

Relatório Gerencial

Julho/2021

SHPH11

FII Shopping Pátio Higienópolis

RIO BRAVO – ESTRATÉGIAS – JULHO 2021

DENTRO DO “NOVO NORMAL”

Ainda é alto o nível de desemprego, e a atividade econômica experimentou uma recuperação que parece estar encontrando seus limites. Seja por conta de problemas pelo lado da oferta, quando etapas da cadeia produtiva ficaram comprometidas por problemas gerados pela pandemia, seja pelo fato de que voltaram a crescer as infecções a partir da “variante delta”, o que pode prolongar ainda mais as medidas de flexibilização. Parece se elevar a ansiedade com relação ao crescimento no restante do ano de 2022.

A ansiedade com a inflação também se elevou, mesmo com o Banco Central do Brasil prosseguindo com as elevações da Selic ao ritmo de 0,75% por reunião, ou mantida a premissa de que a trajetória dos juros é para cima. Julho não teve reunião do COPOM – o prazo entre reuniões é de 45 dias, a próxima é no começo de agosto. O FED também não alterou seu *mix* de políticas de resposta à pandemia a despeito dos indícios de aceleração da inflação. Prevalece um “excesso de liquidez” destinado a recuperar a atividade econômica, nos EUA como no Brasil, com implicações em alguns ativos mais sensíveis.

Não obstante, a disseminação da “variante delta” mesmo em países com altas taxas de vacinação trouxe dúvidas sobre a extensão da normalização na atividade “pós-Covid”, e sobre a recuperação global que já se desenhava. As novas “ondas” de novas variantes enfraquecem a noção de um “pós-covid” muito próximo da normalidade anterior. Voltam as ansiedades sobre o “novo normal”, ou sobre como “conviver” com sucessivas ondas de Covid, incidindo sobre populações já vacinadas e que talvez tenham que se acostumar com revacinações periódicas.

No mês de julho, prossegui o enredo em torno do “pacote tributário”, de que tratamos com algum detalhe nesse espaço, em nossa edição anterior. O assunto está longe do fim, a situação é dinâmica, pois o projeto acabou sem ser votado antes do recesso parlamentar, conforme prometido inclusive pelo presidente da Câmara, Arthur Lira, e as alterações sobre as alterações vão se acumulando.

Definitivamente, o “pacote” não teve boa acolhida, e seu único efeito palpável até agora foi sobre o *status* do ministro Guedes, que perdeu poderes nesse trajeto, poderes do tamanho de um ministério inteiro, o do Trabalho, recriado, como se descreve mais abaixo.

[Clique aqui](#) e acesse a Carta Estratégias na íntegra para ler o texto completo de **Gustavo Franco**, Chief Strategy Officer da Rio Bravo.

INVESTIMENTOS IMOBILIÁRIOS

Chegou o momento do retorno presencial aos escritórios?

Com praticamente 50% da população brasileira já parcialmente imunizada (pelo menos a primeira dose da vacina) e diante da perspectiva cada vez mais próxima de imunização total da população ativa, a pergunta que ressurgiu é a seguinte: chegou o momento de voltar a trabalhar presencialmente nos escritórios? Este retorno será de maneira *full time* ou será um modelo híbrido? Ou ainda: será melhor aguardar um pouco mais em *home office* para o retorno ao ambiente corporativo?

No início da pandemia, o “novo normal” era, sem dúvida, o *home office*. Algumas empresas declararam na grande mídia e nas redes sociais que não voltariam mais aos escritórios e que seus funcionários permaneceriam em casa, com segurança e infraestrutura para o desenvolvimento do seu trabalho. Após mais de 17 meses de pandemia, as empresas “descobriram” que o *home office* no modelo pensado inicialmente foi excelente, porém somente por um determinado período.

As duas partes envolvidas no relacionamento corporativo começaram a perceber que algumas questões do *home office* estavam começando a incomodar:

Para os funcionários, (i) a falta de convivência com os colegas (se sentir isolado), (ii) permanecer o tempo todo em casa, muitas vezes driblando barulhos, latidos, choros e gritos em momentos de reunião; (iii) estafa mental pela quantidade de horas trabalhadas, incluindo o número de reuniões diárias (antigamente uma ligação e/ou e-mail resolvia a maioria dos assuntos); (iv) a “disponibilidade permanente” que avança em muito as horas de trabalho, dentre outras dificuldades.

