



CSHG Brasil Shopping Fundo de Investimento Imobiliário - FII

(“Fundo”, “HGBS11” ou “CSHG Brasil Shopping FII”)

CNPJ 08.431.747/0001-06 – Abril 2018

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.

Agenda

1



CSHG Brasil Shopping FII

2



Mercado de Shoppings

3



Ativismo: Casos Reais

4



Agenda Estratégica

Agenda

1



CSHG Brasil Shopping FII

2



Mercado de Shoppings

3



Ativismo: Casos Reais

4



Agenda Estratégica

CSHG Brasil Shopping FII

Valor de mercado de

1,3 bilhão de Reais + **6.600** cotistas

8 Shoppings em 7 cidades

+ **1.800** contratos de lojistas

O Maior
Fundo de Shopping
de Gestão Ativa, da B3¹

Volume negociado nos últimos 12 meses

362,2 milhões de Reais

Operadores

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

Estratégia de Investimentos



Localização e
área de
influência



Histórico de
resultados



Características
Técnicas



Potencial de
Longo Prazo



Diversificação
Geográfica

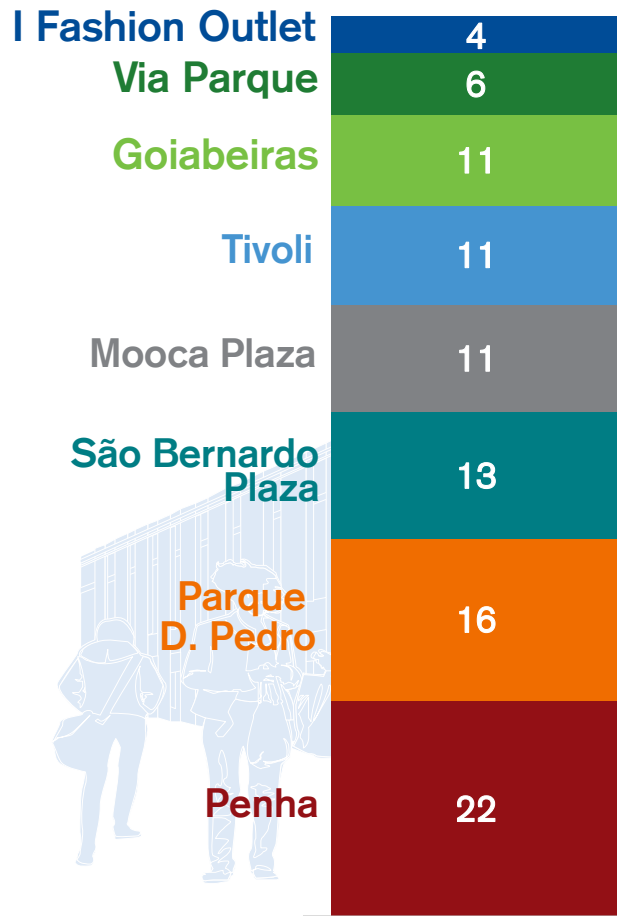


Governança -
Ativismo

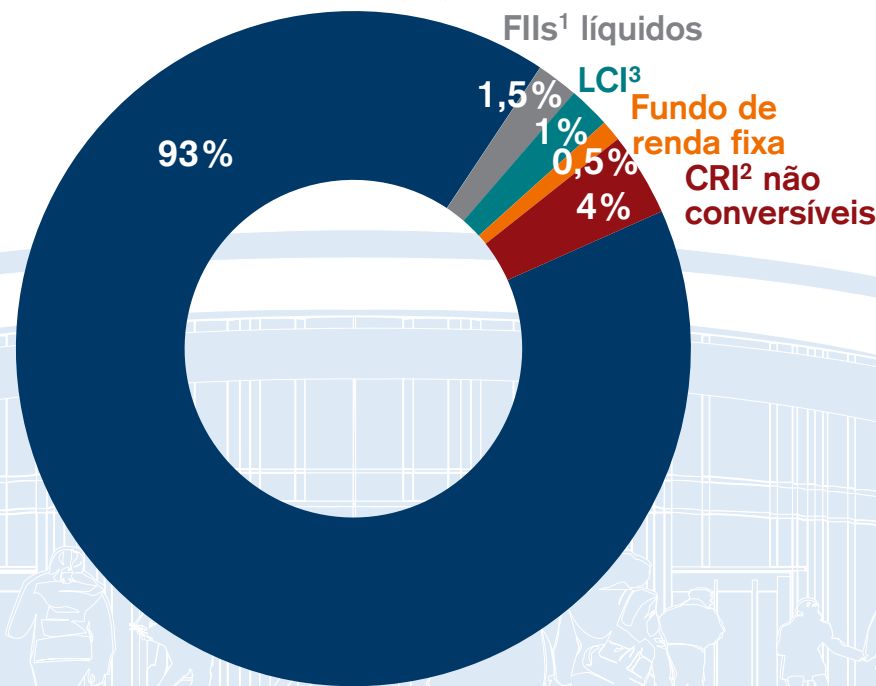
Carteira de Investimento (março de 2018)

(% patrimônio)

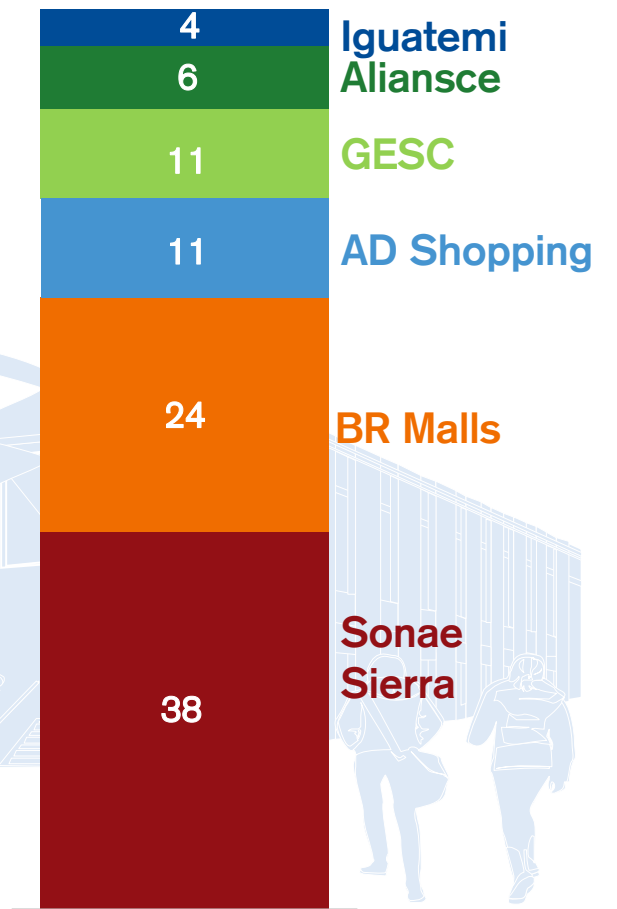
Diversificação por Ativos (%)



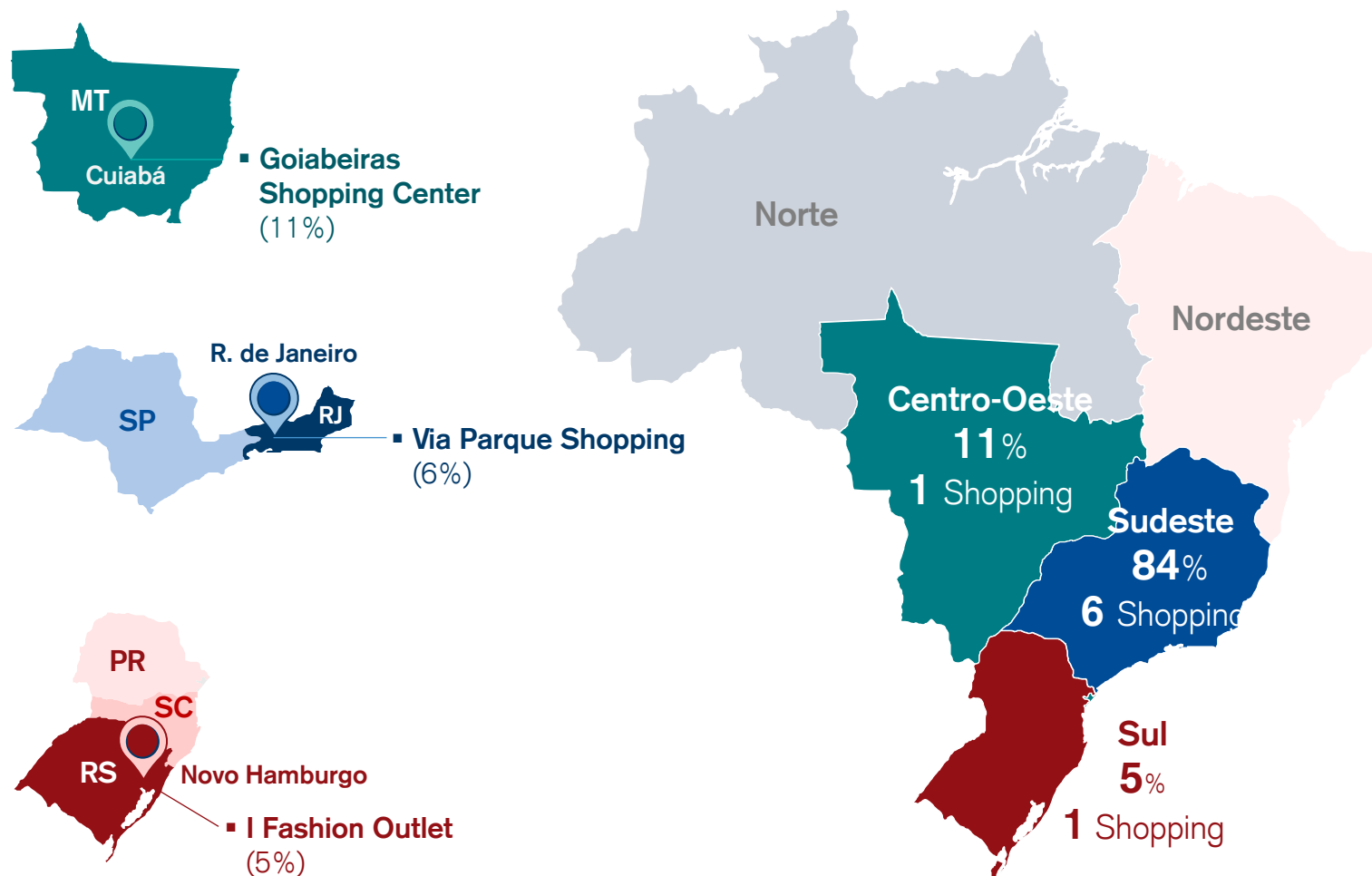
Shopping Centers (%)



Diversificação por Operadores (%)



