

16 de julho de 2014

Relatório de resultados do 1º trimestre de 2014

CSHG Brasil Shopping FII

Código de negociação: **HGBS11**

list.hgbs11@cshg.com.br



São Paulo, 16 de julho de 2014

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 hoje seus resultados referentes ao primeiro trimestre de 2014 (1T14). O fundo detém participação em 8 shoppings no Brasil, que totalizam mais de 356 mil m² de área bruta locável (ABL) e 70 mil m² de ABL próprio, distribuídos em sete cidades e quatro estados.

Destaques

- No primeiro trimestre de 2014, a **receita bruta** dos shoppings da carteira alcançou R\$15,6 milhões, crescendo 7% com relação ao mesmo trimestre do ano anterior.
- O **NOI** do Fundo totalizou R\$13,5 milhões no 1º trimestre do ano, um **crescimento** de **5%** sobre o NOI do mesmo período do ano anterior. O NOI mesma ABL também cresceu 5% neste mesmo período.
- O crescimento aluguel mesmas lojas (**SSR**) alcançou **7,49%** enquanto as vendas mesmas lojas (**SSS**) cresceram **6,32%** no ano. O crescimento, ainda em linha com a inflação, foi impactado pelo efeito sazonal da Páscoa que, no ano passado, ocorreu no primeiro trimestre e, neste ano, no segundo.
- A **taxa de ocupação** em ABL dos nossos shoppings finalizou o primeiro trimestre ano de 2014 em **98,3%**, e a **inadimplência mensal** em **1,6%**.
- O Fundo encerrou o trimestre com **537.492** cotas e **3.302** cotistas e com **valor de mercado R\$901,91** milhões.
- No fechamento do trimestre, o valor de mercado da cota do Fundo foi de **R\$1.678,00** e o seu valor patrimonial foi de **R\$2.083,80**.
- A administradora do Fundo informa que a Assembleia Geral Ordinária de cotistas realizada em 30/04/2014 deliberou favoravelmente à aprovação de contas do Fundo referentes ao exercício de 2013. As Demonstrações Financeiras auditadas e o Relatório de Administração encontram-se à disposição no [site](#) do Fundo.

Comentários da administradora sobre o 1º trimestre de 2014

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 dois ativos no seu portfólio

Panoramas econômicos

Macro

Panorama econômico

O Comitê de Política Monetária (Copom) elevou a taxa Selic para 10,75% a.a. ao longo do primeiro trimestre do ano, enfatizando a preocupação com o cenário de curto prazo, influenciada pelo elevado risco de instabilidade financeira global. O Comitê avalia ainda que a demanda agregada tende a se apresentar relativamente robusta, fator importante para decisões futuras sobre a política monetária visando assegurar a convergência tempestiva da inflação para a trajetória de metas. Mesmo com o aumento da taxa básica de juros, a pressão inflacionária ganhou força ao longo do trimestre e o IPCA fechou em 2,18%, patamar superior aos 1,94% do mesmo período do ano anterior. O PIB de 2013 fechou com uma expansão de 2,3%.

O dólar fechou o trimestre cotado a R\$ 2,2630, acumulando uma depreciação de 3,40% no período. Em janeiro, a paridade dólar-real se manteve elevada apresentando máxima de R\$ 2,4397 justificada principalmente por uma retomada da economia americana que permitiu uma redução de USD 10 bilhões sobre os estímulos econômicos dados pelo banco central americano (FED).

O Ibovespa fechou março cotado a 51.415 pontos, com uma desvalorização de 2,12% no trimestre. O destaque positivo foi o setor financeiro, que apresentou bons resultados no trimestre. Na contramão, um dos setores mais prejudicados foi o de petróleo, visto a desvalorização dos papéis da Petrobras que ainda sofrem com a defasagem de preços dos combustíveis no país. Destaque negativo também para os setores de mineração e siderurgia, afetados principalmente pelos temores do mercado em relação à China, com expectativa de desaquecimento econômico, que afetou as estimativas dos preços do minério de ferro no mercado internacional.

Para 2014, as perspectivas para economia global são mais promissoras, mesmo que ainda não tão robustas. Nos EUA, a economia segue se recuperando, com taxa de desemprego em 6,6% e com o endividamento das famílias em patamares estáveis. A zona do Euro também apresenta sinais de recuperação. Mesmo sofrendo com dificuldades nos ajustes fiscais devido a questões políticas, países como Espanha já esboçam reação, apresentando crescimento moderado no 4T13.

A China, antes muito focada em investimentos de infraestrutura, observou um aumento no incentivo ao consumo interno. Por ser uma economia planejada e de processo decisório centralizado, em momentos como esse o país costuma passar por reformas estruturais. Segundo o primeiro-ministro do país, Li Keqiang, a expectativa é de que a meta da taxa de crescimento do país de 7,5% será cumprida, indicando uma desaceleração.

Fontes: Copom / Ibovespa / Reuters

Micro

O mercado de fundos de investimento imobiliário (FII) e de shopping centers

Segundo relatório publicado pela Uqbar, o primeiro trimestre de 2014 apresentou rentabilidade efetiva média entre as 73 diferentes cotas de Fundos de Investimento Imobiliários (FII) que foram negociadas no mercado secundário da BM&FBovespa de 4,7% negativos, apresentando melhora no setor, em relação aos 8,1% negativos referentes ao final do primeiro bimestre. A rentabilidade efetiva resulta da soma dos componentes da distribuição de rendimentos e na variação do preço das cotas.

Segundo reportagem do Valor Econômico publicada no dia 27 de junho de 2014, o mercado de shopping centers começa a sentir a "nuvem" de incertezas que paira sobre o país. Considerado como um dos setores mais resilientes a crises, foi atingido por fatores como aumento da inflação, diminuição do poder de compra do trabalhador, maior endividamento das famílias, PIB fraco e escassez de crédito.

