



GeneralShopping^{BRASIL}

Março 2009

Disclaimer



Esta apresentação contém declarações e informações prospectivas a respeito da General Shopping. Estas declarações e informações prospectivas baseiam-se em premissas e expectativas futuras que poderão não se concretizar e não são garantia do desempenho futuro da Companhia. As referidas declarações e informações prospectivas estão e estarão, conforme o caso, sujeitas a riscos, incertezas e outros fatores relativos às operações e aos ambientes de negócios da General Shopping, em virtude dos quais os resultados reais da Companhia podem diferir de maneira relevante de resultados futuros expressos ou implícitos nas declarações e informações prospectivas constantes do presente material.

Embora a General Shopping acredite que as premissas e expectativas utilizadas para a divulgação das declarações e informações prospectivas sejam razoáveis e baseadas em dados atualmente disponíveis à sua administração, a General Shopping não pode garantir resultados ou acontecimentos futuros. A General Shopping isenta-se expressamente do dever de atualizar qualquer uma das declarações e informações prospectivas contidas no presente material.

Esta apresentação não constitui oferta, convite ou solicitação de oferta de subscrição ou compra de quaisquer valores mobiliários. Esta apresentação e seu conteúdo não constituem a base de um contrato ou compromisso de qualquer espécie.

Agenda

Desempenho Financeiro

Visão Geral da GSB

Panorama do Setor

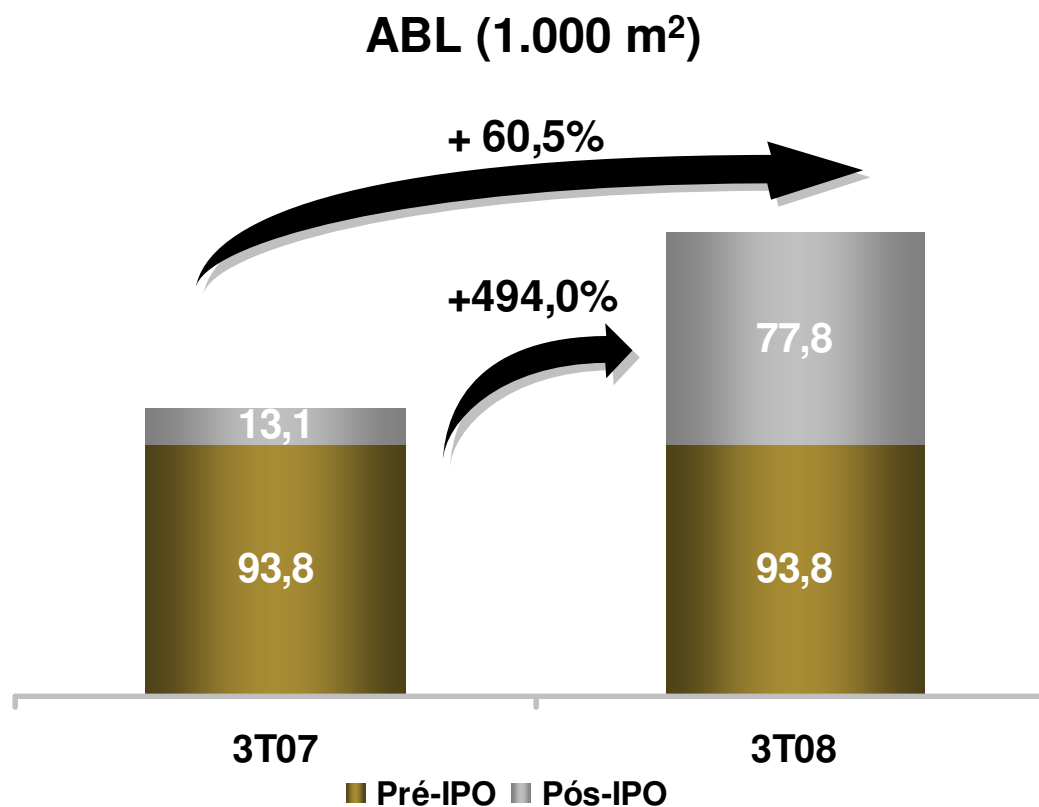


GeneralShopping^{BRASIL}

Desempenho Financeiro

Área Bruta Locável Própria

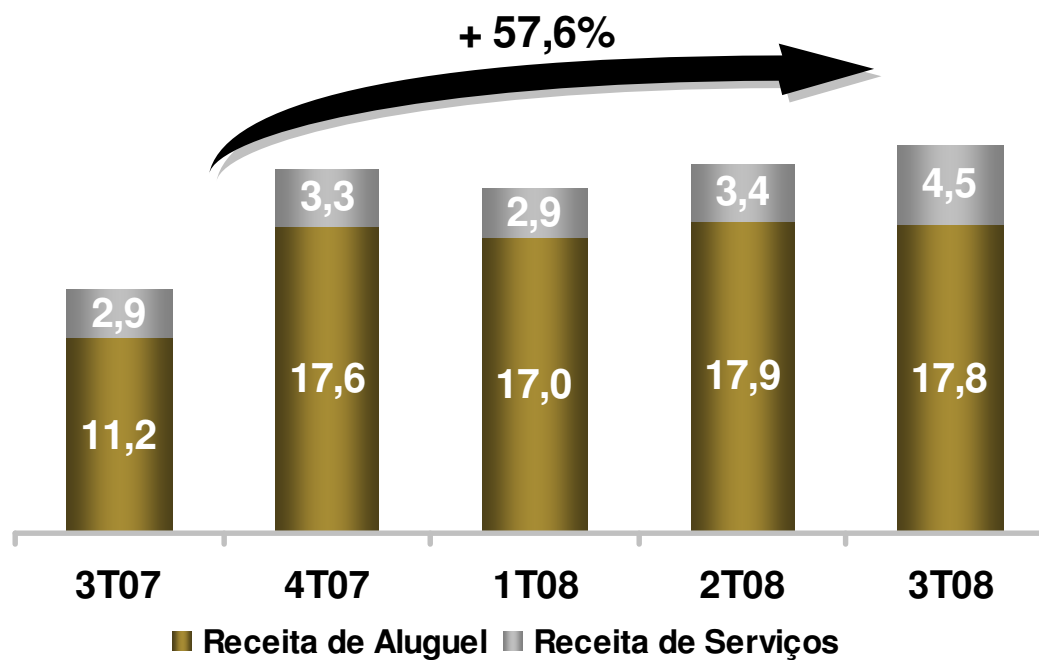
Maior Crescimento em ABL



Receita Bruta Total



Receita Bruta (R\$ milhões)



R\$ Milhões	3T07	4T07	1T08	2T08	3T08
Aluguéis	11,2	17,6	17,0	17,9	17,8
Serviços	2,9	3,3	2,9	3,4	4,5
Total	14,1	20,9	19,9	21,3	22,3

Receita Bruta Total



Same Store X Novo Portfólio

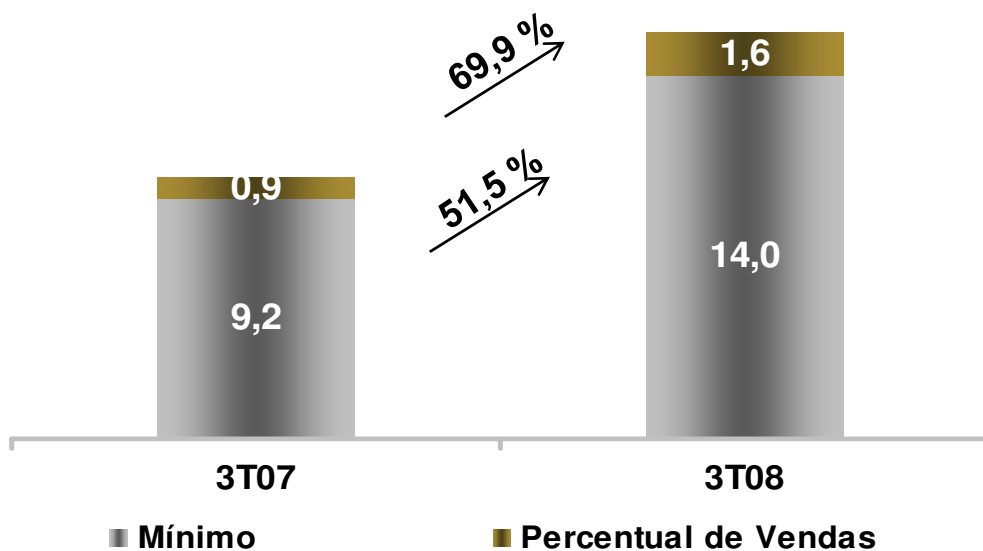
Same Store	3T07	4T07	1T08	2T08	3T08
ABL (m ²)	86.699	86.699	86.699	86.699	93.791
Aluguéis (R\$ / m ²)	114,4	146,8	116,4	118,8	114,0
Serviços (R\$ / m ²)	33,7	36,2	27,9	32,5	32,5