Localização dos Shoppings



84% do portfólio localizado na região **Sudeste**



78% do portfólio localizado a até 150 km de **SP**

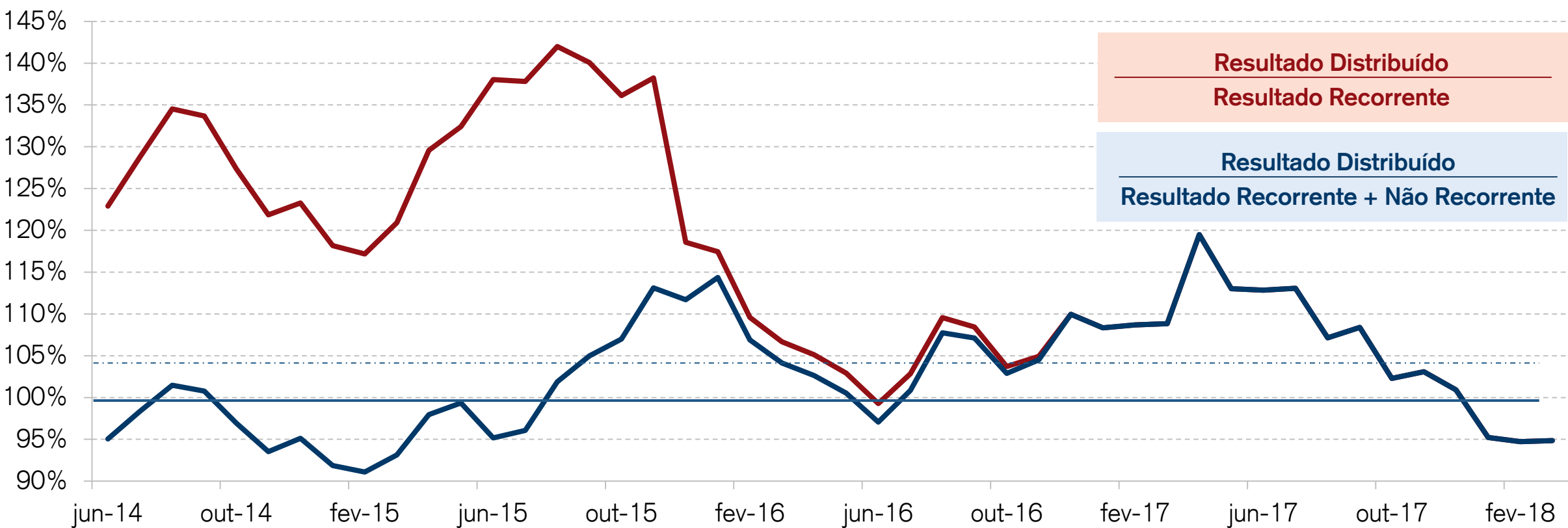
Características dos Shoppings

Shopping	Localização	Administrador	Inauguração	ABL ¹ Total (mil m²)	% detida pelo HGBS11	ABL ¹ HGBS11 (mil m²)	Vacância Física (dezembro de 2017)	NOI ² 2017 100% (R\$ '000)	NOI ² 2017 vs 2016	Vendas Totais 2017 (R\$'000)	Vendas 2017 vs 2016
Shopping Center Penha	São Paulo - SP	Sonae Sierra	1992	29,6	87,56%	26,0	3,50%	23.586	-0,24%	403.697	+1,03%
Parque D. Pedro Shopping	Campinas - SP	Sonae Sierra	2002	127,3	10,67%	13,6	2,10%	143.248	+8,79%	1.550.411	+6,02%
São Bernardo Plaza Shopping	S. B. do Campo - SP	Br Malls	2012	42,7	35,00%	14,9	2,72%	31.005	+2,01%	413.025	+11,71%
Mooca Plaza Shopping	São Paulo - SP	Br Malls	2011	41,8	20,00%	8,4	0,20%	56.036	+3,50%	597.746	+5,68%
Tivoli Shopping Center	S. B. D'Oeste - SP	AD Shopping	1998	23,8	59,00%	14,1	11,31%	14.093	+10,09%	255.662	+12,58%
Goiabeiras Shopping Center	Cuiabá - MT	GESC	1989	26,2	53,99%	14,2	14,96%	18.533	+0,05%	258.923	-2,42%
Via Parque Shopping	Rio de Janeiro - RJ	Aliansce	1993	57,2	16,51%	9,5	3,14%	37.686	+4,17%	507.183	-0,28%
I Fashion Outlet	Novo Hamburgo - RS	Iguatemi	2013	20,6	49,00%	10,1	5,60%	10.511	+8,23%	234.310	+3,52%
TOTAL				369,4		110,6	5,22%	334.699	+5,56%	4.220.958	+4,88%

Apuração do Resultado

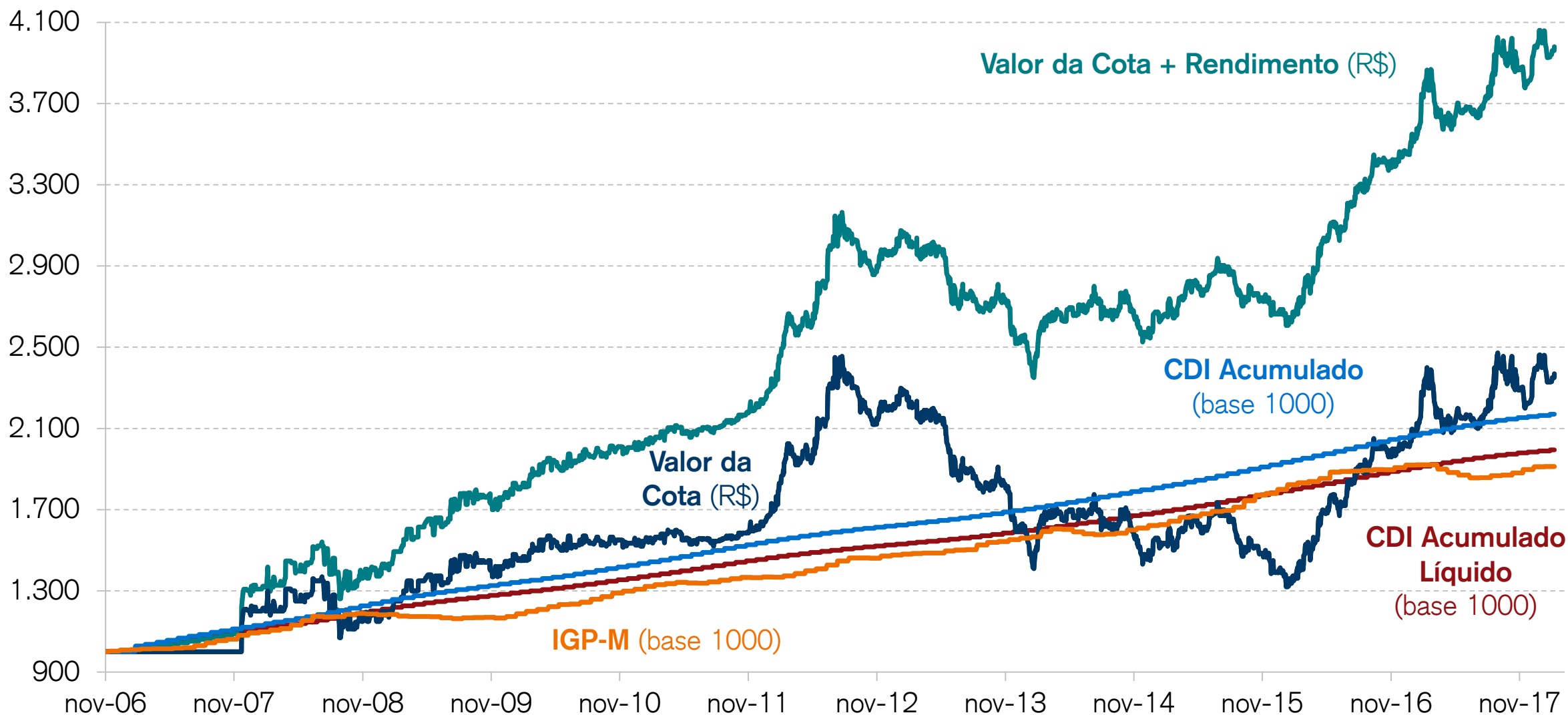
HGBS11 (R\$ milhares)	2016	2017	2018 ¹
Receita imobiliária (Ex-Goiabeiras)	77.577	77.103	19.163
Goiabeiras (CRI + Participação)	9.586	7.301	2.485
Receita Financeira	12.555	6.871	1.200
Lucro Operações	1.022	0	0
Total de Rendimentos Apurados	100.741	91.274	22.848
Total de Despesas	(14.417)	(17.759)	(2.027)
Resultado	86.325	73.514	20.821
Rendimento	89.009	78.581	19.350
Rendimento médio (R\$/cota)	13.80	12.18	12.00

Evolução dos Rendimentos e Resultados (média móvel 6 meses)



Rendimentos/Resultado Total							
2º Sem 2014	1º Sem 2015	2º Sem 2015	1º Sem 2016	2º Sem 2016	1º Sem 2017	2º Sem 2017	1º Sem 2018 Até Março
95,1%	95,2%	111,7%	97,1%	110,0%	112,8%	100,9%	94,8