A cautela do mercado vem desde 2013, mas entrou mais forte em 2014, fazendo as redes de varejo se tornarem mais seletivas e exigentes sobre como, quando e onde investir, refletindo um cenário menos favorável à expansão observada nos anos de 2011 e 2012. Mesmo assim, o resultado ainda é muito superior à expectativa de crescimento do PIB que segundo último relatório Focus de 27 de junho de 2014 tem valor de 1,1%. A previsão é de aumento nas vendas nos shoppings de 8,6% no final deste ano, semelhante ao registrado em 2013. Descontada a inflação, o número cai para 2,73% de incremento, menos do que o varejo como um todo - de 4,28%.

Segundo a Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasca), só neste ano, serão abertos 38 novos shopping que irão se somar aos 502 já existentes em todo o país. Sete já foram inaugurados. Para 2015, outros 24 projetos foram anunciados. Mas o que se observa é que os preços médios dos aluguéis desses espaços caem em algumas regiões e sobem em outras, pressionados pela demanda de determinadas praças. Os números do setor já refletem este aumento da oferta: um crescimento de 25% da Área Bruta Locável (ABL) de 2011 para 2013, comparado com um crescimento real, descontado por inflação, de apenas 7% no faturamento do setor. A vacância, que em 2010 rodava em torno de 2,2%, hoje está em 3,8%, com tendência de alta nos novos estabelecimentos.

Para os especialistas são necessários três Natais para comprovar o sucesso de um centro comercial. Porém, muitos já falam em certa saturação nos mercados como Sorocaba, Ribeirão Preto e Alphaville, em São Paulo. Mas, para Luiz Fernando Veiga, presidente da Abrasca, essa é só mais uma das infinitas experiências que o setor está acostumado a atravessar. "A indústria de shopping existe há 40 anos. Já passamos por muitas crises e sobrevivemos muito bem. Enxergamos um potencial de mercado enorme", afirma.

De fato, se comparado o tamanho do setor no Brasil ao de outros países, uma perspectiva diferente se desenha. "O Brasil tem 65 m² de ABL para cada 1.000 habitantes. Com as inaugurações previstas até 2015 essa proporção subirá para 71 m²/1.000 habitantes. Para efeito de comparação, os EUA possuem 2,2 mil m² por habitante, a Espanha 309, o Reino Unido 261, o Chile 175 e o México, 104", informa Luiz Marinho, sócio-diretor da GS&BW, consultoria especializada em varejo. Marinho alerta que o crescimento mais lento está se dando só nos novos empreendimentos e em algumas regiões. Ele observa que as marcas internacionais não param de desembarcar no Brasil. "O que falta é uma melhor organização das franquias e a volta do investidor institucional. Muitos abandonaram seus planos de entrar no país por conta da economia fraca, mas voltarão assim que o Brasil sinalizar recuperação de fôlego", analisa Marinho.

Ainda segundo a reportagem do Valor citada acima, para empreendedores mais experientes, as apostas são duas. Expansão para o interior dos grandes Estados, em cidades com mais de 400 mil habitantes, e para as periferias das metrópoles, de preferência em projetos integrados ou próximos ao metrô.

Fontes: Valor / Abrasca / Uqbar / Fundação Getúlio Vargas (FGV) / Bacen

Resultado do Período

Resultado Financeiro

A receita imobiliária totalizou, no primeiro trimestre de 2014, mais de R\$ 28 milhões, apresentando um crescimento de 8,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Com a queda de 18,4% nas despesas, o resultado do Fundo apresentou um crescimento de 13,8% maior com relação ao mesmo período do ano anterior.

No 1º trimestre de 2014, o Fundo distribuiu como rendimento médio mensal o valor de R\$ 13,77 por cota, o que representa crescimento de 2% em relação ao mesmo período de 2013.

	1T14	1T13	%	3M14	3M13	%
Receita Imobiliária	28.081.093	25.793.808	8,9%	28.081.093	25.793.808	8,9%
Renda	16.414.702	15.414.350	6,5%	16.414.702	15.414.350	6,5%
CRI (convertíveis)	6.279.277	5.418.176	15,9%	6.279.277	5.418.176	15,9%
Lucro Operações	5.387.114	4.961.282	8,6%	5.387.114	4.961.282	8,6%
Receita Financeira	2.327.246	2.098.058	10,9%	2.327.246	2.098.058	10,9%
Renda Fixa	405.423	614.180	-34,0%	405.423	614.180	-34,0%
CRI (não convertíveis)	1.431.379	1.412.972	1,3%	1.431.379	1.412.972	1,3%
LCI	490.444	70.905	591,7%	490.444	70.905	591,7%
Total de Receitas	30.408.340	27.891.866	9,0%	30.408.340	27.891.866	9,0%
Total de Despesas	(3.395.932)	(4.160.230)	-18,4%	(3.395.932)	(4.160.230)	-18,4%
Resultado	27.012.408	23.731.636	13,8%	27.012.408	23.731.636	13,8%
Rendimento	22.198.420	21.121.358	5,1%	22.198.420	21.121.358	5,1%
Médio / Cota	13,77	13,50	2,0%	13,77	13,50	2,0%

