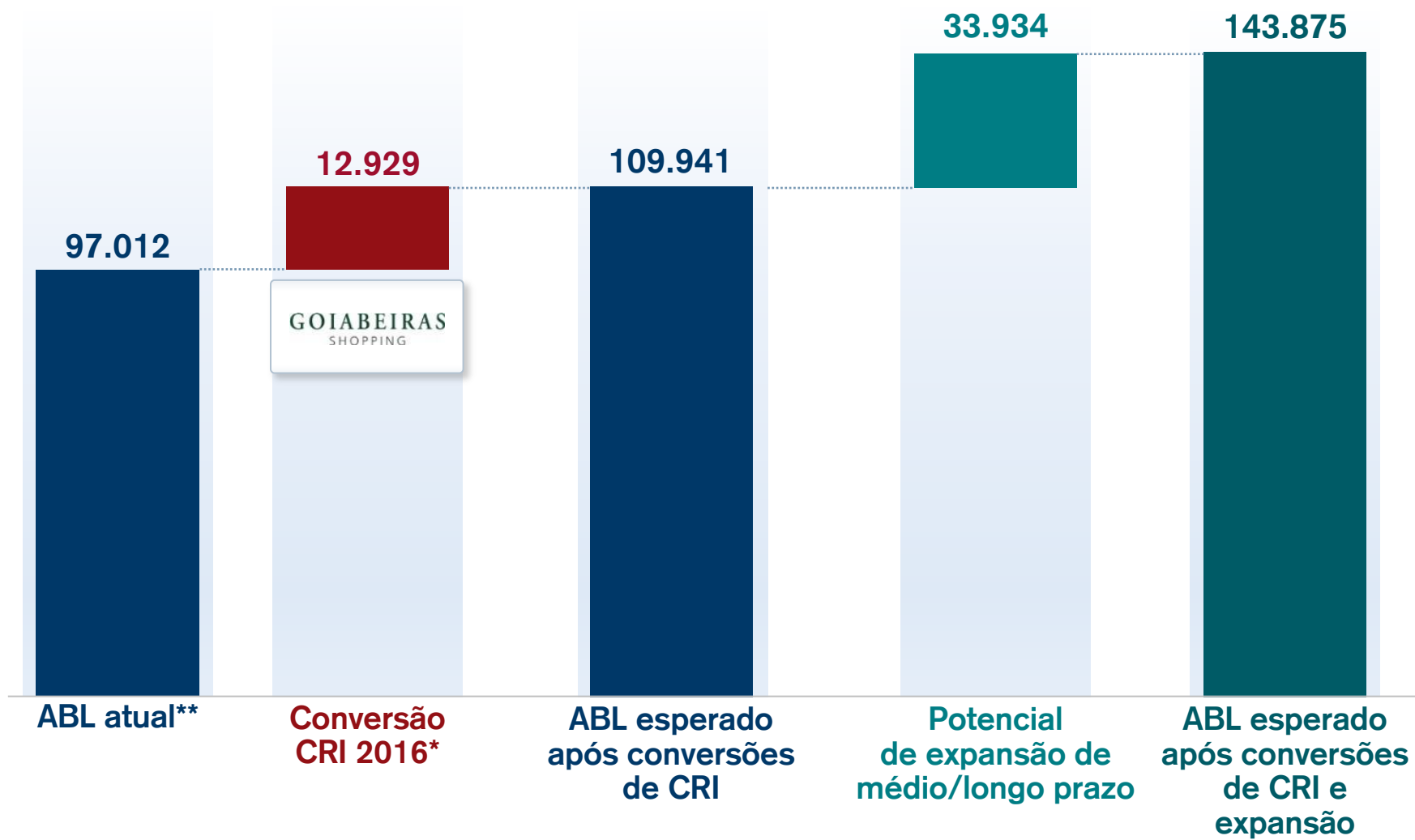


- Consolidação: anti-cíclico
- Expansão e desenvolvimento do terreno



- Modelo de negócio não consolidado
- Desenvolvimento econômico da região

# Evolução ABL Próprio (em m<sup>2</sup>)



## Valor dos Ativos Imobiliários por m<sup>2</sup> de ABL

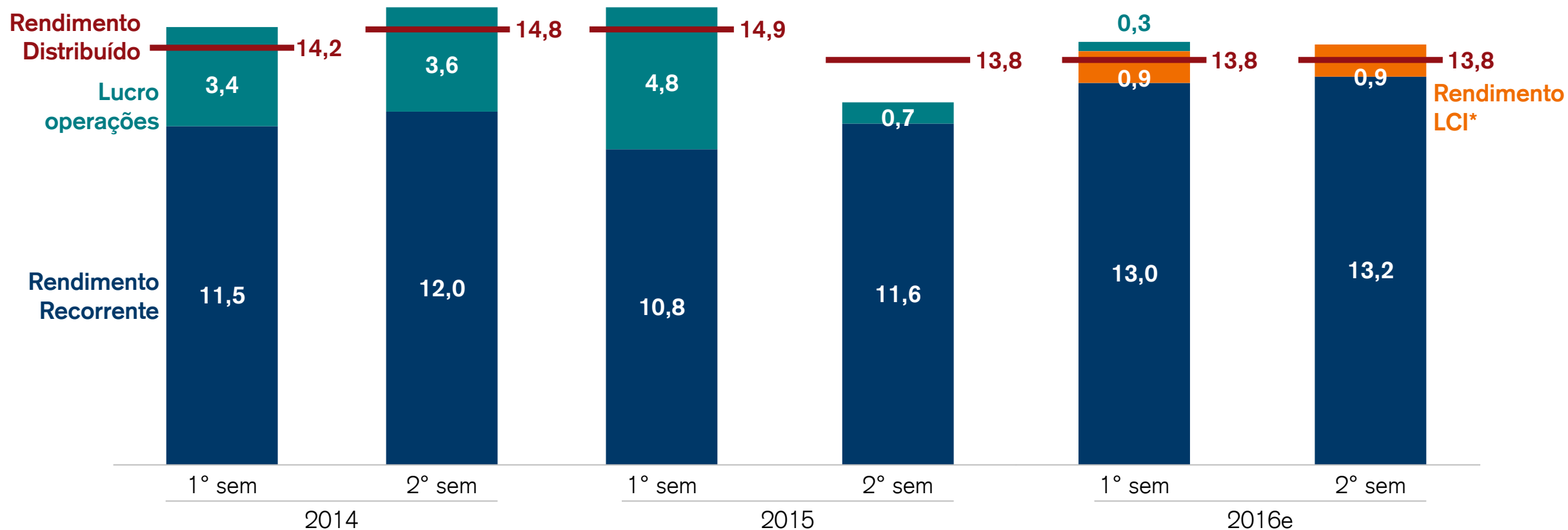
Valor patrimonial/m<sup>2</sup>  
R\$ 9.730/m<sup>2</sup>