HGBS11 - Evolução da Cota em Bolsa

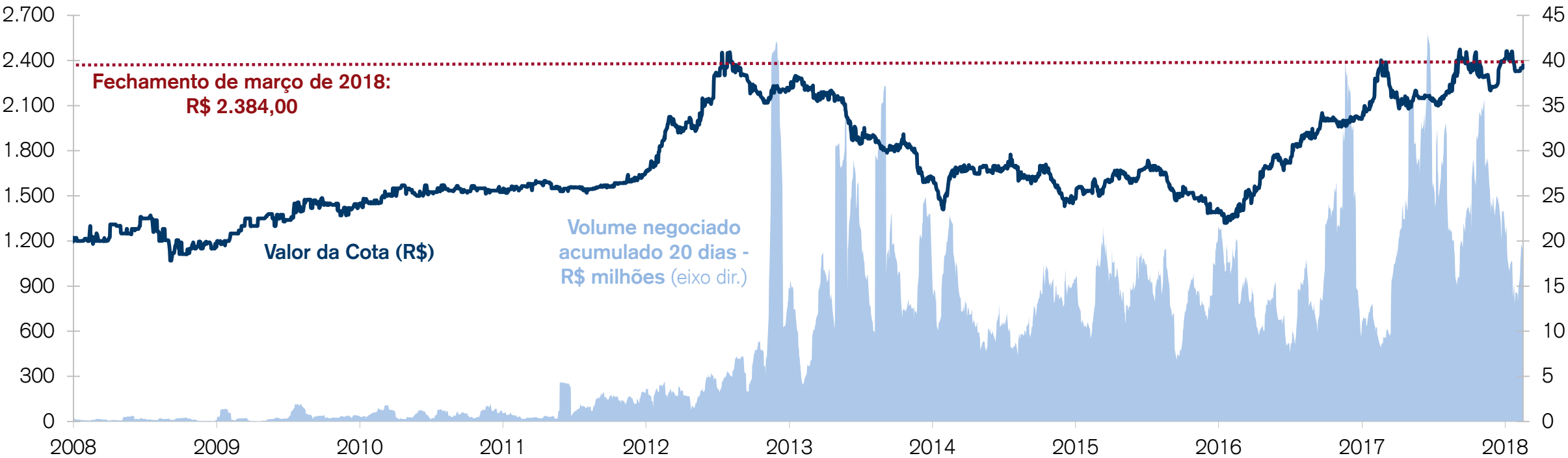


HGBS11 - Retorno Acumulado

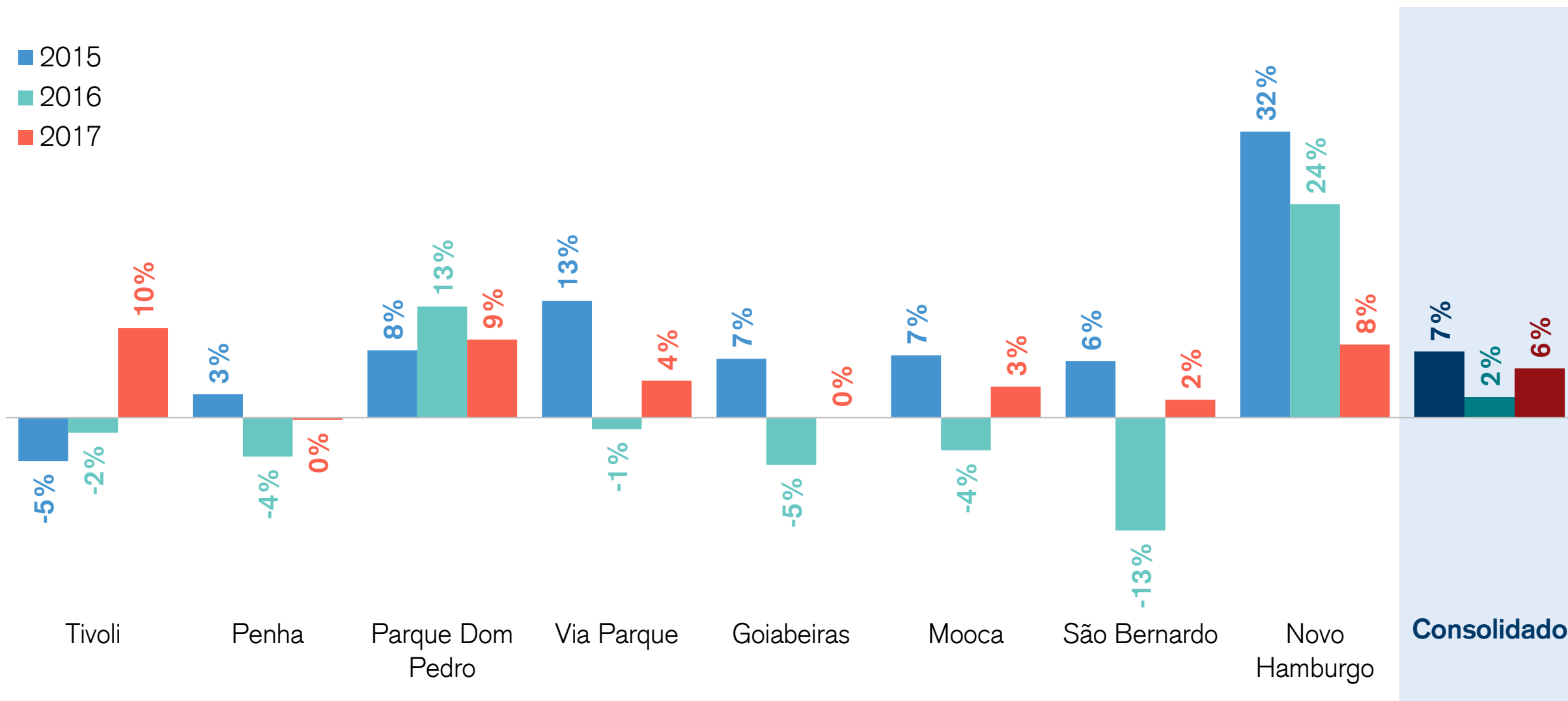
CSHG Brasil Shopping FII	Desde o início ¹	Acumulado em 2018 ¹	Últimos 12 meses ¹
Data Base	21 de novembro de 2006	28 dezembro de 2017	31 de março de 2017
Valor Referência (R\$)	1.000,00	2.345,00	2.200,00
Renda Acumulada	162,22%	1,51%	6,48%
Venda (R\$) (29 de março de 2018)	2.384,00	2.384,00	2.384,00
Ganho de Capital Líq. ⁴	110,72%	1,33%	6,69%
Rent. Acumulada (Renda + Venda)	545,93%	2,87%	13,61%
TIR ³ Líq. (Renda + Venda) a.a. ⁴	17,93%	12,38%	13,91%
% CDI Líquido ⁴	322%	212%	191%
Retorno Total Bruto	300,6%	3,2%	14,8%
IFIX	– ²	5,9%	16,0%
Diferença vs IFIX	– ²	-2,7%	-1,1%

HGBS11 – Liquidez Crescendo Consistentemente

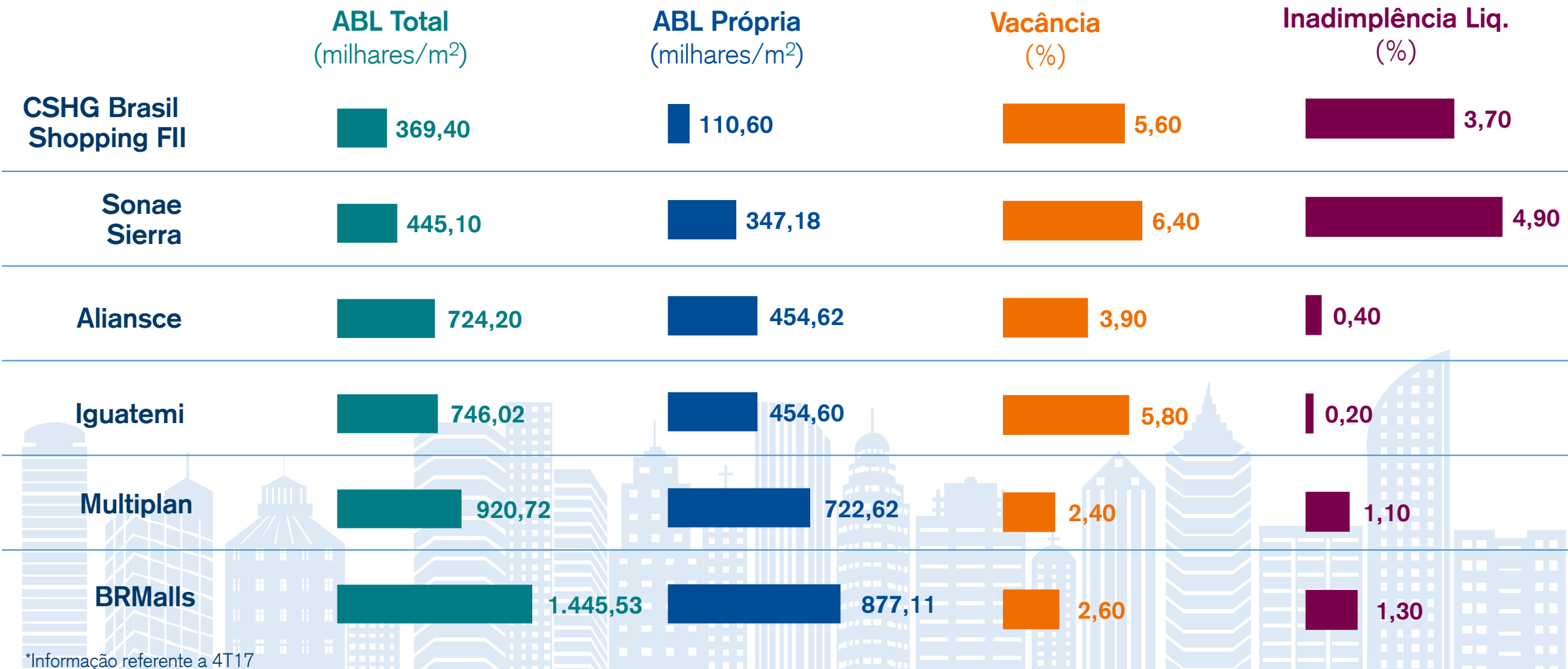
	março de 2018	2018 ¹	12 meses
Presença em pregões	100%	100%	100%
Volume negociado (R\$ milhões)	37,9	115,5	362,2
Giro (em % do total de cotas)	3,0%	9,1%	32,0%
Valor de mercado	R\$ 1.281 milhões		
Quantidade de cotas do Fundo	537.492 cotas (6.620 cotistas)		



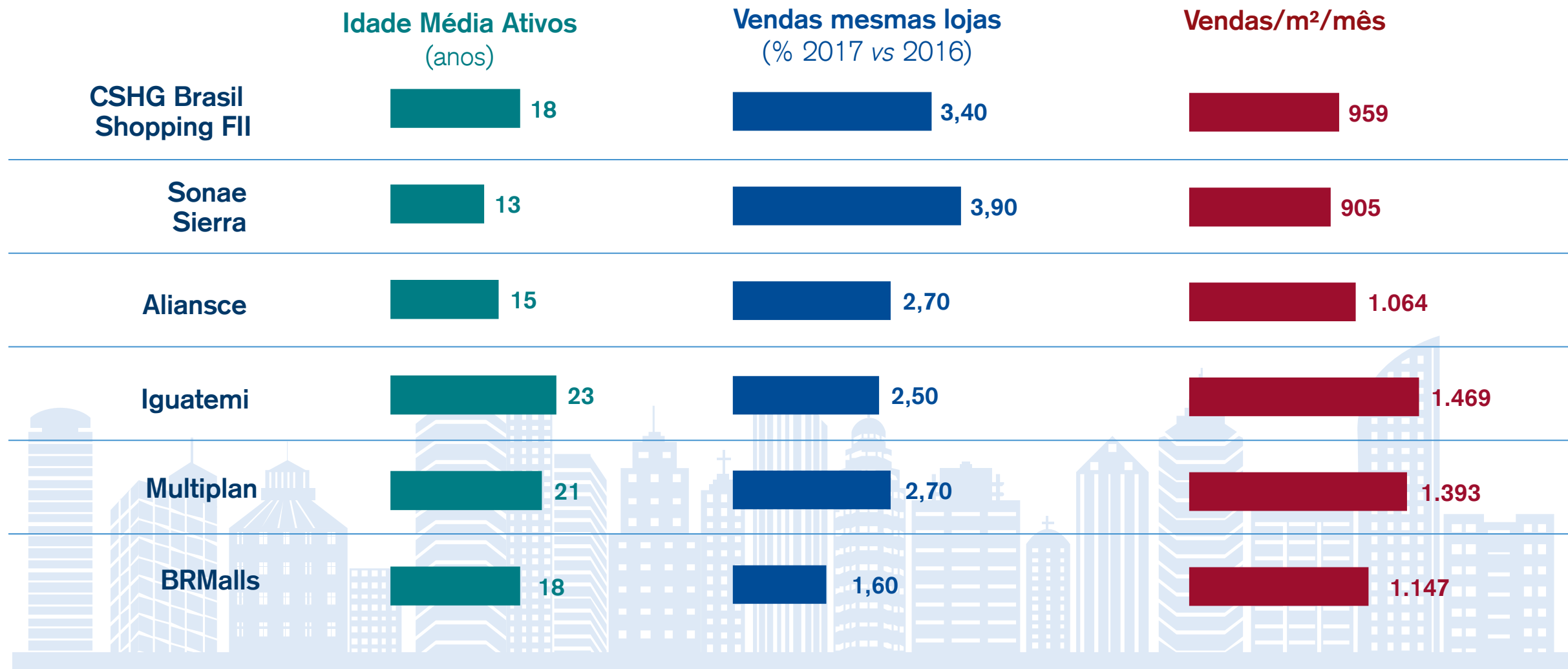
NOI¹ Nossos Shoppings – Início de Retomada



Comparativo – HGBS11 vs Companhias Listadas (4T2017)



Comparativo – HGBS11 vs Companhias Listadas (4T2017)



Comparativo – HGBS11 vs FIIs de Shopping

Fundo	Ticker	Perfil	Taxa de Administração	Taxa de Performance	Ativos	Ativos com participação majoritária	Valor de Mercado (R\$MM)	ABL ¹ (m²)	Vacância	DY ²
CSHG Brasil Shopping FII	HGBS11	Ativo	0,60%	Não há	8	3	1.281	110.594	5,2%	6,04%
VINCI Shopping Centers FII	VISC11	Ativo	1,35%	Não há	7	-	343	28.473	4,9%	6,81%
XP Malls FII	XPML11	Ativo	0,95%	20% sobre IPCA+6%a.a.	3	-	262	8.945	3,7%	6,14% ¹
Malls Brasil Plural FII	MALL11	Ativo	0,50%	Não há	1	1	194	22.243	0%	6,40%
Jardim Sul FII	JRDM11	Passivo	0,20%	Não há	1	-	182	11.448	0,9%	4,98%
Parque Dom Pedro FII	PQDP11	Passivo	0,23%	Não há	1	-	785	38.578	2,0%	4,21%
Higienópolis FII	SHPH11	Passivo	0,20%	Não há	1	-	613	9.135	2,4%	4,00%