Performance Operacional

	1T14	1T13	%	3M14	3M13	%
ABL Total*	356.602 m²	338.430 m²	5,4%	356.602 m²	338.430 m²	5,4%
ABL Próprio*	69.479 m²	71.332 m²	-2,6%	69.479 m²	71.332 m²	-2,6%
NOI (R\$)	13.448.285	12.802.499	5,0%	13.448.285	12.802.499	5,0%
NOI/m ² (R\$/m ²)	194	179	7,8%	194	179	7,8%
Vendas Totais/m ² (R\$/m ²)	2.686	2.461	9,1%	2.686	2.461	9,1%
Aluguel Total/m ² (R\$/m ²)	169	156	8,2%	169	156	8,2%
Custo de Ocupação Lojistas (média)	10,65%	10,93%	-0,3%	10,65%	10,93%	-0,3%
Vacância (ABL) (média)	2,53%	2,25%	0,3%	2,53%	2,25%	0,3%
Taxa de Cobrança Mensal (média)	98,02%	98,05%	0,0%	98,02%	98,05%	0,0%
SSS			6,3%			6,3%
SSR			7,5%			7,5%

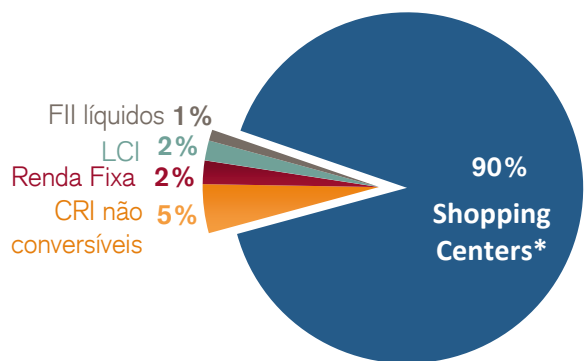
*ABL atual pode variar devido a reservas técnicas, além de expansões e aquisições / Valores de CRI convertíveis são considerados apenas no cálculo da ABL total.

Alocação Patrimonial da Carteira

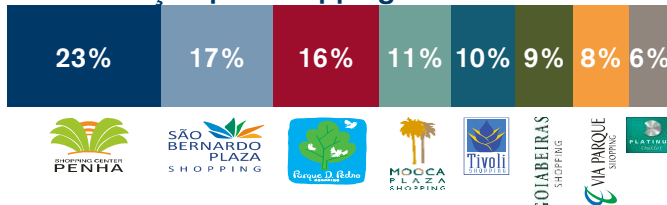
Do patrimônio do Fundo, 90% estão alocados em ativos alvo e 10% em Fundos de Investimento Imobiliário Líquidos (FII), Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI), Letras de Crédito Imobiliário (LCI) e outros ativos de renda fixa.

Investimento por classe de ativo (% do Ativo)

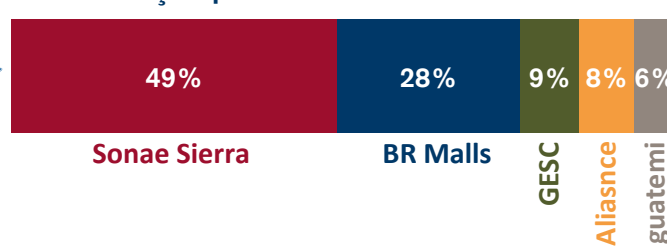
Investimentos



Diversificação por Shoppings**



Diversificação por Administradoras**



*Inclui FIIs ilíquidos e CRIs conversíveis. **Inclui valores dos CRI conversíveis.

Fontes: CSHG / Itaú

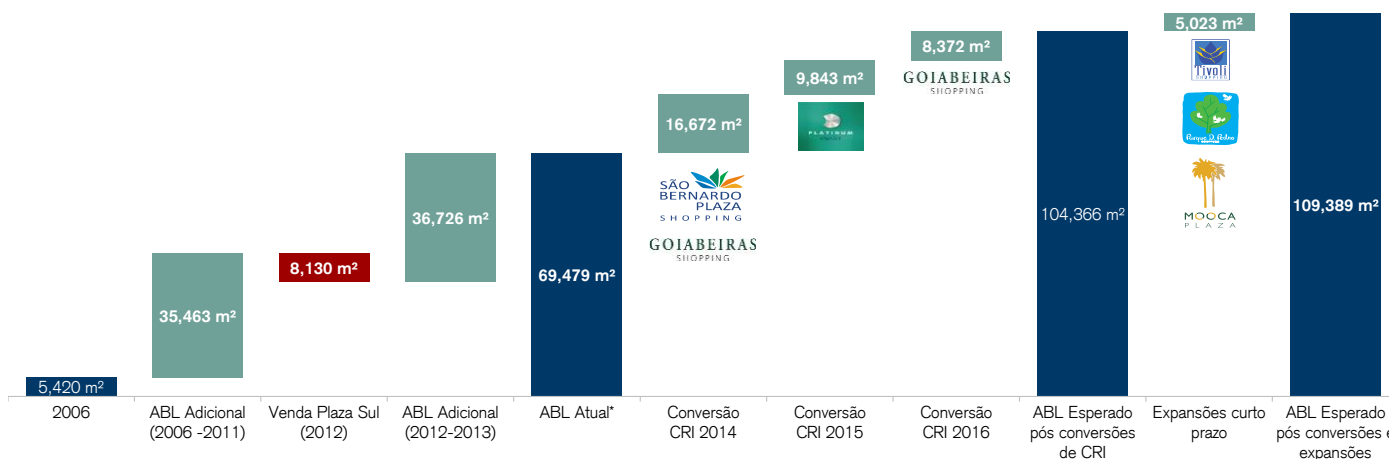
Principais Indicadores

Evolução da Área Bruta Locável (ABL)

O Fundo encerrou o ano com investimento em **oito Shopping Centers**, distribuídos em sete cidades e quatro estados, que totalizam mais de 357 mil m² de Área Bruta Locável (ABL). Atualmente, a **ABL própria*** da carteira contempla investimentos diretos e via FII somando 69,5 mil m².