-35%

Valor de mercado/m<sup>2</sup>  
R\$ 6.293/m<sup>2</sup>

\*Os CRI conversíveis são títulos de crédito lastreados em créditos imobiliários que poderão ser convertidos conforme respectivos termos de securitização.

# Gestão Ativa – Evolução do rendimento médio mensal por cota



**Resultado acumulado a distribuir:**  
aproximadamente  
**R\$ 17,5** por cota (mar/16)

**Impacto nos rendimentos passados:**  
Shopping Pq Dom Pedro,  
Via Parque e Tivoli

**Expansões/Consolidações:**  
**16%** da **ABL** própria inaugurada há menos de 3 anos (Tivoli, Pq Dom Pedro, Via Parque e I Fashion Outlet)

**Potencial de Longo Prazo:**  
futuras expansões:  
aproximadamente **34 mil m<sup>2</sup>** de ABL próprio

# Características Gerais e Termos

<b>Fundo</b>	CSHG Brasil Shopping FII
<b>Objetivo</b>	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.
<b>Público alvo</b>	Investidores em geral
<b>Taxa de Administração</b>	1,5% ao ano sobre valor de mercado de negociação em bolsa do Fundo.
<b>Taxa de performance</b>	Não há.
<b>Classificação Anbima</b>	FII Renda Gestão Ativa - Shoppings
<b>Gestor</b>	N/A
<b>Administrador</b>	Credit Suisse Hedging-Griffo Corretora de Valores S/A
<b>Custodiante</b>	Itaú Unibanco S/A

Este material foi preparado pela Credit Suisse Hedging-Griffo (“CSHG”) com base em informações públicas 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 e nem configura sugestão ou consultoria legal. Este material é meramente informativo, não considera objetivos de investimento, situação financeira ou necessidades individuais e particulares e não contém todas as informações que um investidor em potencial deve considerar ou analisar antes de investir. Recomendamos consulta a assessores de investimento e profissionais especializados para uma análise específica e personalizada antes de sua decisão sobre produtos e serviços. Os clientes devem consultar profissionais especializados e independentes para eventuais necessidades e questões relativas a aspectos jurídicos, tributários e de sucessão. O investimento em determinados ativos financeiros pode sujeitar o investidor a significativas perdas patrimoniais. Ao investidor cabe a responsabilidade de informar-se sobre todos os riscos e condições previamente à tomada de decisão sobre investimentos ou ativos e é recomendada a leitura cuidadosa dos prospectos e regulamentos antes de decidir sobre investimentos. Ao investidor caberá a decisão final, sob sua única e exclusiva responsabilidade, acerca dos investimentos mencionados neste material. 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. As informações, cenários, valores e taxas apresentadas são referentes às datas e condições indicadas no material, podem sofrer alteração e não serão atualizadas pela CSHG. A CSHG não garante ou declara, expressa ou implicitamente, que as informações contidas neste material são exatas, abrangentes, confiáveis ou livres de erros ou omissões. Dessa forma, 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, de qualquer mecanismo de seguro, ou ainda, do Fundo Garantidor de Crédito (FGC). A CSHG poderá estabelecer, a seu exclusivo critério, requisitos e procedimentos específicos para abertura de contas e acesso a produtos. Alguns produtos e ativos mencionados podem não estar disponíveis ou cotados nos preços esperados no momento da contratação ou investimento pelo investidor. Não há garantia de que as rentabilidades apresentadas serão atingidas. As previsões são baseadas em premissas, hipóteses e cenários, que podem não se concretizar ou sofrer alterações relevantes. As projeções eventualmente apresentadas refletem a rentabilidade do fundo e não dos cotistas. O investimento em fundos de investimento apresenta riscos para o investidor. Ainda que o gestor da carteira mantenha sistema de gerenciamento de riscos, não há garantia de completa eliminação da possibilidade de perdas para o fundo de investimento e para o investidor. As informações contidas nesta apresentação estão em consonância com os regulamentos dos fundos de investimento, porém não os substituem. É recomendada a leitura cuidadosa tanto do prospecto quanto do regulamento, com especial atenção para as cláusulas relativas ao objetivo e à política de investimento do fundo de investimento, bem como às disposições do prospecto que tratam dos fatores de risco a que este está exposto. A CSHG não garante a disponibilidade, liquidação da operação, liquidez, pagamento de juros, remuneração, retorno ou preço dos produtos e ativos mencionados neste material. Este material não pode ser copiado, reproduzido ou distribuído, total ou parcialmente, sem a expressa concordância da CSHG.