Em Resumo

1. Portfólio diversificado e concentrado na região Sudeste

2. Histórico consistente de retorno

3. Política de distribuição alinhada ao *FFO*¹

4. Elevada liquidez em bolsa

5. Ativos com valor a ser destravado – potencial de *upside*

Agenda



CSHG Brasil Shopping FII



Mercado de Shoppings



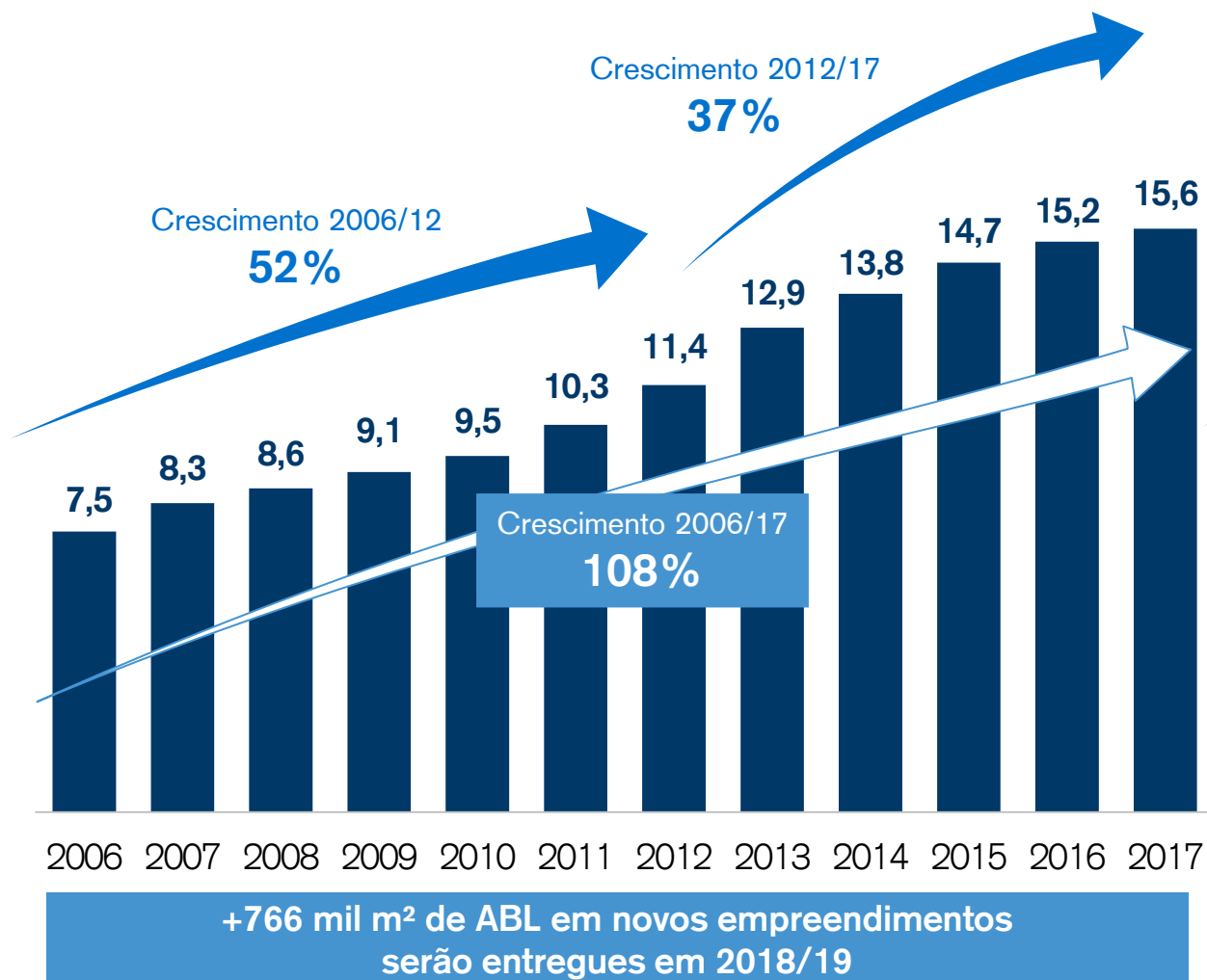
Ativismo: Casos Reais



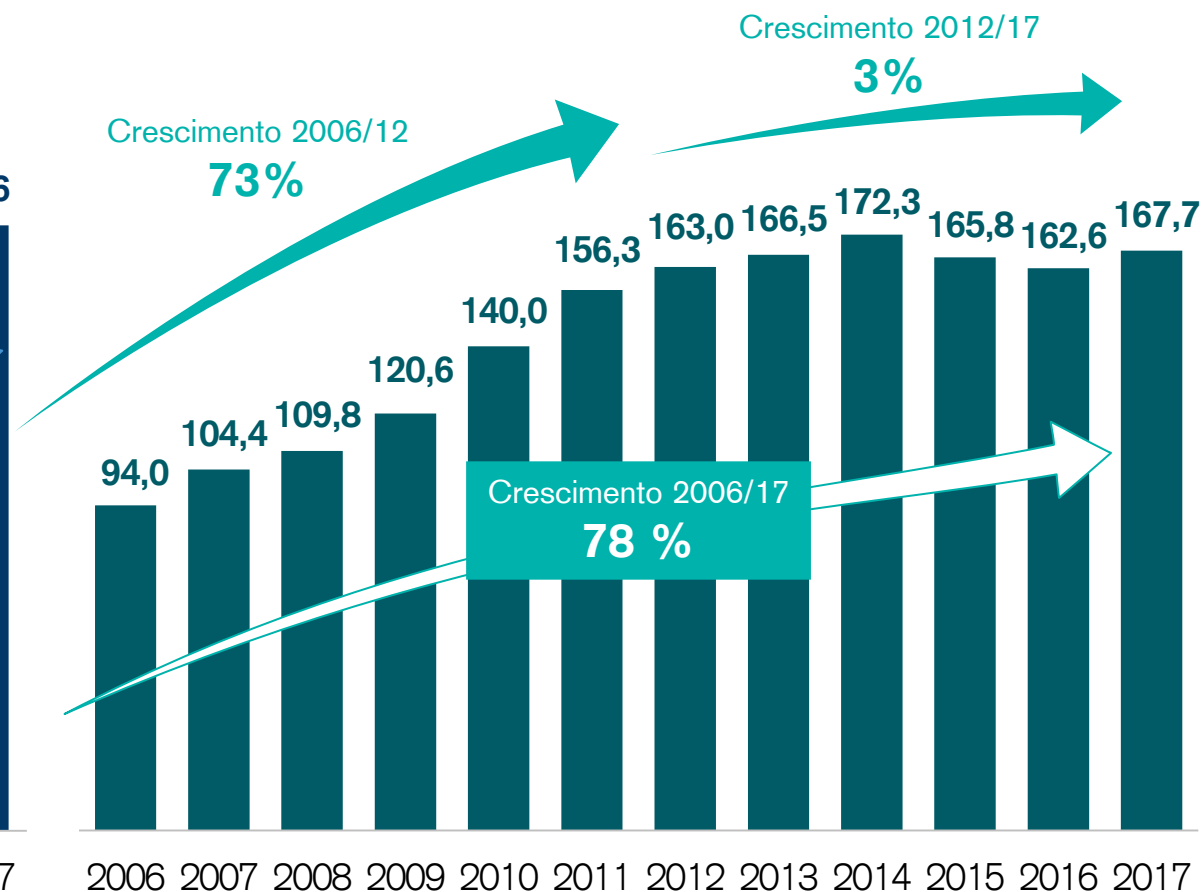
Agenda Estratégica

O Mercado Brasileiro de Shopping Centers

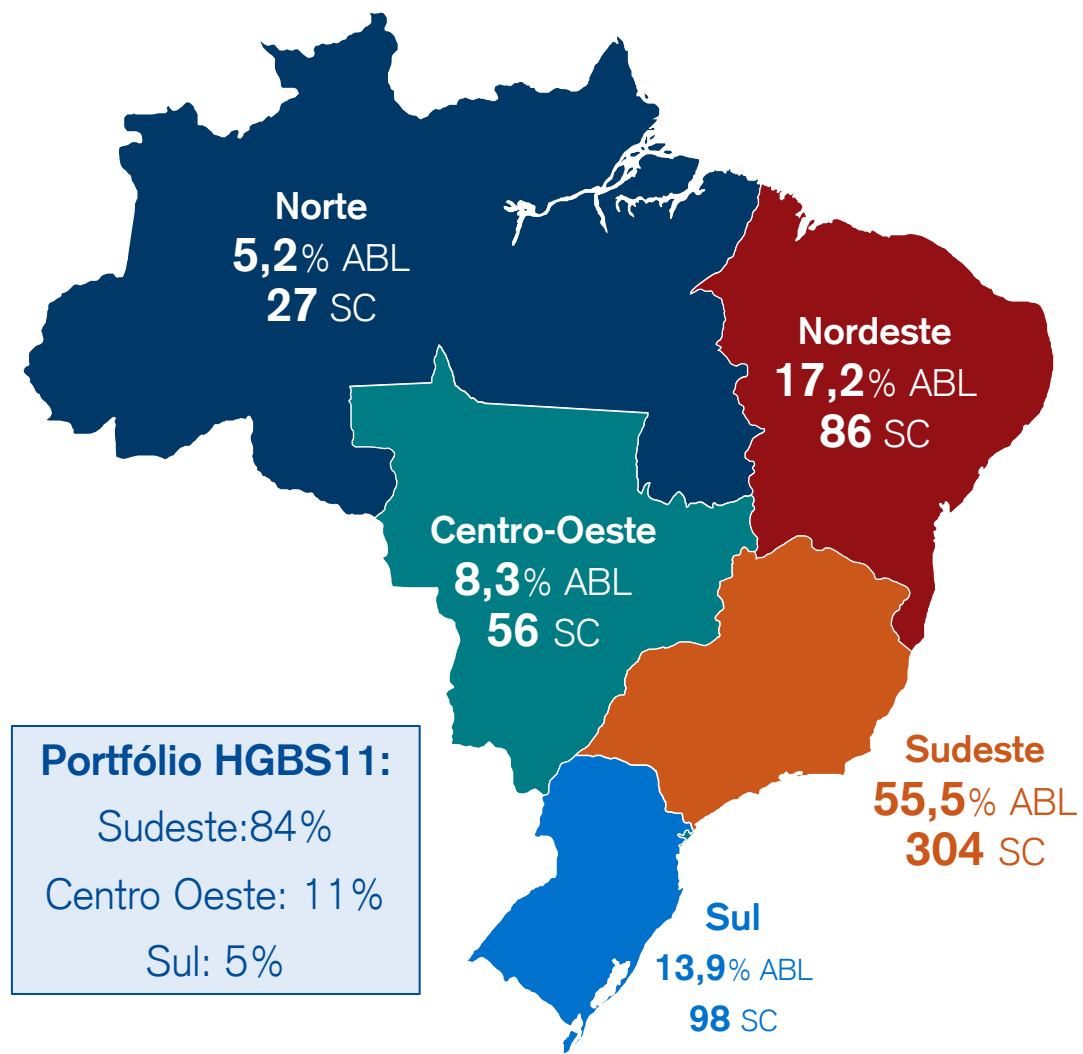
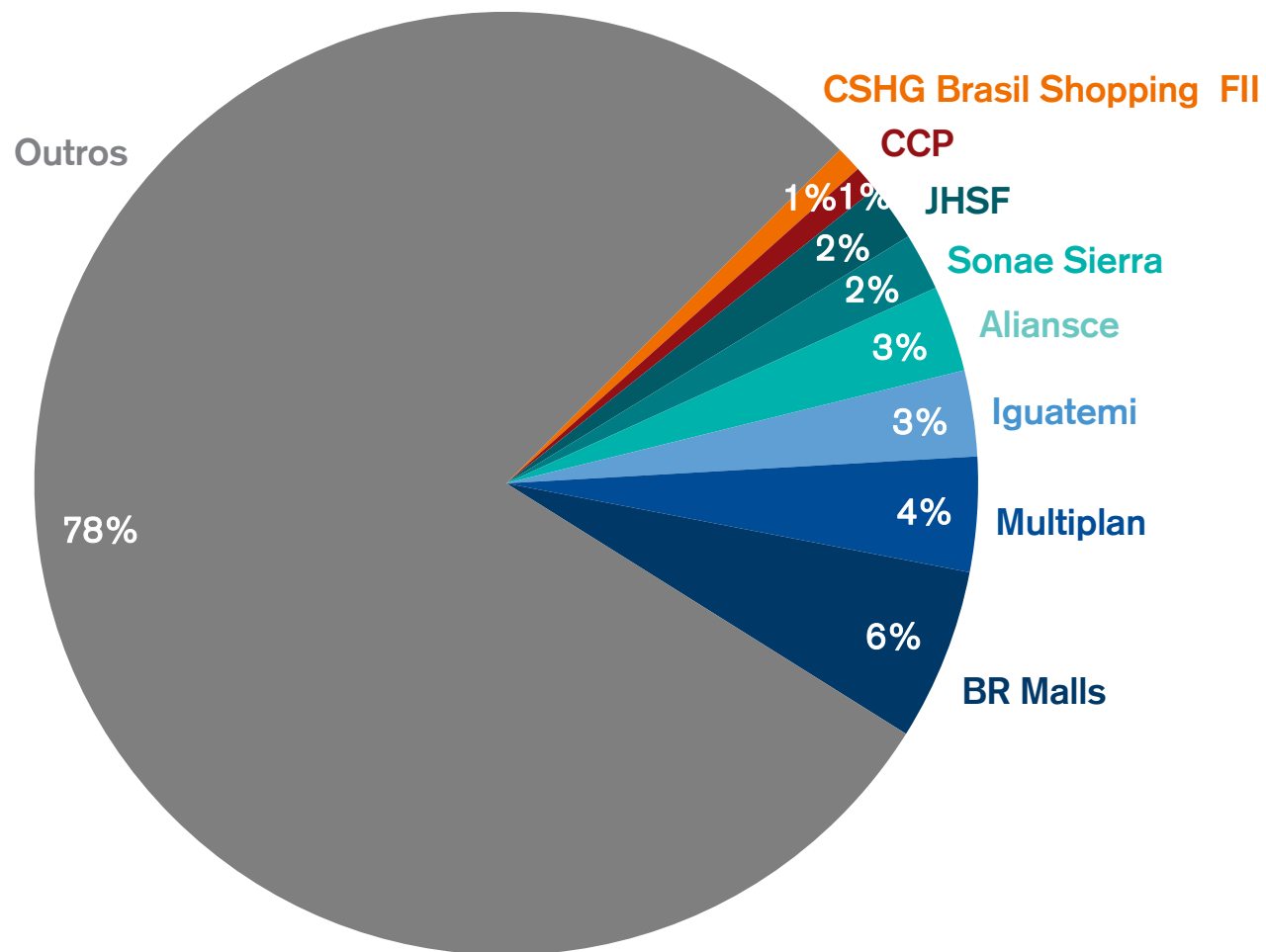
ABL (milhões de m²)