Ao final de 2016, assumindo as conversões dos CRI dos shoppings Goiabeiras, São Bernardo Plaza Shopping e Platinum Outlet, e com as expansões dos ativos Tivoli Shopping, Shopping Parque D. Pedro e Mooça Plaza Shopping, que têm previsões de inauguração para os próximos 2 anos, a ABL própria poderá atingir até **109,4 mil m²**.

Crescimento da ABL própria (m²)



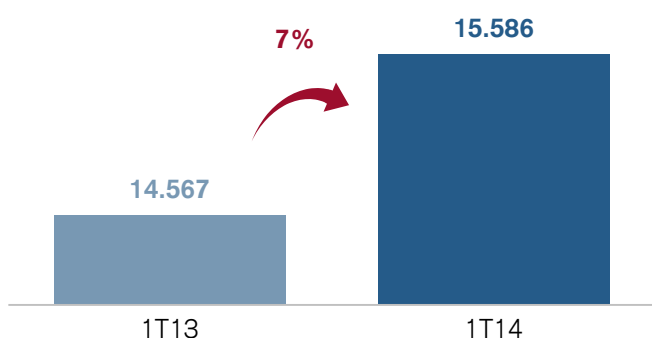
*ABL atual pode variar devido a reservas técnicas, além de expansões e aquisições / ABL próprio do Shopping Goiabeiras estimado em função do percentual de conversão do CRI.

Fontes: CSHG / Itaú / administradoras dos empreendimentos

Receita Bruta

Considerando apenas a participação direta em shopping centers, a receita bruta no 1T14 totalizou R\$15,6 milhões, apresentando um crescimento de 7% em relação ao mesmo período no ano anterior. O crescimento, apesar de acima da inflação, foi impactado pelo efeito sazonal da Páscoa, que no ano passado ocorreu no primeiro trimestre e, neste ano, no segundo.

Evolução da Receita Bruta (R\$ mil)



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

Aluguel Mínimo

Observou-se um aumento de R\$650 mil, ou 6,3% em relação ao primeiro trimestre do ano anterior na receita de aluguel mínimo.

Aluguel Percentual

A receita de aluguel percentual totalizou R\$820 mil no 1º trimestre do ano de 2014, um decréscimo de 6,2% com relação ao mesmo período do ano de 2013, explicado principalmente pelo efeito sazonal da Páscoa, que no ano passado ocorreu no primeiro trimestre e, neste ano, no segundo.

Abertura da Receita Bruta (R\$ mil)

	1T14	1T13	%
Aluguel Mínimo	10.931	10.280	6,3%
Aluguel Percentual	820	874	-6,2%
Mall & Mídia	1.195	820	45,7%
Receita Líquida de Estacionamento	2.080	1.960	6,1%
Receita Comercial (CDU)	275	455	-39,5%
Outras Receitas	285	179	59,4%

Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

Receita Comercial (CDU)

A taxa de cessão totalizou R\$275 mil até março de 2014, um decréscimo de 40%, comparado ao mesmo período do ano anterior. Esta queda é explicada pelo grande número de contratos com lojistas assinados em 2013 devido às inaugurações de alguns ativos, como Mooca e São Bernardo. Com a maturação destes ativos, esta receita tende a diminuir.

Mall & Mídia

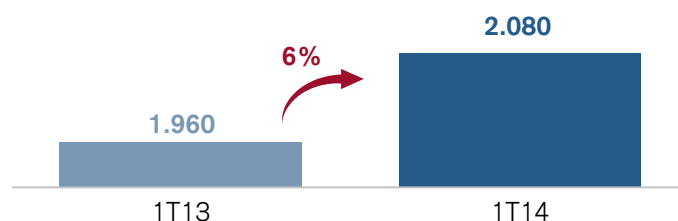
Foi registrada uma receita de R\$285 mil no período analisado, valor 59% superior ao apresentado no mesmo período de 2013. Esta é a linha de receita que apresenta um dos maiores crescimentos, mostrando o potencial dos empreendimentos na exploração de receitas provenientes de contratos temporários (quiosques temporários, *carts*, *merchandising* e eventos)

Receita Líquida de Estacionamento

A receita líquida de estacionamento foi de R\$2,1 milhões no primeiro trimestre de 2014, um aumento de 6,12% em relação ao primeiro trimestre de 2013.

Os crescimentos mais significativos foram dos shoppings inaugurados nos últimos 3 anos, que ainda estão em fase de maturação, como Mooca Plaza Shopping e São Bernardo Plaza Shopping.

Evolução NOI estacionamento R\$ (mil)



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

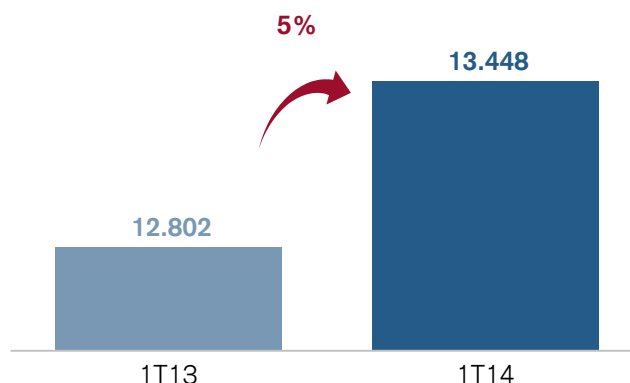
Receita Operacional Líquida (NOI)

A receita operacional líquida do Fundo foi de R\$13,5 milhões no primeiro trimestre do ano de 2014, um aumento de 5,3% com relação ao mesmo período de 2013.