Para as empresas, outras questões começaram a surgir e fizeram com que o debate do retorno voltasse a ser discutido: (i) redução do engajamento; (ii) piora da comunicação interna e letargia na tomada de decisão – por mais que hoje existam inúmeras ferramentas de comunicação à disposição de todos, nada como estar no mesmo ambiente para que eventuais dúvidas sejam sanadas rapidamente; (iii) a cultura, a história e os valores da empresa não estão sendo tão propagados como deveriam; (iv) redução da criatividade dos funcionários; e (v) dificuldade de integrar e inserir os funcionários mais jovens na cultura da empresa e na rotina de aprendizado do seu trabalho.

[Clique aqui](#) e acesse a Carta Estratégias na íntegra para ler o texto completo de **Anita Scal**, Diretora de Investimentos Imobiliários da Rio Bravo

OBJETIVO E POLÍTICA DO FUNDO

O FII Shopping Pátio Higienópolis tem por objetivo a exploração comercial do Shopping Pátio Higienópolis, no qual possui participação de 25,6775% no empreendimento. A parcela do patrimônio do Fundo não aplicada nos Ativos Imobiliários poderá ser aplicada em ativos de renda fixa, públicos ou privados, incluindo, sem limitação:

- (i) títulos públicos federais,
- (ii) operações compromissadas lastreadas nesses títulos, e
- (iii) títulos de emissão ou coobrigação de instituição financeira, incluindo certificados de depósito bancário (CDB) (“Ativos de Renda Fixa”, e, em conjunto com os Ativos Imobiliários, “Ativos”).

COMENTÁRIOS DO GESTOR

No mês de julho, o Fundo apresentou resultado positivo de R\$ 2,36/cota e distribuição de R\$ 2,25/cota. No mês de julho, o horário de funcionamento do shopping voltou ao padrão, com o avanço da vacinação contra a Covid-19 na cidade. No tocante a eventos, teve início a exposição “Mondrian para Crianças”, no vão central, piso Veiga Filho. A exposição explora as obras do artista de forma lúdica através de um ambiente totalmente formado pelas obras do artista, e deve ter duração de 38 dias. O Evento Taste the Music também teve espaço no Boulevard do piso Pacamebu, durante três dias.

Tivemos ainda a inauguração da Galeria Tricot, reforçando o mix de moda do mall. Na área gastronômica, foi inaugurado os restaurantes Casa Porteira e Il Piccolo Olea, que trazem importante posicionamento de ótimos restaurantes e complementam as opções já oferecidas.

Em relação à vacância, o shopping está no nível de 12,8% com parte relevante desta sendo estratégica e reservada a novo projeto. A inadimplência no mês ficou em 16,9%. Em relação à política de desconto, o patamar se mantém baixo e próximo ao último mês. Casos específicos podem ser analisados individualmente quando representam ganho para o mix de lojas e serviços do shopping. A maior parte das lojas satélites já voltou a ter a cobrança da integralidade do fundo de promoção, condomínio e aluguel, e casos específicos são analisados pontualmente.

Em 07 de julho, foi publicada uma Consulta Formal para deliberação de uma matéria: aprovação de Capital Autorizado no montante de até R\$ 600.000.000,00. Uma possível captação busca garantir que o Fundo exerça o seu direito de preferência em eventual aquisição das participações colocadas à venda por qualquer um dos coproprietários do Shopping. A aprovação do Capital Autorizado permitirá que o Fundo levante o montante necessário para aquisição da participação por meio de emissão de cotas em tempo suficiente para notificar o coproprietário ofertante para exercício do direito de preferência.