Volume de Vendas (R\$ bilhões defla. IPCA)



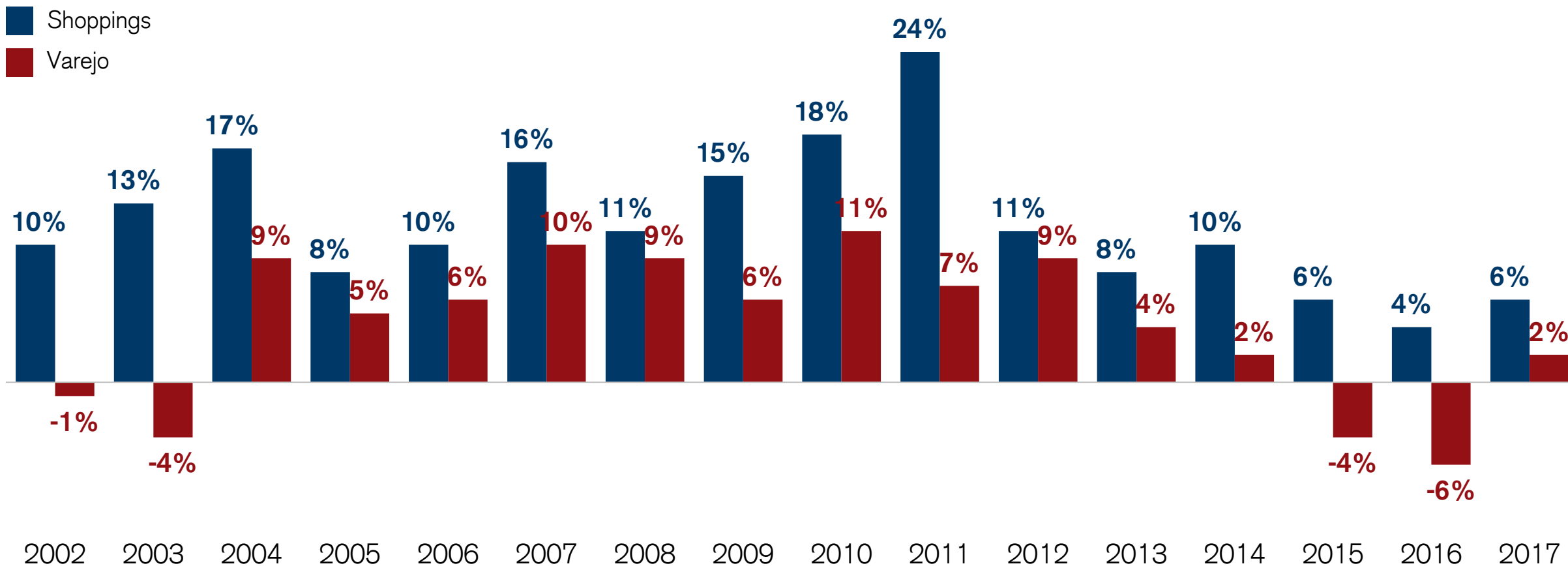
Market Share e Localização do ABL



Portfólio HGBS11:

Sudeste: 84%
Centro Oeste: 11%
Sul: 5%

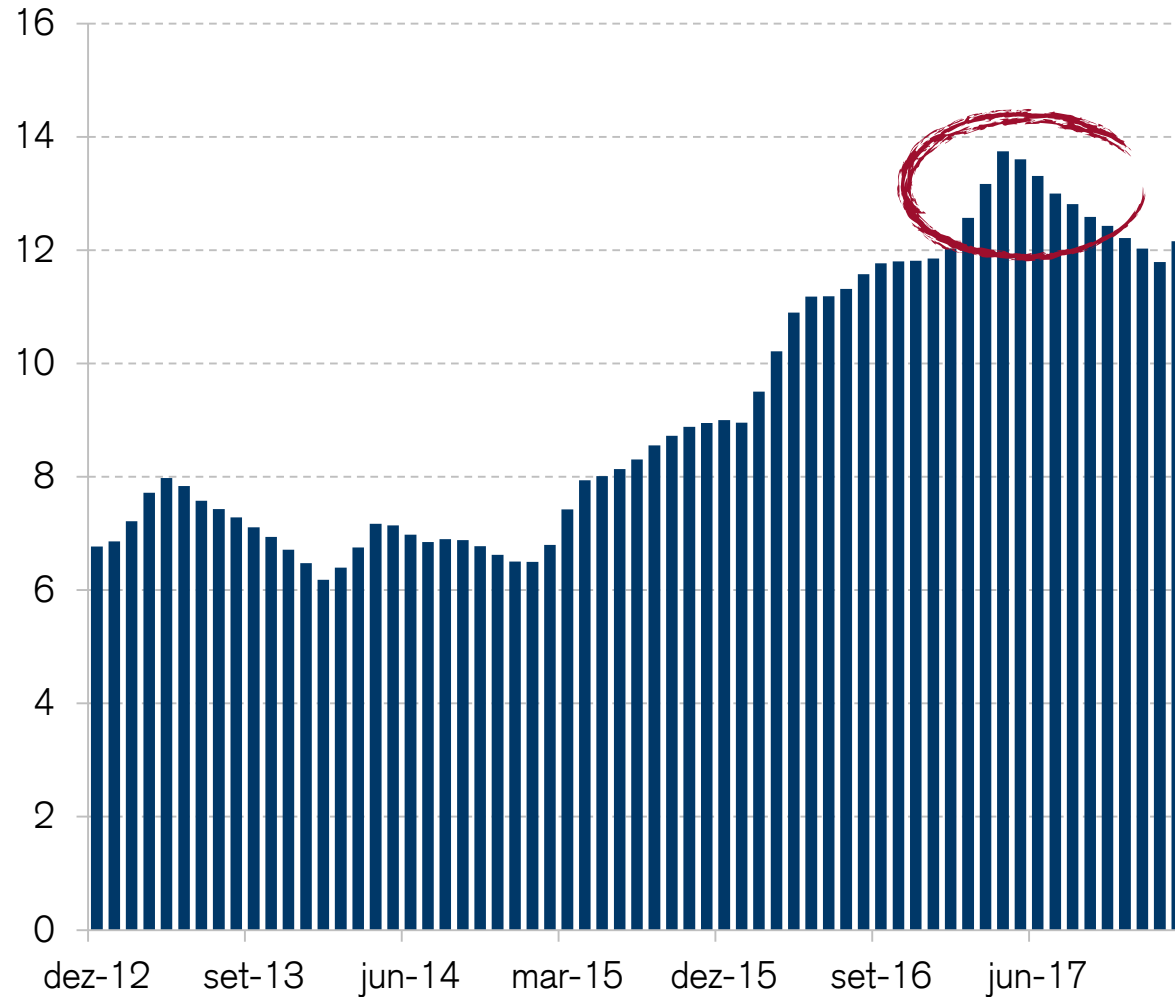
Variação das Vendas – Shopping Malls vs Varejo Tradicional (YoY)¹



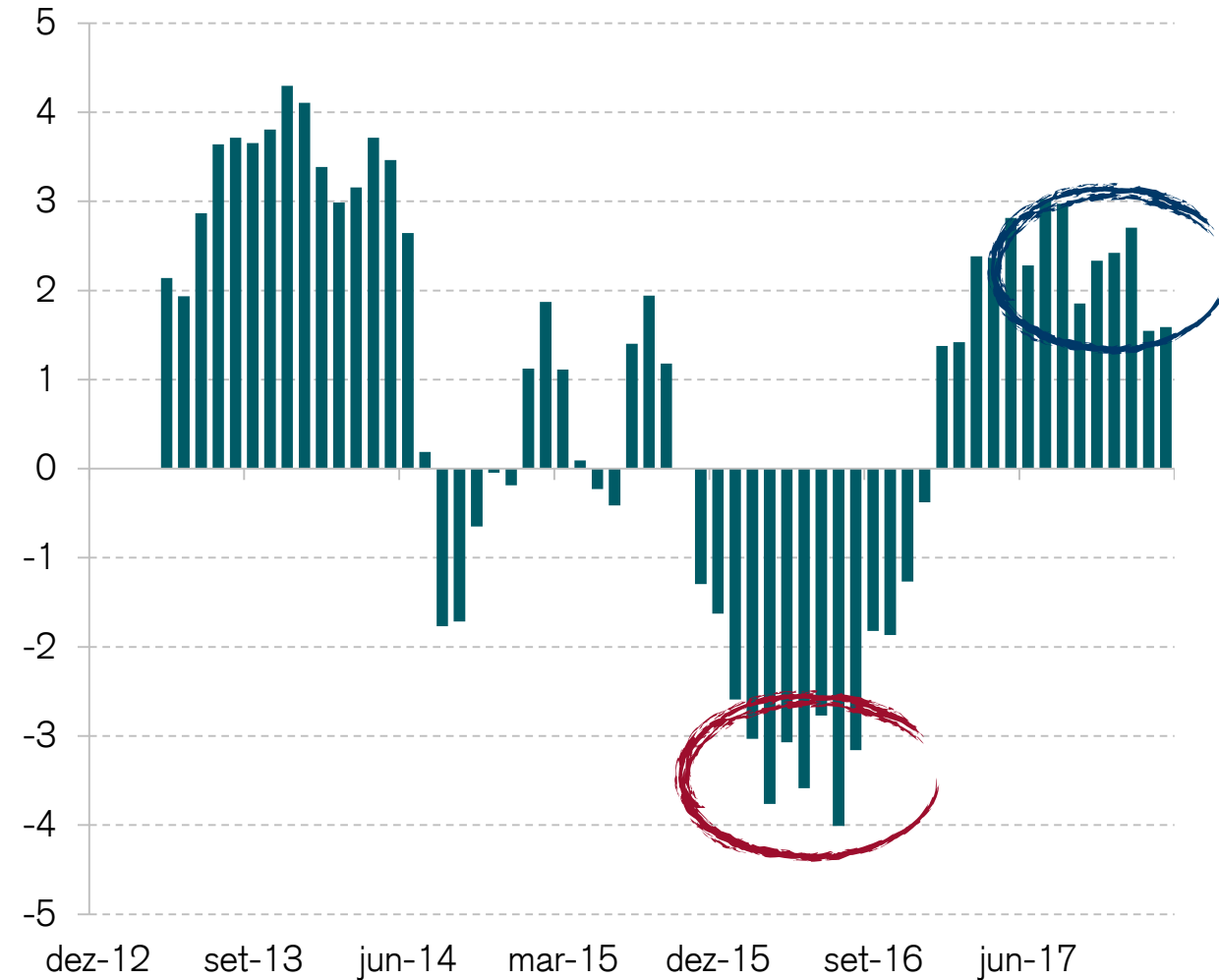
Vendas em Shoppings vem apresentando consistentemente melhor desempenho em relação ao varejo agregado durante os últimos 16 anos