Os crescimentos mais significativos foram dos shoppings inaugurados nos últimos 3 anos, que ainda estão em fase de maturação, como Mooca Plaza Shopping e São Bernardo Plaza Shopping.

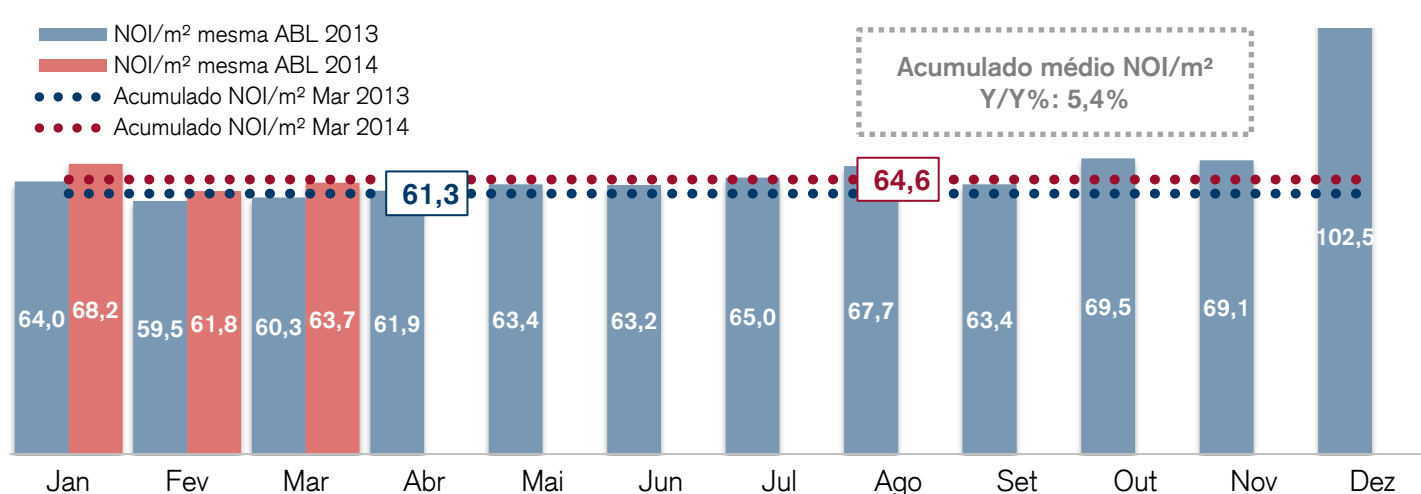
O gráfico abaixo apresenta a evolução do NOI/m², considerando a mesma participação do Fundo nos ativos, dentro do período analisado. Ou seja, não há efeitos de aquisições e/ou aumento de participações. Este indicador no 1º trimestre de 2014 apresentou crescimento de 5,4%, com relação ao mesmo período do ano anterior. Vale ressaltar que não está sendo considerada em nenhum dos trimestres áreas dos shoppings Tivoli e Via Parque que tiveram interferência devido às expansões.

Evolução NOI (R\$ mil)



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

Evolução do NOI/m² 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. Fontes: CSHG / Itaú / administradoras dos empreendimentos

Indicadores divulgados pelas empresas abertas (R\$ milhões para 100% dos shopping centers)

	NOI 1T2014	Vendas 1T2014
Tivoli Shopping Center*	3.101	46.706
Shopping Center Penha*	5.376	92.000
Mooca Plaza Shopping**	9.946	110.359
Shopping Parque Dom Pedro	Não informado	308.331
	Receita Bruta 1T2014	Receita de Locação 1T2014
Via Parque Shopping	11.811	8.121

*NOI líquido de taxas de administração e comercialização.

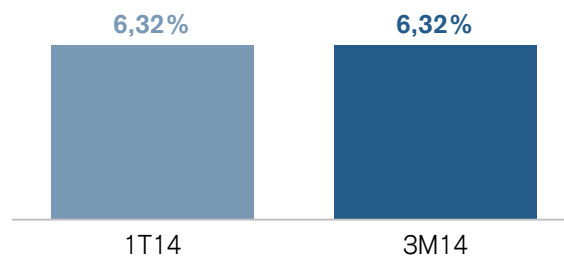
**Administradora do Mooca Plaza Shopping divulga o NOI considerando efeitos de linearização da receita comercial (CDU) e sem considerar taxas de administração e comercialização

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)

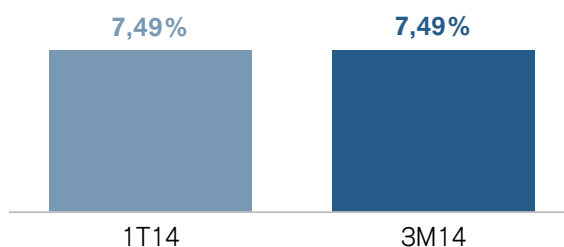
A média das vendas mesmas lojas dos ativos da carteira apresentou um crescimento de **6,32%** nos primeiros três meses do ano. O indicador compara as vendas declaradas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e no mesmo período do ano anterior. Destaque para os ativos Mooca e São Bernardo Plaza, que apresentaram um ótimo crescimento em vendas registrando vendas mesmas lojas de 17,1% e 19,8%, respectivamente. Mesmo com o efeito sazonal da Páscoa, que neste ano ocorreu em abril, o número indica que os empreendimentos da carteira do Fundo apresentam crescimento contínuo e acima da inflação.