O aumento da participação tem por objetivo garantir as melhores práticas de governança e a ingerência do fundo nas tomadas de decisão do empreendimento. A matéria proposta não tratava de qualquer mudança na política de investimentos do Fundo, que permanecerá com um perfil de gestão passiva. Mesmo com a aprovação do capital autorizado, uma eventual emissão de cotas só deverá ocorrer quando o empreendedor-vendedor efetivamente notificar os demais sobre a venda de sua participação. Portanto, não haverá captação de recursos antes da confirmação da transação. Para acessar a matéria na íntegra, com o detalhamento da estrutura societária do Shopping e o passo-a-passo da operação, [clique aqui](#). Para acessar o vídeo com detalhes da operação, [clique aqui](#). A matéria foi aprovada, em 5 de agosto, com quórum qualificado de 30,11% do total das cotas emitidas pelo Fundo.

No mês, o Shopping contou com as seguintes atrações, ações e eventos:

- ❑ **Sale de Julho:** Divulgação dos lojistas em liquidação em mídias online: Redes sociais, site, disparo de e-mail mkt.
- ❑ **Compre e Ganhe de Pais:** Em compras a partir de R\$500,00, o cliente ganha uma caixa de bombons recheados, sendo 4 de caramelo Blue Label e 4 bombons de caramelo Black Label, limitado a 2 por CPF.
- ❑ **Campanha do Agasalho:** Arrecadação de agasalhos, cobertores, alimentos, itens de higiene pessoal e produtos de limpeza em geral para ajudar famílias mais impactadas pela pandemia.

DADOS DO FUNDO

	jul/21	jan/21	jul/20
Valor da Cota	R\$ 810,00	R\$ 831,22	R\$ 920,00
Quantidade de Cotas	608.950	608.950	608.950
Valor de Mercado	R\$ 493.249.500	R\$ 506.171.419	R\$ 560.234.000

LIQUIDEZ

	mês	ano	12 meses
Volume Negociado	R\$ 4.298.570	R\$ 28.049.710	R\$ 39.923.408
Giro (% de cotas negociadas)	0,88%	5,60%	7,86%
Presença em Pregões	100%	100%	100%

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

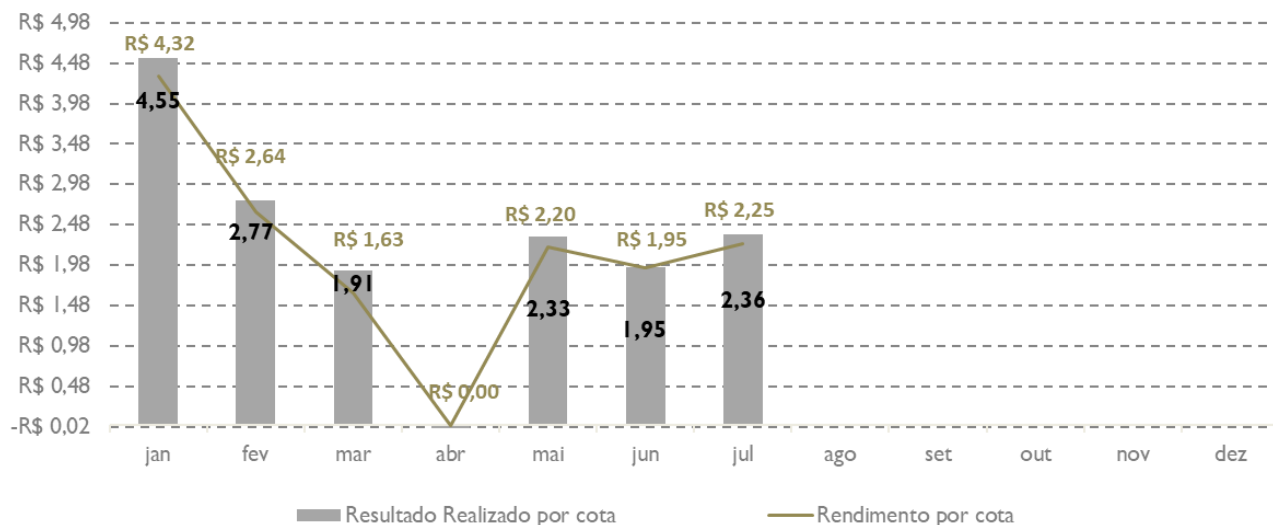
	mês	ano	12 meses
Receita Imobiliária	R\$ 1.541.665	R\$ 10.321.052	R\$ 18.454.724
Receita Financeira	R\$ 6.472	R\$ 22.158	R\$ 32.026
Despesas	-R\$ 109.583	-R\$ 807.417	-R\$ 1.481.044
Resultado	R\$ 1.438.554	R\$ 9.535.793	R\$ 17.005.706
Resultado Realizado por cota	R\$ 2,3624	R\$ 15,6635	R\$ 27,9304
Rendimento por cota ¹	R\$ 2,2500	R\$ 14,9900	R\$ 28,4020
Resultado Acumulado ²	R\$ 0,1124	R\$ 0,6735	-R\$ 0,4716

¹ Rendimento anunciado do período indicado.