Novo Portfólio	3T07	4T07	1T08	2T08	3T08
ABL (m ²)	20.212	55.358	84.877	84.877	77.785
Aluguéis (R\$ / m ²)	65,2	69,9	81,5	89,6	91,9
Serviços (R\$ / m ²)	0,0	3,0	6,0	6,3	18,2

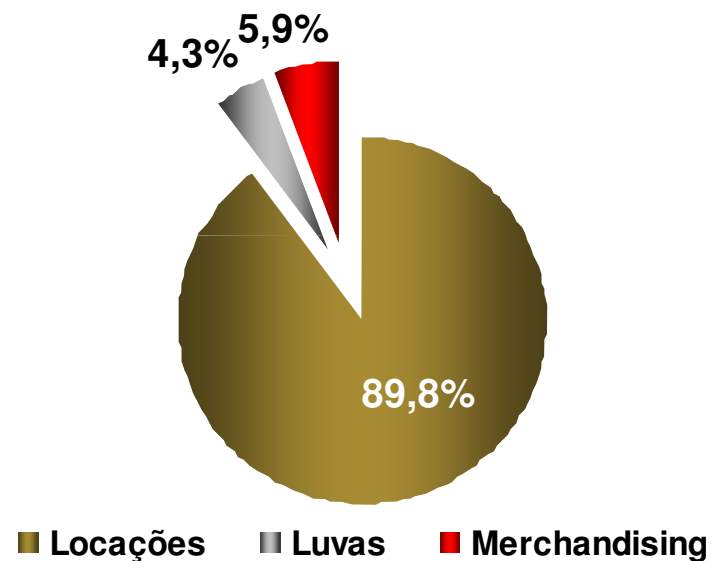
Receita de Aluguéis

GRACIS GRACIS GRACIS GRACIS GRACIS
Supermercado