(1) Consumo: Indicadores sólidos de retomada - redução da taxa de desemprego e aumento da massa salarial

Taxa de Desemprego (%)

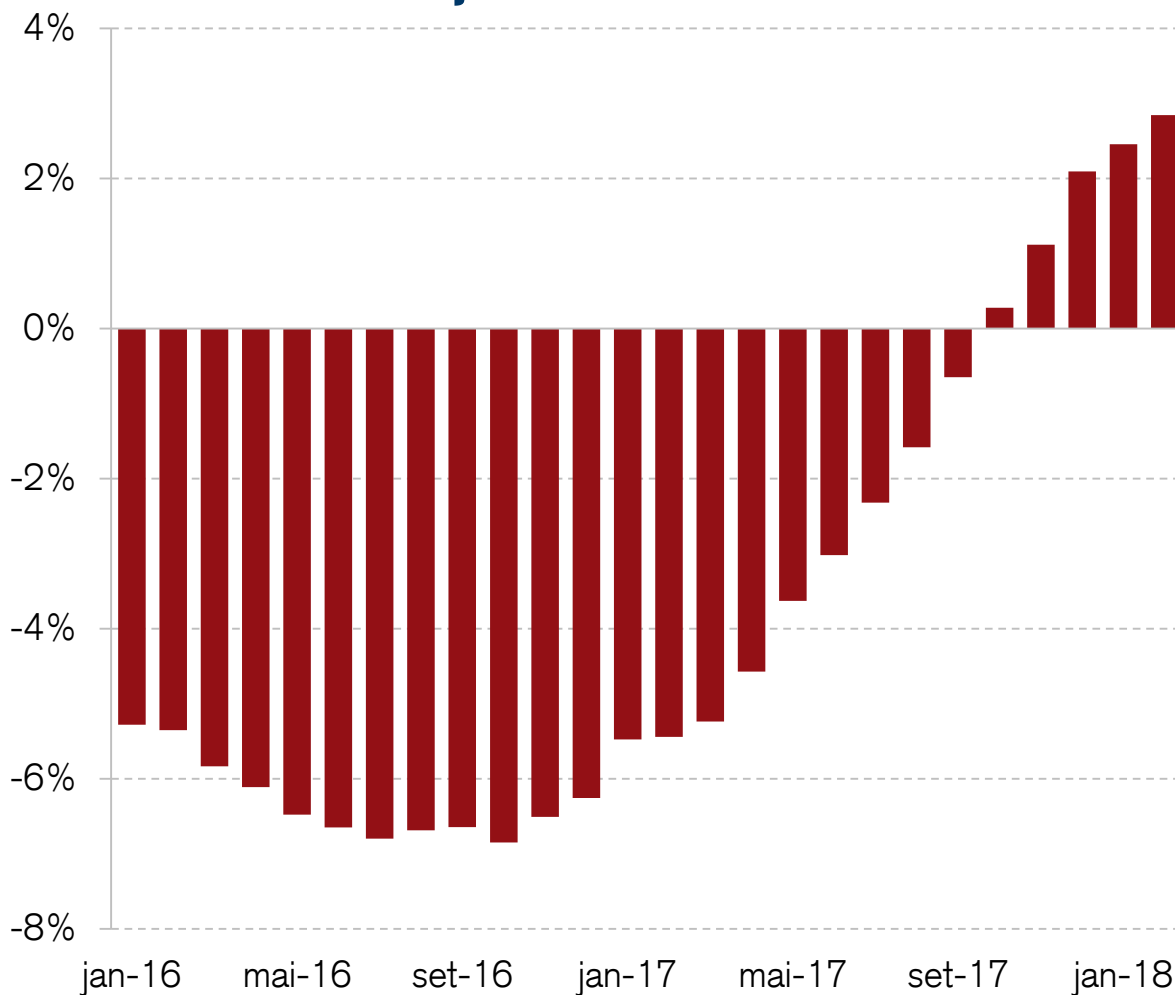


Rendimento Real (%)

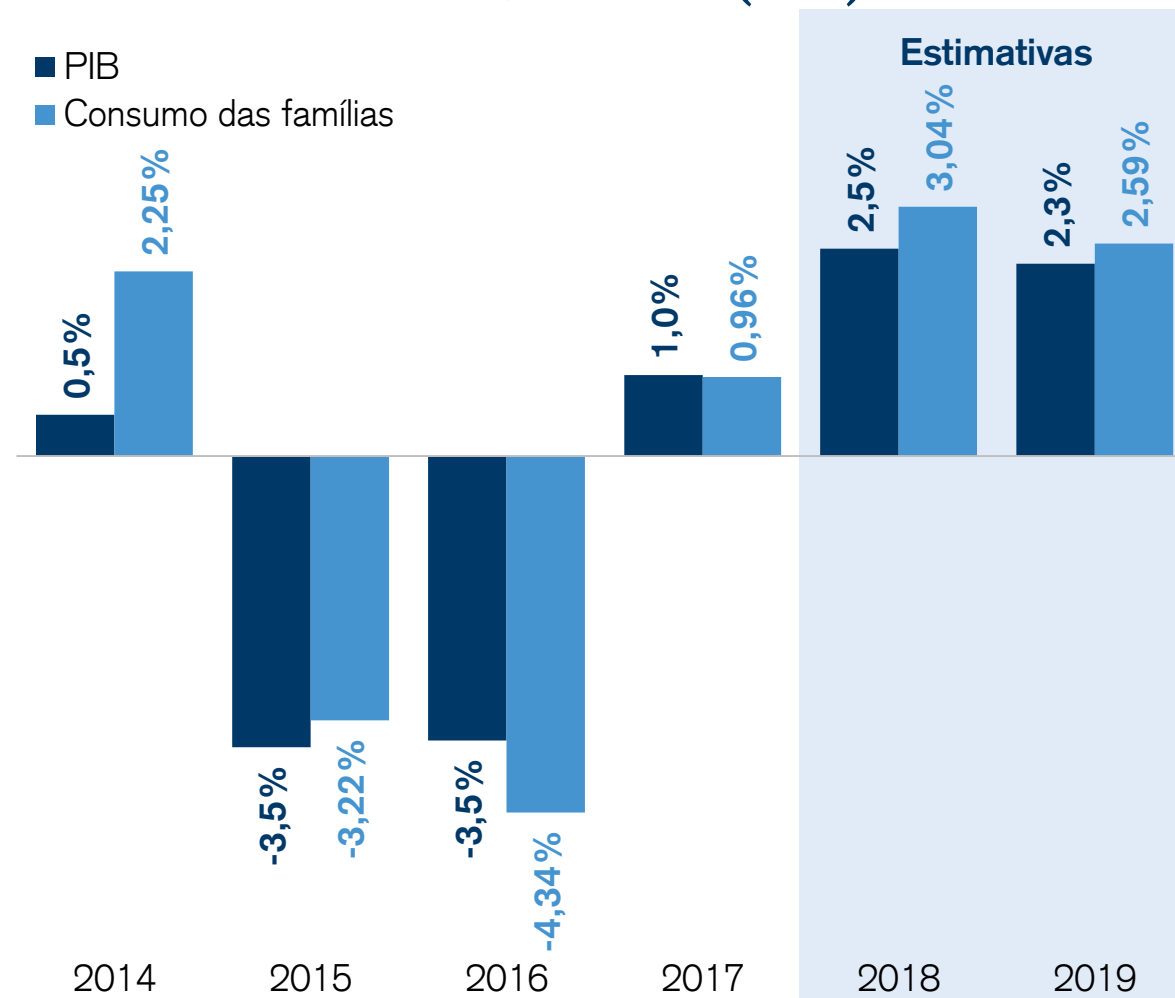


(2) Retomada do PIB vem principalmente pelo consumo

Vendas Varejo Acumulado 12 meses



PIB e Consumo (YoY)



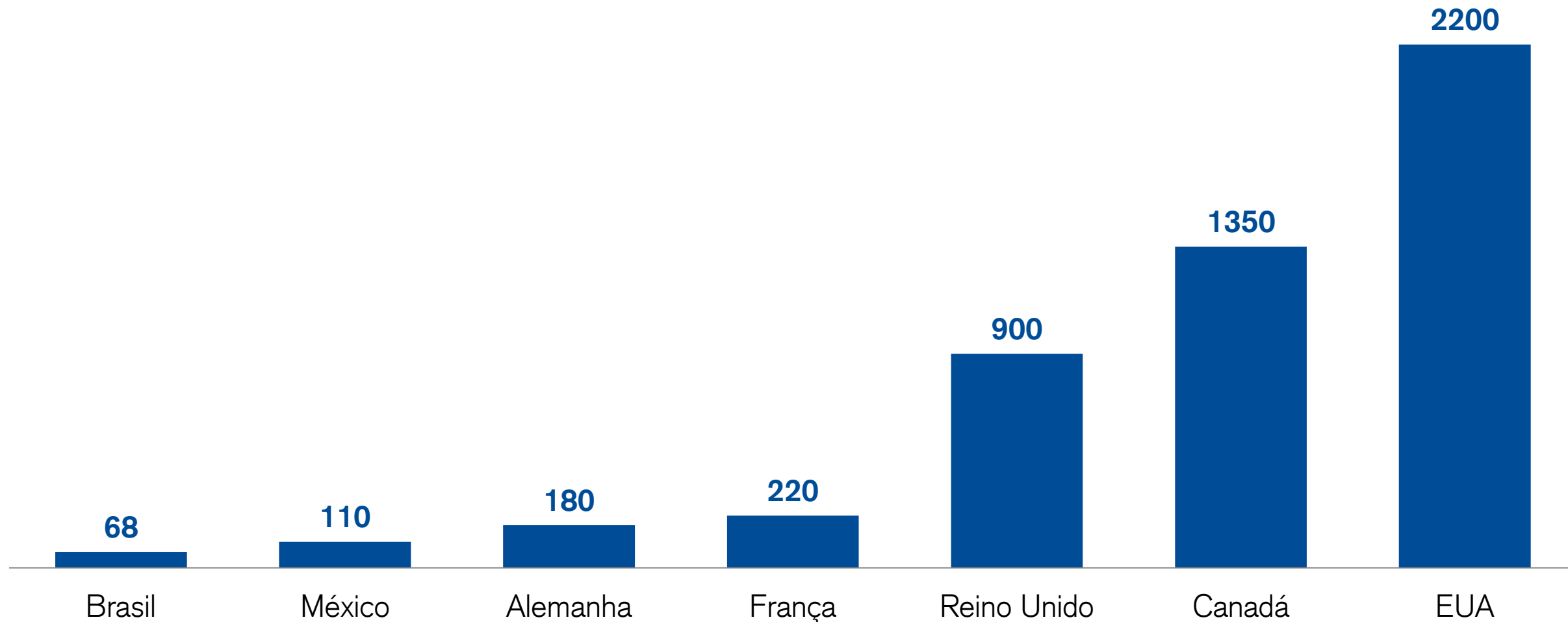
Questões Chave:

1. O fechamento de shoppings nos EUA é um fenômeno isolado ou indica uma tendência?

2. O *e-commerce* vai acabar com o negócio de shoppings?
E no Brasil?

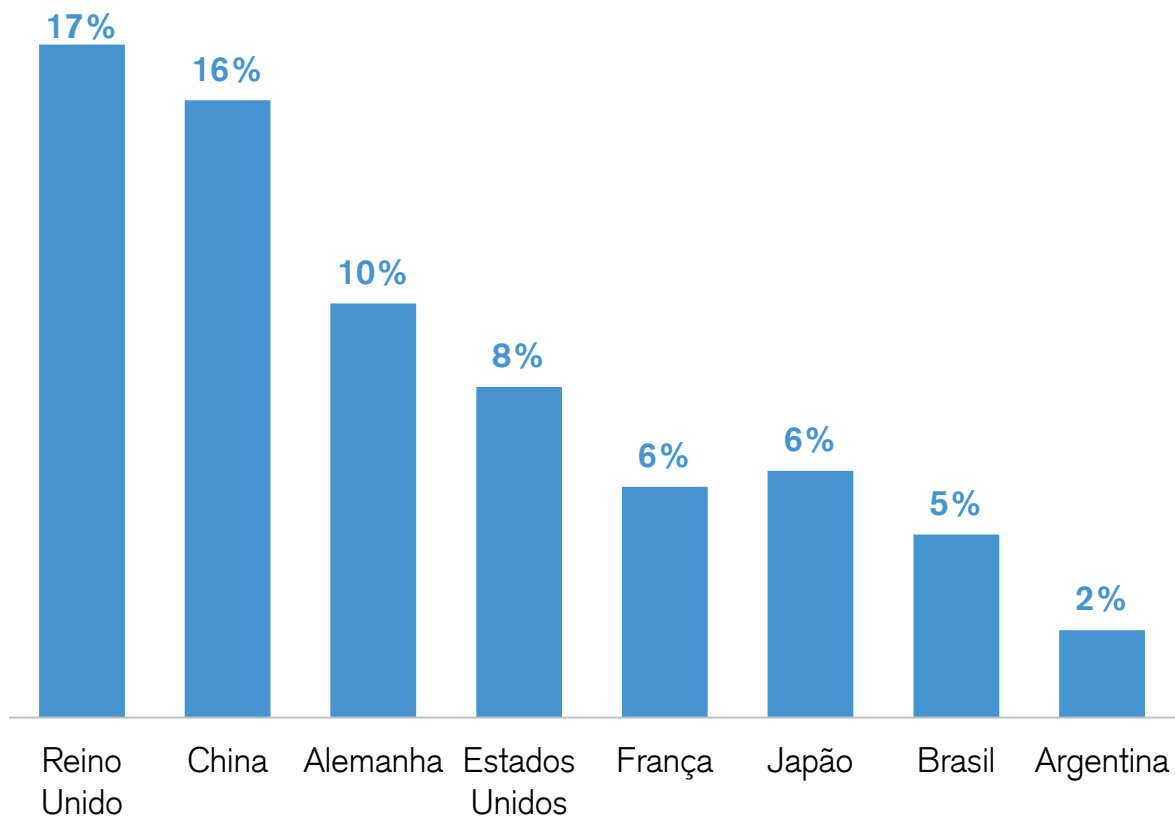
Shoppings – Penetração Brasil vs Outros Países

ABL m²/1.000 habitantes

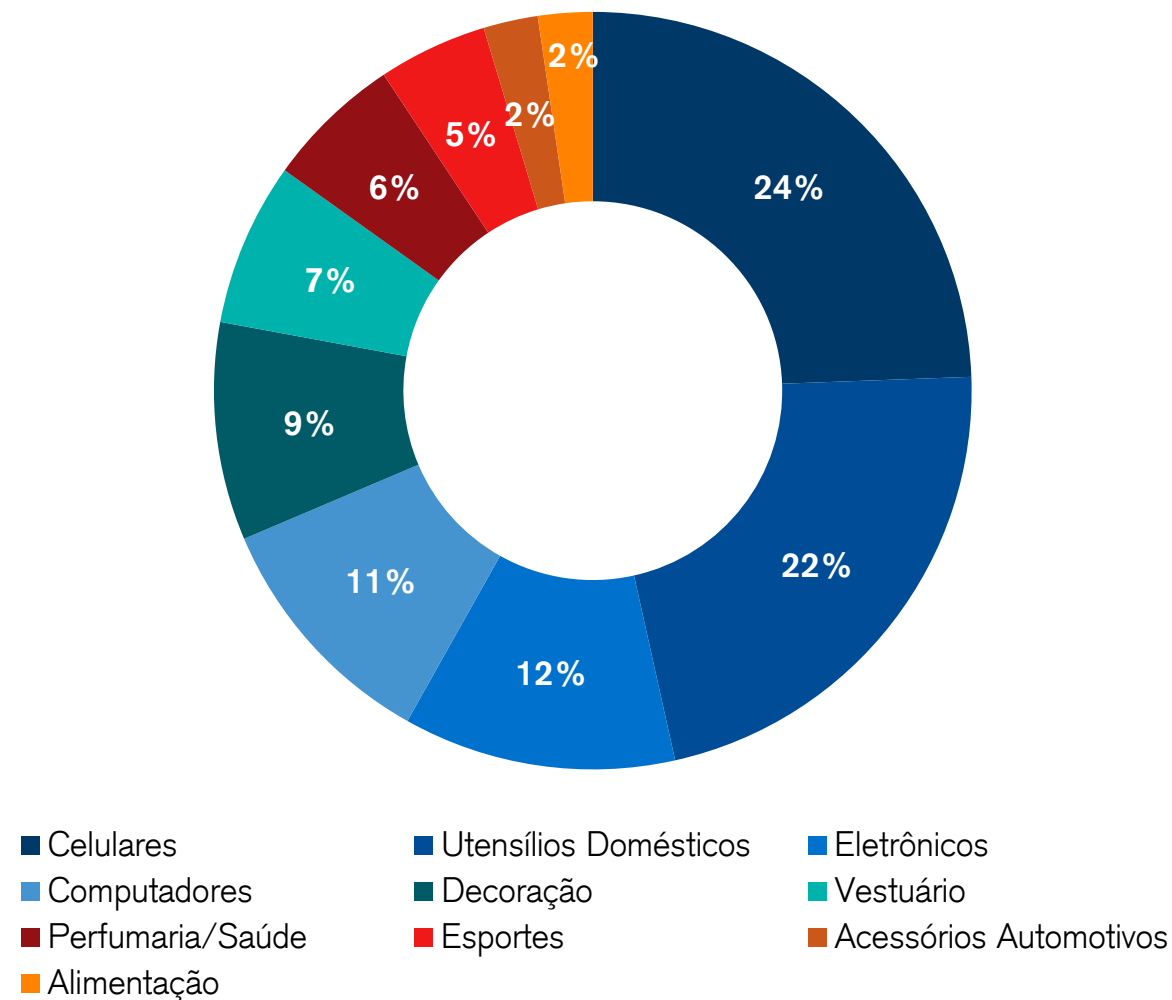


E-Commerce – Brasil e mundo

E-commerce/Varejo Total



Breakdown de vendas (E-commerce Brasil)



Em resumo

1. Mercado de Shoppings no Brasil apresenta espaço para crescimento – Vendas e geração de *NOI*¹ neste próximo ciclo (eleição pode acentuar ou atenuar a curva, mas não altera a tendência).
2. *E-commerce* é um tema, mas ainda bem distinto do *case* Americano
 - Shopping no Brasil funciona também como centro de compras, mas é bem mais do que isso;
 - Ineficiência do modal logístico no Brasil vis-à-vis a realidade em outros países desenvolvidos;
 - Comportamento do Consumidor (principalmente das classes ascendentes), segurança, ambiência são fatores de proteção importantes.
3. Entendemos que o conceito de Shopping Dominante é importante para estratégia de longo prazo da carteira do CSHG Brasil Shopping FII.

Agenda



CSHG Brasil Shopping FII



Mercado de Shoppings



Ativismo: Casos Reais



Agenda Estratégica

Ativismo: Casos Reais

Shopping Penha

Shopping Tivoli

Shopping Goiabeiras

Shopping Center Penha

Meta¹ de crescimento de 10% a.a. Nos próximos 3 anos

22%
do PL do Fundo



IPCA do período: 35,31 %

Ano	2013	2014	2015	2016	2017
Vacância ABL	368,58	540,77	319,4	654,72	1.036,94
Nº Lojas Vagas	6	7	7	12	19
Inadimplência	3,5%	4,8%	8,3%	8,6%	8,4%
Fluxo Pessoas	14.856.229	14.271.423	13.693.660	13.637.252	13.174.519
Fluxo Veículos	1.480.770	1.482.316	1.421.375	1.305.694	1.284.896
Vendas (valores em R\$ milhares)	398.448	424.142	410.220	399.569	403.741

Agenda

- Nova identidade e posicionamento do Shopping, no novo mercado e nova situação da sua micro-região
- Alteração estratégica do *mix* do Shopping
- Investimentos no *Retrofit* da fachada do Shopping
- Reuniões Mensais de inadimplência e recuperação de crédito

Shopping Center Penha

São Paulo – SP

22%
do PL do Fundo



Posicionamento



*Estar na Penha é uma coisa,
ser da Penha é outra.*

*O Shopping Penha abraça
a identidade do bairro e
estimula a evolução da
comunidade local.*

*Mais do que apenas um bom shopping
local, o Penha pode se posicionar como
um protagonista da região. Para isso, o
convite é interagir mais com o bairro,
engajando-se no fortalecimento do
comércio, da cultura, da segurança e na
resolução de outros dilemas importantes.
Ir além das paredes tornará o Penha
mais forte também dentro delas,
construindo uma relação emocional
profunda e perene com os clientes.*

Missão

(O papel que devo cumprir
frente a esse contexto.)

*Ser um shopping que contribui
para a transformação
comercial, cultural e urbana
do bairro da Penha.*

N Ó S

Comercial

*Parcerias com lojistas do
entorno para criação de um
"distrito" comercial mais
coeso e atrativo.*

Cultural

*Fomento à cultura do bairro,
dando visibilidade à produção
artística local e aproximando-a
da população.*

Urbana

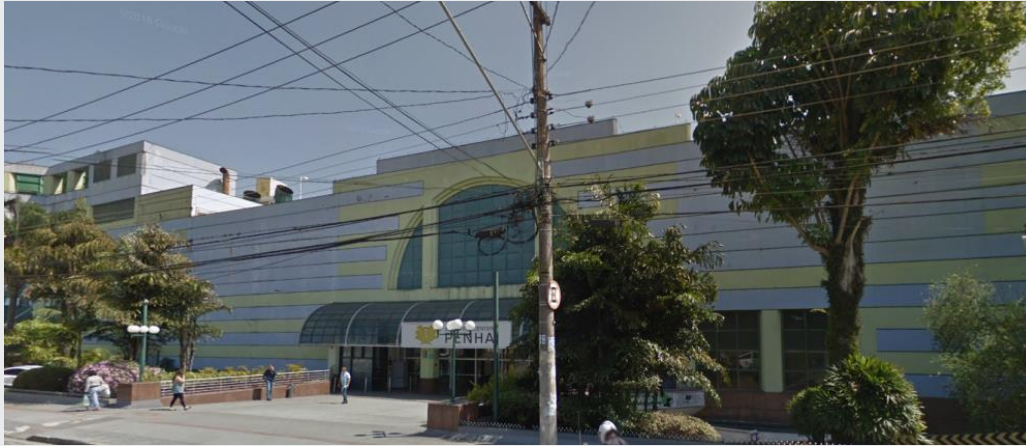
*Revitalização da área
primária, contribuindo para
a melhoria da segurança,
iluminação, transporte etc.*

Shopping Center Penha

São Paulo – SP

22%
do PL do Fundo

Antes



Depois (Perspectiva)



Tivoli Shopping Center

Santa Bárbara d'Oeste – SP

11%
do PL do Fundo



	2015	2016	2017	Var 17/16 (%)
VACÂNCIA DEZEMBRO QTDE	39	41	33	-19.51%
ABL	23,696.66	23,510.21	23,877.91	1.56%
ENTRADAS QTDE	19	11	27	145.45%
SAÍDAS QTDE	13	9	19	111.11%
INADIMPLÊNCIA %	4.57%	10.66%	8.87%	-16.79%
FLUXO DE VEÍCULOS	1,795,993	1,702,939	1,789,703	5.09%
VENDAS ABSOLUTAS	209,315,000	227,092,000	255,935,000	12.70%
VENDAS ABSOLUTAS SSS	129,021,000	216,242,000	233,702,000	8.07%
CONDOMÍNIO M²	74.40	76.52	71.38	-6.72%
QTDE DE EVENTOS REALIZADOS	37	56	108	92.86%

Agenda

- Fechamento da vacância do *mall* consolidado;
- Melhoria do *Mix* do *Mall* consolidado;
- Trabalho muito forte junto aos órgãos e empresários locais;
- Investimento em novas lojas na Expansão “Marcas Nacionais”;
- Investimentos na área *Gourmet* e Fachada antiga;
- Meta de 18 milhões de *NOI* para os próximos 2 anos.