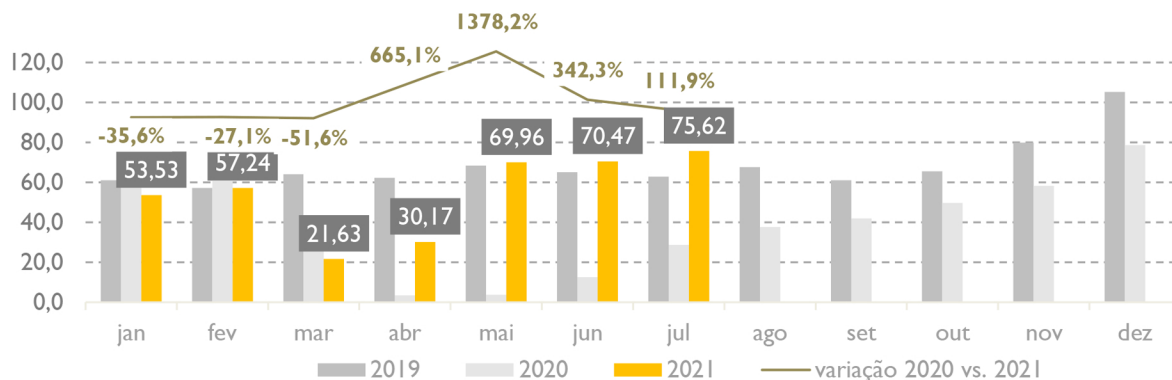
² Diferença entre o resultado do período e rendimento anunciado no período indicado.

O resultado demonstrado acima corresponde ao resultado do Fundo e não da operação do Shopping.

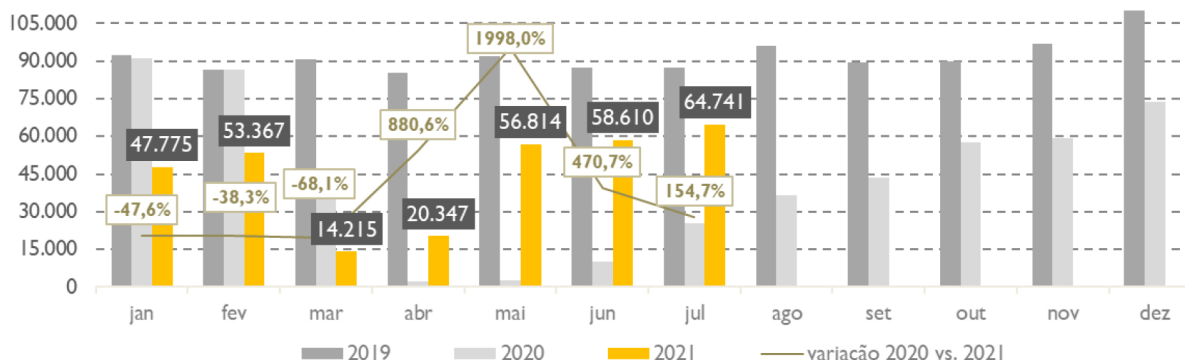
RESULTADO DO FUNDO E DISTRIBUIÇÃO (em R\$/cota)