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

Aluguel Mesmas Lojas (SSR)

A média dos aluguéis mesmas lojas dos ativos da carteira apresentou um crescimento no primeiro trimestre de **7,49%** com relação ao mesmo período do ano anterior. O indicador compara os aluguéis das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e no mesmo período do ano anterior. Além do efeito sazonal da páscoa, o número reflete o aumento de descontos em aluguéis que alguns shoppings tiveram que conceder aos lojistas, principalmente para evitar aumento de vacância nos empreendimentos dado o momento de desaceleração da economia brasileira.

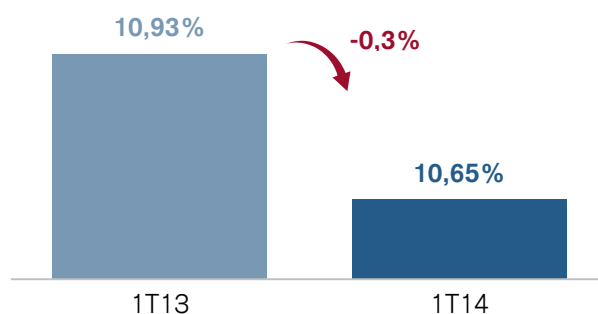


Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

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 1º trimestre de 2014, estes custos tiveram uma representatividade média de 10,65% das vendas dos lojistas.

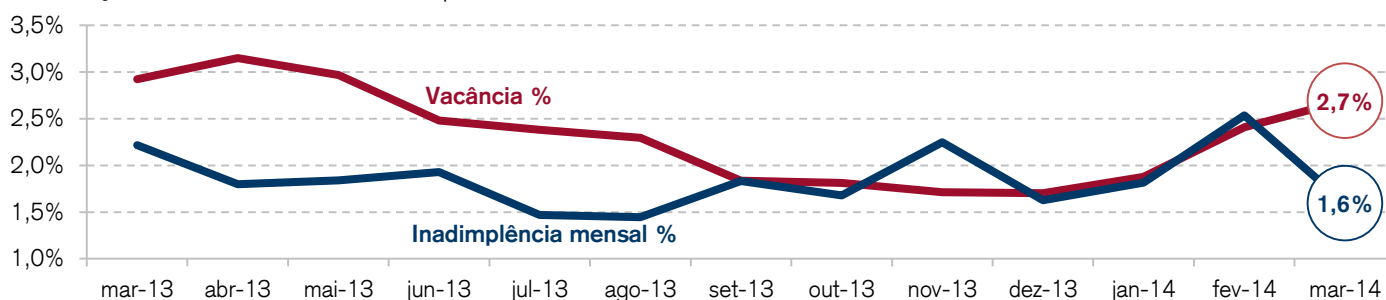
O maior desafio que as administradoras dos shoppings da carteira enfrentam hoje é a redução dos custos comuns dos lojistas para substituição por um incremento no aluguel, mantendo o lojista saudável e beneficiando as receitas do Fundo.



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

Evolução da Vacância e Inadimplência

Em março de 2014, fechamos a inadimplência mensal em 1,6% e a vacância (ABL) em 2,7%.



Fontes: CSHG / administradoras dos empreendimentos

Expansões e revitalizações

Tivoli Shopping

Em 11 de março de 2014, o Tivoli Shopping anunciou o investimento de **R\$ 23 milhões** na **expansão** e na **revitalização** do empreendimento. O local, que passará a ter um total de **23,8 mil m² de ABL** (Área Bruta Locável), ganhará mais 47 operações, com destaque para quatro novas âncoras, seis lojas de fast food, uma agência dos Correios e dois restaurantes. O Shopping crescerá em 33% no número de operações, passando a oferecer 189 lojas para seus clientes. As obras terão início no final de abril e a previsão de inauguração é para **março de 2015**, quando o empreendimento deverá oferecer mais 350 novos empregos diretos.



Além da ampliação da área de lojas, o projeto prevê uma **reformulação total da fachada** do prédio. Serão utilizados novos materiais, texturas e cores, para conferir maior leveza ao conjunto edificado e integrar melhor o prédio. Sendo assim, a atual entrada A será substituída por um novo pórtico de entrada, com dimensão e escala proporcionais ao novo prédio. Em frente, estará localizado o Boulevard (uma praça), com pé direito elevado e com uma grande intensidade de luz natural.

Algumas medidas foram tomadas para tornar o **shopping ainda mais confortável e sustentável**. A cobertura, feita de telhas com isolamento térmico e acústico, além do conforto, possibilita uma redução na utilização dos sistemas de refrigeração de corredores e lojas, proporcionando uma economia significativa de energia. A utilização de iluminação natural e indireta nos corredores confere uma iluminação ambiente agradável e, também, uma maior economia de energia.



O **Fundo** possui **59% de participação** no empreendimento, e com a expansão passará a ter aproximadamente **14 mil m²** em ABL próprio. O Shopping Tivoli, inaugurado em 1998, é administrado pela Sonae Sierra Brasil. Localiza-se na Avenida Santa Bárbara, 777, Santa Bárbara D' Oeste, Estado de São Paulo.

Perspectivas ilustrativas

Shopping Parque Dom Pedro

Em 01 de abril de 2014, o BTG PACTUAL Serviços Financeiros S.A. DTVM ("BTG"), na qualidade de administradora do Fundo de Investimento Imobiliário - **FII Shopping Parque Dom Pedro (PQDP)**, divulgou aos seus cotistas e ao mercado **expansão e revitalização** do Shopping Parque Dom Pedro, visando um aumento do fluxo de pessoas e melhor exploração dos espaços, com melhores acessos, novos restaurantes e novas lojas âncoras. Segundo o BTG, o custo estimado inicialmente para as obras de revitalização é de R\$ 51 milhões, sendo que R\$ 46 milhões serão pagos em 2014 e R\$ 5 milhões em 2015.