Tivoli Shopping Center

Santa Bárbara d'Oeste – SP

11%
do PL do Fundo



Goiabeiras Shopping Center

Cuiabá – MT

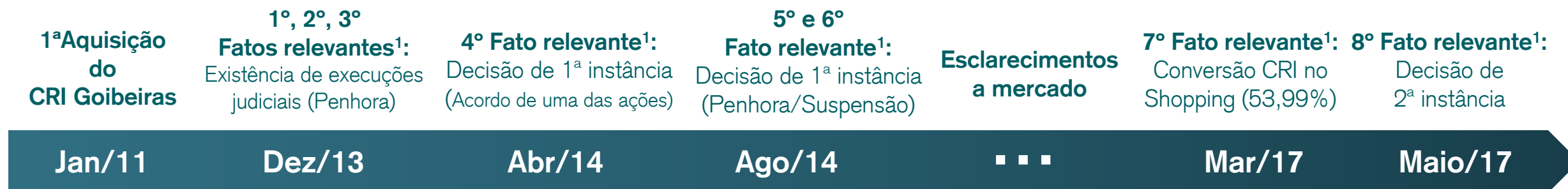
11%
do PL do Fundo



Agenda

- Solução estruturante de problema jurídico;
- Melhoria do *mix* e redução de vacância
 - Implementação da área *gourmet*;
 - Academia e outros;

Solução do Problema Jurídico



11º Fato relevante¹ (15 de fevereiro de 2018)

- ✓ TJ SP reitera decisões anteriormente tomadas;
- ✓ **Administradora comunica a realização de acordo com terceiro que, independentemente do resultado dos procedimentos judiciais em andamento, fica mantida a senioridade dos CRI;**
- ✓ A soma da fração do Goiabeiras detida pelo FII somada à posição do mesmo ni CRI monta a 12,8% do PL.

Agenda



CSHG Brasil Shopping FII



Mercado de Shoppings



Ativismo: Casos Reais



Agenda Estratégica

Agenda Estratégica



Buscar a consolidação o HGBS11 como o maior e melhor portfólio de shoppings em FIs



“Destruar” valor dos shoppings Penha, Tivoli e Goiabeiras



Realizar novas aquisições e reciclagem de ativos no momento ótimo

Nosso *target* é ter um portfólio 50/70% composto por shoppings dominantes, combinando ganho de capital no longo prazo e *Yield* no curto.

Nos últimos 6 meses, avaliamos mais de 30 oportunidades de aquisições.

Mapeamos e avaliamos um conjunto de ativos que se enquadram na nossa tese;

CSHG Brasil Shopping FII – CNPJ nº 08.431.747/0001-06

Investimento Mínimo

Não aplicável (cotas negociadas no mercado secundário)

Saldo Mínimo

Não aplicável (cotas negociadas no mercado secundário)

Movimentação Mínima

Não aplicável (cotas negociadas no mercado secundário)

Cota Aplicação

Não aplicável (cotas negociadas no mercado secundário)

Cota Resgate

Não aplicável (cotas negociadas no mercado secundário)

Liquidação Resgate

Não aplicável (cotas negociadas no mercado secundário)

Taxa de Administração

0,6% a.a. sobre o valor de mercado das cotas do Fundo. Para maiores informações, recomendamos a leitura do Regulamento do Fundo.

Taxa de Performance

Não há

Taxa de Saída

Não aplicável (cotas negociadas no mercado secundário)

PL médio últimos 12 meses:

R\$ 1.187.791.010,17

Cota

R\$2.384,00 (mercado); R\$ 2.314,66 (patrimonial)

Horário para movimentação:

Não aplicável (cotas negociadas no mercado secundário)

Objetivo

O Fundo tem por objeto a aquisição, para exploração comercial, de empreendimentos imobiliários comerciais devidamente construídos, através da aquisição de parcelas e/ou da totalidade de empreendimentos imobiliários, incluindo-se ações ou cotas de sociedades cujo único propósito se enquadre entre as atividades permitidas ao Fundo, bem como cotas de outros fundos de investimento imobiliário, para posterior alienação, locação ou arrendamento, inclusive bens e direitos a eles relacionados, notadamente Shopping Centers, desde que atendam aos critérios de enquadramento e à política de investimentos do Fundo.

Público-alvo

Investidores em geral

Início:

Dezembro de 2006

Aplicação inicial:

Não aplicável

Classificação Anbima

FII Renda Gestão Ativa - Shoppings

Gestor

Credit Suisse Hedging-Griffo Corretora de Valores S.A.

Administrador

Credit Suisse Hedging-Griffo Corretora de Valores S.A.

Custodiante

Itaú Unibanco S.A.

Este material foi preparado com base em informações públicas, dados desenvolvidos internamente e outras fontes externas 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 ou sugestão de alocação ou adoção de estratégias por parte dos destinatários. Recomendamos uma consulta a assessores de investimento e profissionais especializados para uma análise específica, personalizada antes da sua decisão sobre produtos, serviços e investimentos. A Credit Suisse Hedging-Griffo poderá estabelecer a seu exclusivo critério requisitos e procedimentos específicos para abertura de contas e acesso a produtos. Fundos de investimento não contam com a Garantia do Administrador do fundo, do gestor da carteira, de qualquer mecanismo de seguro ou, ainda, do Fundo Garantidor de Créditos (FGC). Rentabilidade obtida no passado não representa garantia de rentabilidade futura. Ao investidor é recomendada a leitura cuidadosa do prospecto e regulamento do Fundo de Investimento antes de aplicar seus recursos. Para fundos que perseguem a manutenção de uma carteira de longo prazo, não há garantia de que o fundo terá tratamento tributário para fundos de longo prazo. As rentabilidades divulgadas são líquidas de taxas de administração e de performance e brutas de impostos. 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. Verifique se os fundos utilizam estratégia com derivativos como parte integrante de suas políticas de investimento. Tais estratégias podem resultar em perdas patrimoniais para seus cotistas, podendo inclusive acarretar perdas superiores ao capital aplicado e a consequente obrigação do cotista de aportar recursos adicionais para cobrir os prejuízos dos fundos. Verifique se os fundos estão autorizados a realizar aplicações em ativos financeiros no exterior. Verifique se os fundos investem em crédito privado. Tais fundos podem estar sujeitos a risco de perda substancial do patrimônio líquido em caso de eventos que acarretem o não pagamento dos ativos integrantes da sua carteira. Os fundos apresentados podem estar expostos a significativa concentração em ativos de poucos emissores, variação cambial e outros riscos não mencionados neste material. O investimento em determinados ativos financeiros pode sujeitar o investidor a significativas perdas patrimoniais. Ao investidor cabe a responsabilidade de se informar sobre eventuais riscos previamente à tomada de decisão sobre investimentos. Este material não deve substituir o julgamento independente dos investidores. Verifique a data de início das atividades dos fundos. Para avaliar a performance de fundos de investimento, é recomendável uma análise de, no mínimo, 12 meses. Desde 2 de maio de 2008, todos os fundos de investimento que utilizam ativos de renda variável em suas carteiras deixaram de apurar sua rentabilidade com base na cotação média das ações e passaram a fazê-lo com base na cotação diária de fechamento desses ativos. Verifique se a liquidação financeira e a conversão dos pedidos de resgate deste Fundo podem ocorrer em outra data diferente daquela em que foi feito o respectivo pedido. Este material apresenta conclusões, opiniões, portfólios hipotéticos, sugestões de alocação e projeções de retorno feitas sob determinadas premissas. Ainda que a Credit Suisse Hedging-Griffo acredite que essas premissas sejam razoáveis e factíveis, não pode assegurar que sejam precisas ou válidas em condições de mercado no futuro ou, ainda, que todos os fatores relevantes tenham sido considerados na determinação dessas conclusões, opiniões, sugestões, projeções e hipóteses. As conclusões, opiniões, sugestões de alocação, projeções e hipóteses são baseadas nas condições de mercado e em cenários correntes e passados que podem variar significativamente no futuro. Projeções não significam retornos futuros. Os resultados reais de um portfólio ou sugestão de alocação equivalentes aos apresentados podem divergir dos resultados indicativos daqueles aqui descritos. O objetivo de investimento, as conclusões, opiniões, sugestões de alocação, projeções e hipóteses apresentadas são uma mera estimativa e não constituem garantia ou promessa de rentabilidade e resultado ou de isenção de risco pela Credit Suisse Hedging-Griffo. Os dados acima constituem uma estimativa e não asseguram ou sugerem a existência de garantia de resultados ou isenção de risco para o investidor (conforme Cap. V, Seção I, Art. 40, § 2º, CVM 555). Eventuais mudanças nas premissas, análises, estimativas, cenários, conclusões e projeções podem impactar ou modificar o conteúdo deste material. As análises aqui apresentadas não pretendem conter todas as informações relevantes que um investidor deve considerar e, dessa forma, representam apenas uma visão limitada do mercado. As informações, conclusões e análises apresentadas podem sofrer alteração a qualquer momento e sem aviso prévio e podem ser diferentes ou contrárias àquelas apresentadas por outras áreas, colaboradores ou empresas do grupo. A Credit Suisse Hedging-Griffo não está obrigada a divulgar tais materiais diversos. Alguns produtos e ativos mencionados podem não estar disponíveis ou cotados nos preços esperados ou projetados no momento da contratação ou do investimento pelo investidor. A Credit Suisse Hedging-Griffo não garante a disponibilidade, liquidação da operação, liquidez, pagamento de juros, remuneração, retorno ou preço dos produtos ativos mencionados neste material. A Credit Suisse Hedging-Griffo não garante a veracidade e integridade das informações e dos dados, tampouco que estejam livres de erros ou omissões. As informações se referem às datas mencionadas, podem sofrer alteração a qualquer momento e não serão atualizadas. A Credit Suisse Hedging-Griffo não se responsabiliza por erros, omissões nem pelo uso das informações contidas neste material. Este material não pode ser copiado, reproduzido ou distribuído, total ou parcialmente, sem a expressa concordância da Credit Suisse Hedging-Griffo.

Credit Suisse Hedging-Griffo

R. Leopoldo Couto de Magalhães Jr., 700 - 12º andar

São Paulo | SP | Brasil

04542-000

www.cshg.com.br

Atendimento a clientes

DDG: 0800 558 777

www.cshg.com.br/contato

Ouvidoria

DDG: 0800 77 20 100

www.cshg.com.br/ouvidoria