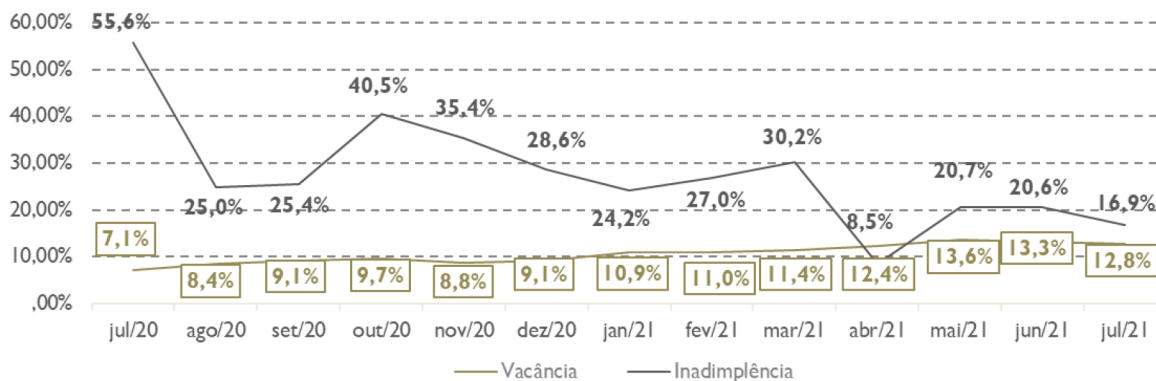
RESULTADO DO ESTACIONAMENTO (em R\$ milhões)



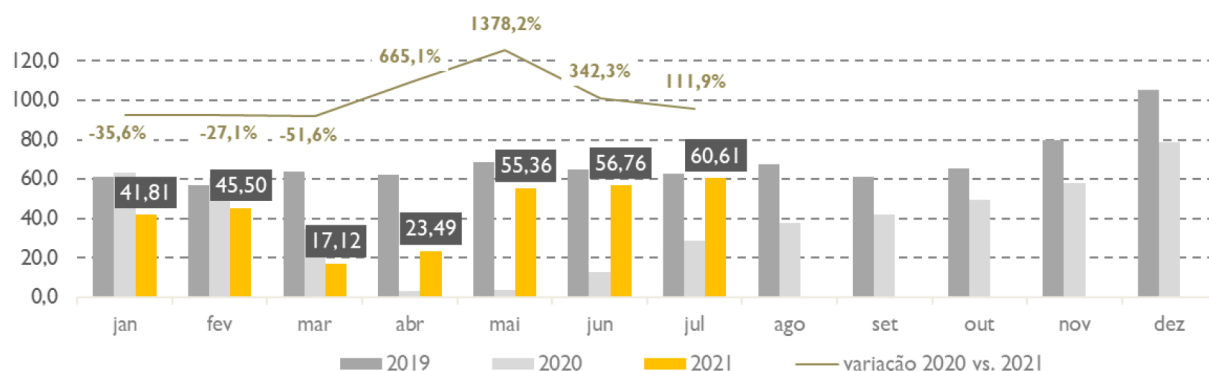
FLUXO DO ESTACIONAMENTO (em milhares)



VACÂNCIA E INADIMPLÊNCIA (em %)



VENDAS (em R\$ milhões)



RESULTADO OPERACIONAL DO SHOPPING

Shopping Pátio Higienópolis	jul/21	YTD
Aluguel Mínimo Faturado	R\$ 6.095.779	R\$ 41.606.042
Aluguel Variável Faturado	R\$ 118.234	R\$ 825.710
Outras Receitas de Aluguéis	R\$ 404.000	R\$ 5.677.440
Estacionamento	R\$ 820.798	R\$ 4.106.594
Receita Operacional	R\$ 7.613.167	R\$ 47.076.441
Despesa Operacional	-R\$ 1.297.730	-R\$ 9.014.887
NOI	R\$ 6.315.437	R\$ 38.061.554

A tabela acima demonstra o Resultado Operacional do Shopping.
Os dados foram retirados do Fluxo de Caixa do Empreendedor, enviado mensalmente, pela administradora do Shopping.