Esta primeira fase contempla as seguintes melhorias: **cobertura da Alameda Parque D. Pedro**, cobrindo com *skylights* e climatizando a área, que hoje é um *open mall*; reforma da área dos **restaurantes**; redefinição do atual layout, no corredor de móveis, para acomodar duas **lojas âncoras** e criação de um *drop-off* para a **academia**; reforma dos **banheiros** do shopping e fraldários; *fit-out* para uma **sala IMAX**; melhorias nos acessos ao shopping do **estacionamento**.

A segunda fase se trata de um projeto de **expansão** de uma área de aproximadamente 1.487 m², que consiste em uma nova entrada do Shopping, que será uma **extensão da cobertura** da

Alameda Parque D. Pedro, e terá um aumento de **ABL de 1.141 m²**. Essa expansão deverá ser objeto de deliberação em Assembléia do Fundo PQDP, e o custo previsto é de R\$ 8 milhões. Este valor não está previsto no valor das obras de revitalização acima indicados.

Ainda, o BTG ressaltou que os valores acima apresentados e a relação das obras a serem promovidas no Shopping são meras estimativas realizadas com base em projeções futuras e, portanto, sujeitos à variações decorrentes de eventos diversos.

A Administradora do **CSHG Brasil Shopping FII** trabalha ativamente para que a retenção de rendimentos para realização das obras acima anunciadas não impacte a distribuição de rendimentos aos seus cotistas. O **Fundo** possui **10,6684% de participação** no empreendimento via cotas de FII e, após os investimentos apresentados, passará a ter aproximadamente **13.360 m²** de ABL próprio. O Shopping Parque Dom Pedro, inaugurado em 2002, é administrado pela Sonae Sierra Brasil e localiza-se na Av. Guilherme Campos, 500 em Campinas, Estado de São Paulo.



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 m² 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.

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, a ser pago 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.

Algumas características importantes do portfólio do Fundo estão sendo trabalhadas para evitar possíveis impactos nos rendimentos distribuídos após junho-15, mês do último recebimento do lucro desta operação. Atualmente, parcela significativa da carteira está em fase de **consolidação**, sendo 39% da ABL própria inaugurada há menos de 3 anos, e aproximadamente 35 mil m² de **potencial de expansão** em ABL próprio. Adicionalmente, o Fundo possui aproximadamente R\$10 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.

Mercado Secundário

O Fundo possui **537.492 cotas** e fechou o 1º trimestre de 2014 com valor de mercado em R\$901,91 milhões.

Adicionalmente, as cotas do Fundo encerraram o trimestre com uma desvalorização de 15,5% com relação ao fechamento do 1º trimestre de 2013, considerado o valor da cota e os rendimentos distribuídos nestes 12 meses. No mesmo período, o IFIX desvalorizou 15,2%.

Considerando a cota de fechamento de março-14 em R\$1.678,00 e os últimos doze rendimentos distribuídos o Fundo apresenta um *yield* anual de 9,9%.

O volume financeiro negociado nos últimos 12 meses, considerando o fechamento do 1º trimestre, foi de aproximadamente R\$241 milhões, com giro de 24,5% (em % do total de cotas).



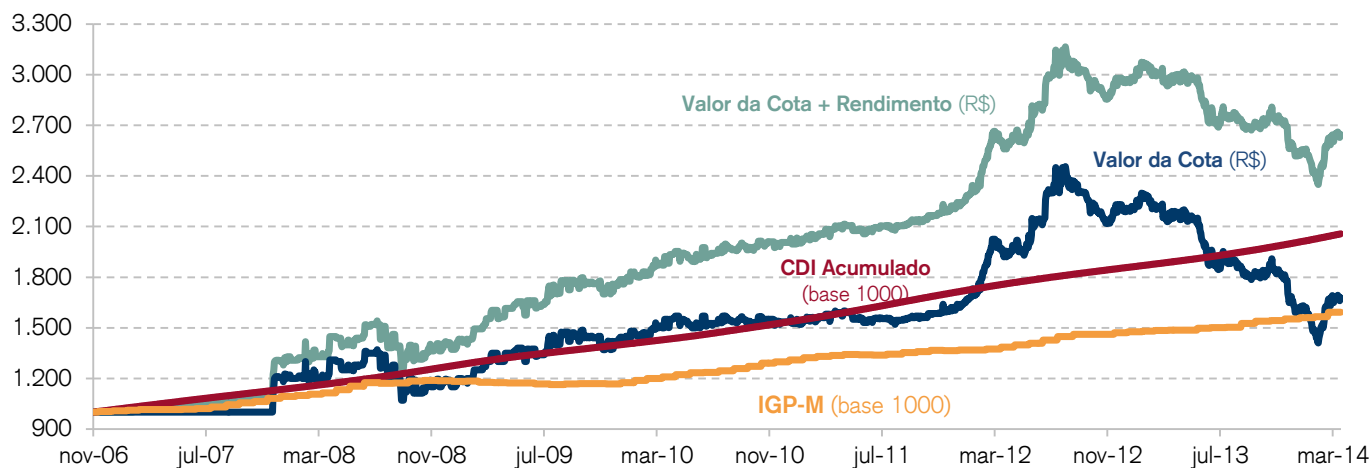
Fonte: CSHG / BM&FBovespa

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 do mês foi de R\$1.678,00.
