DISTRIBUIÇÃO DE RENDIMENTOS

ANO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	4,32	2,64	1,63	0,00	2,20	1,95	2,25					
2020	5,50	3,60	0,00	0,00	0,00	2,55	2,00	1,85	1,08	2,44	3,30	4,74
Δ^3	-21,4%	-26,6%	-	-	-	-23,5%	12,5%	-	-	-	-	-

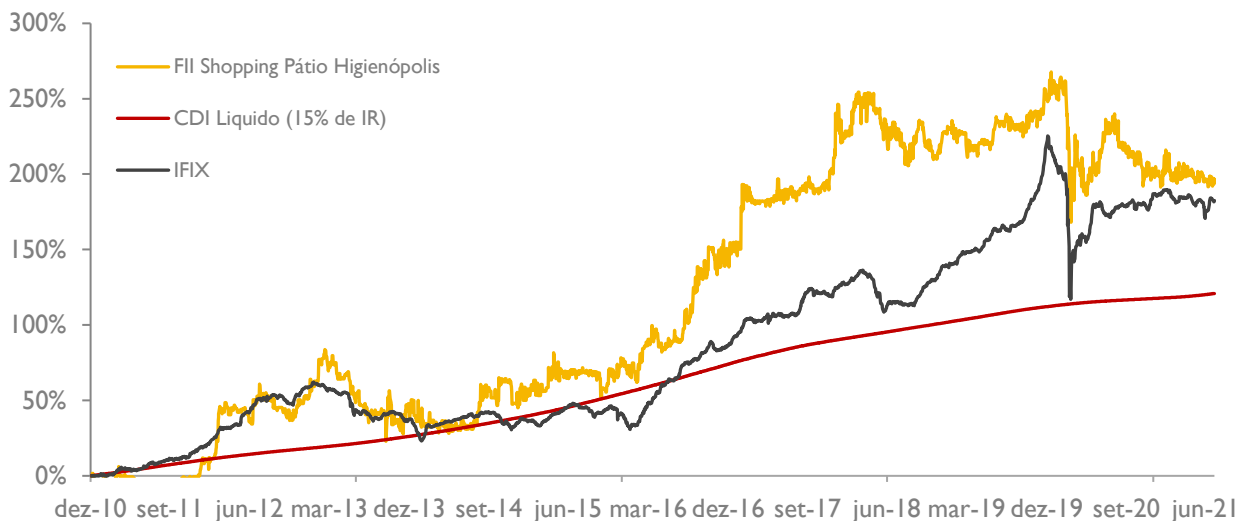
³ Variação comparativa entre meses de 2020 e 2021.

RENTABILIDADE

	rentabilidade total ⁴	mês	ano	12 meses	desde o início
FII Shopping Pátio Higienópolis		0,33%	-2,20%	-11,23%	196,60%
IFIX		2,51%	-1,60%	3,33%	182,41%
rentabilidade das distribuições de rendimento ⁵		mês	ano	12 meses	desde o início
FII Shopping Pátio Higienópolis		0,28%	1,77%	3,09%	82,14%
CDI líquido (15% de IR)		0,30%	1,39%	2,07%	120,86%

⁴ Rentabilidade calculada a através do método da cota ajustada, ou seja, assume-se que o proventos pagos são reinvestidos no próprio FII.

⁵ Rentabilidade calculada através da soma dos rendimentos pagos divididos pelo valor da cota adquirida em mercado secundário no fim do mês anterior ao período correspondente.



PATRIMÔNIO DO FUNDO



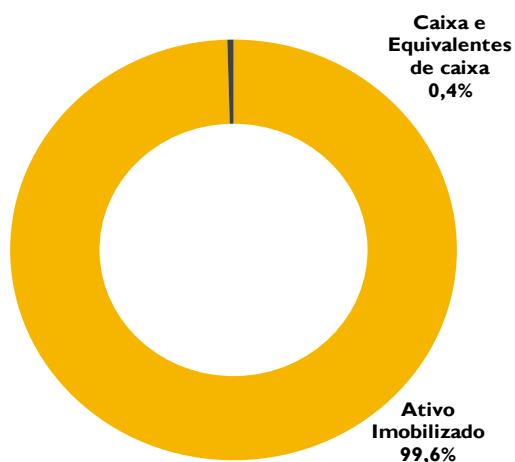
O FII atualmente é proprietário de 25,6775% do Shopping Pátio Higienópolis inaugurado em 18 de outubro de 1999 no bairro Higienópolis na cidade de São Paulo.