CSHG Brasil Shopping FII	Início	Ano	Mercado 12 meses	Trimestre
Data	21-nov-06	31-dez-13	28-mar-13	31-dez-13
Valor Referência (R\$)	1.000	1.619	2.180	1.619
Renda Acumulada	96,8%	2,5%	7,5%	2,5%
Venda (R\$)	1.678	1.678	1.678	1.678
Ganho de Capital Líq.	54,2%	2,9%	-23,0%	2,9%
TIR Líq. (Renda + Venda)	229,1%	5,5%	-16,1%	5,5%
TIR Líq. (Renda + Venda) a.a.	17,6%	25,0%	-16,1%	25,0%
Retorno em % CDI Líquido	255%	267%	-212%	267%

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



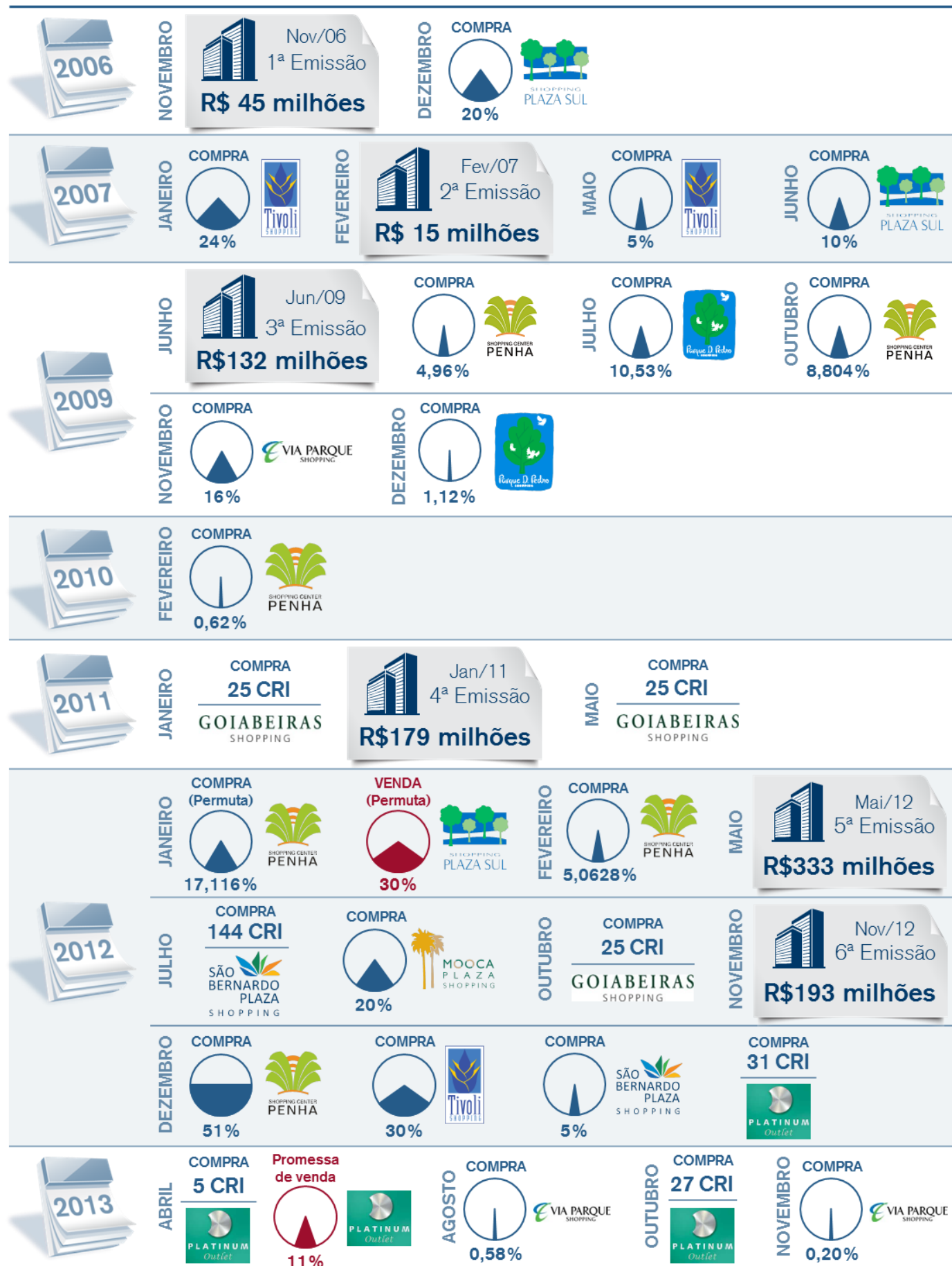
Fonte: CSHG / BM&FBovespa / Cetip / FGV

Nossos Shoppings

Portfólio	Localização	Inauguração	ABL total (m ²)	% HGBS	ABL próprio (m ²)	Veículo	Administradora
 Tivoli Shopping Center	 Sta Bárbara d'Oeste SP	1998	18.082	 59%	10.668	Direto	Sonae Sierra
 Shopping Center Penha	 São Paulo SP	1992	29.766	 87,56%	26.064	Direto	Sonae Sierra
 Shopping Parque D. Pedro	 Campinas SP	2002	124.082	 10,67%	13.238	FII	Sonae Sierra
 Goiabearas Shopping	 Cuiabá MT	1993	26.129	CRI pós fixada	N/A	CRI conversível	GESC
 Via Parque Shopping	 Rio de Janeiro RJ	1989	53.814	 16,71%	8.990	FII	Aliansce
 Mooca Plaza Shopping	 São Paulo SP	2011	41.944	 20%	8.389	Direto	BRMalls
 São Bernardo Plaza Shopping	 São Bernardo do Campo SP	Nov/12	42.685	 5% + CRI (30%)	2.134*	Direto e CRI conversível	BRMalls
 Platinum Outlet	 Novo Hamburgo RS	Set/13	20.087	 CRI (49%)	N/A	CRI conversível	Iguatemi

*ABL próprio do São Bernardo Plaza Shopping refere-se apenas aos 5% de participação direta
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