Shopping

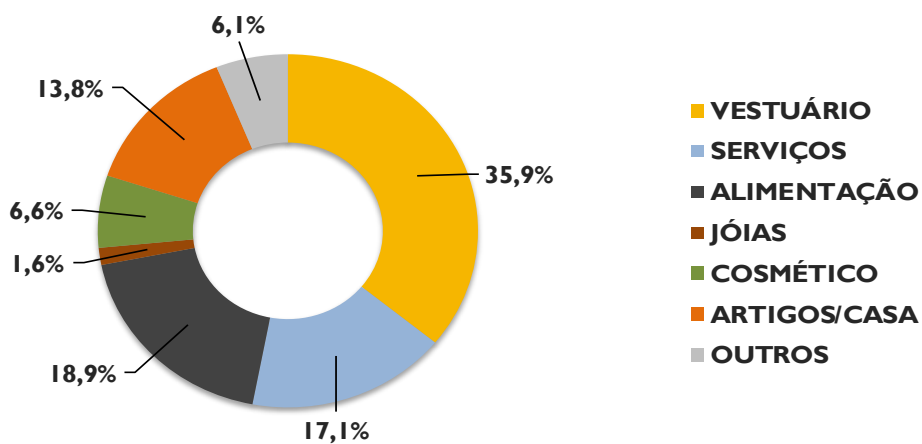
- 34 mil m² de área bruta locável
- Mais de 300 lojas comerciais
- 6 salas de cinema Cinemark
- Teatro Folha
- Mais de 1.500 vagas de estacionamento

www.fiihigienopolis.com.br

Os Ativos do Fundo estão alocados em:



LOCATÁRIOS – ABL POR SETOR LOCADO



INFORMAÇÕES DO PRODUTO

ADMINISTRADOR • Rio Bravo Investimentos

ESCRITURADOR DAS COTAS • Rio Bravo Investimentos

TAXA DE ADMINISTRAÇÃO • 0,20% a.a. sobre o Valor de Mercado

(Mín. Mensal R\$ 30.000,00 - data base 01/02/2017, reajustada anualmente pela variação positiva do IGP-M)

TAXA DE PERFORMANCE • Não há

INÍCIO DO FUNDO • 07/09/1999

QUANTIDADE DE COTAS • 608.950

NÚMERO DE COTISTAS • 3.085

PATRIMÔNIO LÍQUIDO • R\$ 501.723.993,79

CONTATOS

RELAÇÃO COM INVESTIDORES

|| 3509 6500

ri@riobravo.com.br

OUVIDORIA

|| 0800 722 9910

ouvidoria@riobravo.com.br

DEMAIS INFORMAÇÕES

[PROSPECTO](#)

[REGULAMENTO](#)

[SITE DO FUNDO](#)

[CADASTRE-SE EM NOSSO MAILING IMOBILIÁRIO](#)



Ao investidor é recomendada a leitura cuidadosa do prospecto e do regulamento do fundo de investimento ao aplicar seus recursos. • Para avaliação do desempenho de fundo(s) de investimento(s), é recomendável uma análise de, no mínimo, 12 (doze) meses. • Este site tem um caráter meramente informativo e não deve ser considerado como uma oferta de aquisição de cotas dos fundos de investimentos. • Performance passada não é garantia de ganhos no futuro. Os investimentos em fundos não são garantidos pelo administrador ou por qualquer mecanismo de seguro ou, ainda, pelo Fundo Garantidor de Crédito - FGC. • A Rio Bravo Investimentos DTVM Ltda. não se responsabiliza por quaisquer decisões tomadas tendo como base os dados neste site. • Todo o material aqui contido, incluindo os textos, gráficos, imagens e qualquer outro material de comunicação audiovisual são de propriedade única e exclusiva da Rio Bravo, bem como quaisquer informações, relatórios, produtos e serviços, que conjuntamente compõem valiosa propriedade intelectual da Rio Bravo. • Não é permitido qualquer tipo de adulteração sem o expresse e escrito consentimento da Rio Bravo, sob pena de se tratar clara infração aos direitos de propriedade da Rio Bravo, acarretando as devidas sanções legais. • As informações aqui contempladas não constituem qualquer tipo de oferta ou recomendação de investimento. • A Rio Bravo não é responsável por qualquer utilização não autorizada do material e das informações aqui dispostas.