Mínimo x Percentual de Vendas

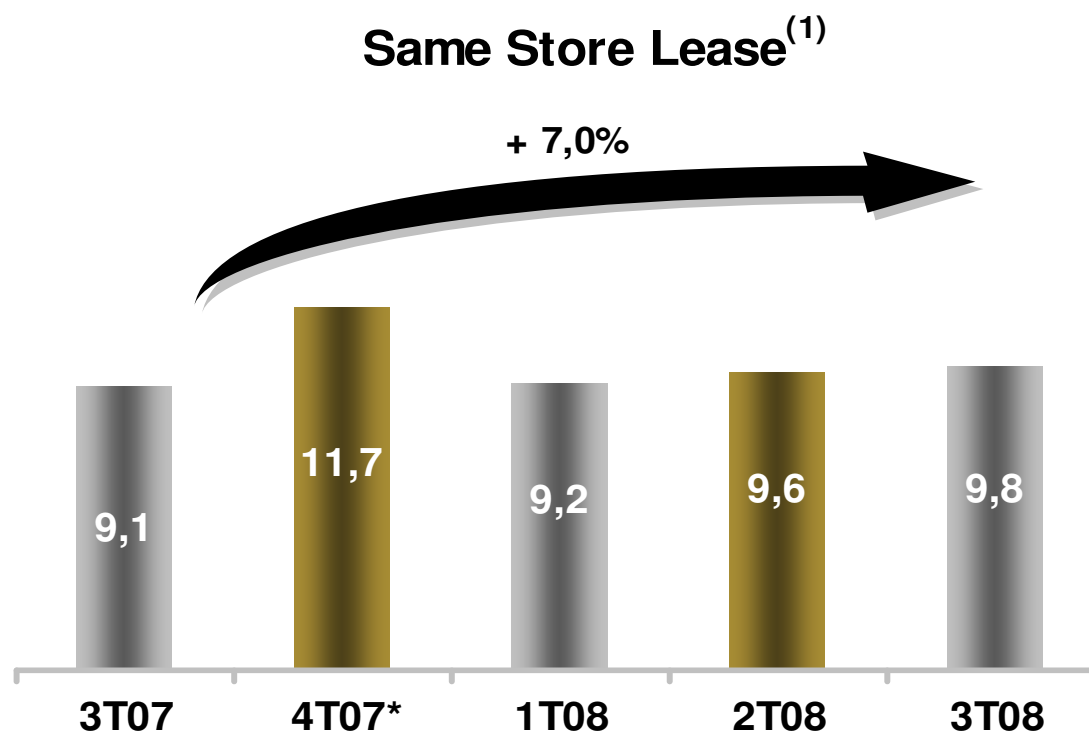


Receitas de Aluguéis - 3T08



Receita de Aluguéis

GRACIS GRACIS GRACIS GRACIS GRACIS

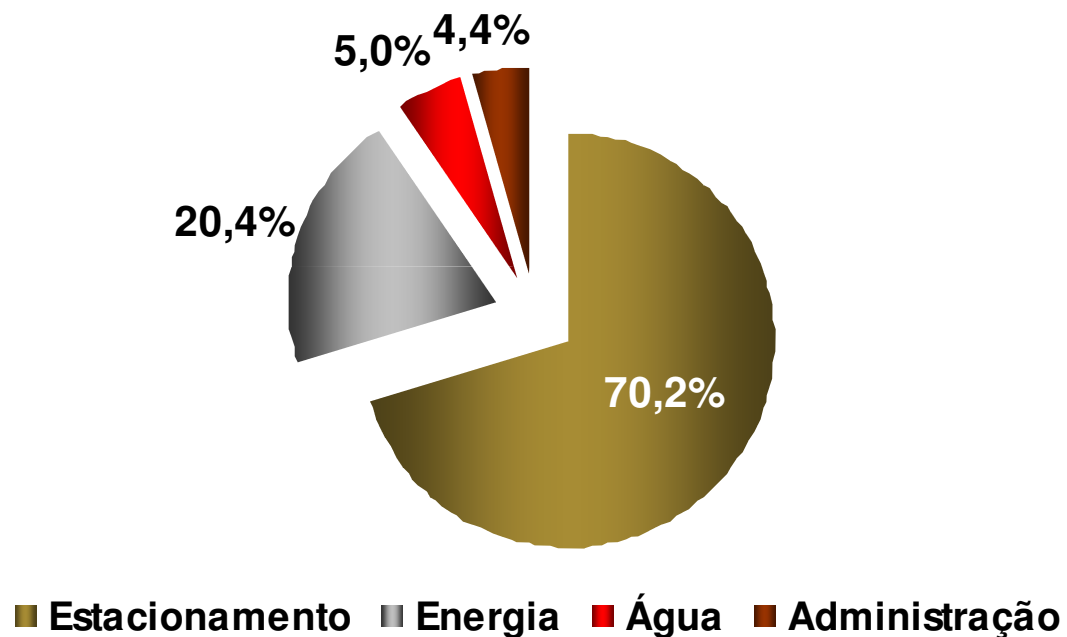


⁽¹⁾ Para melhor análise, incluído o Shopping Light em todos os trimestres

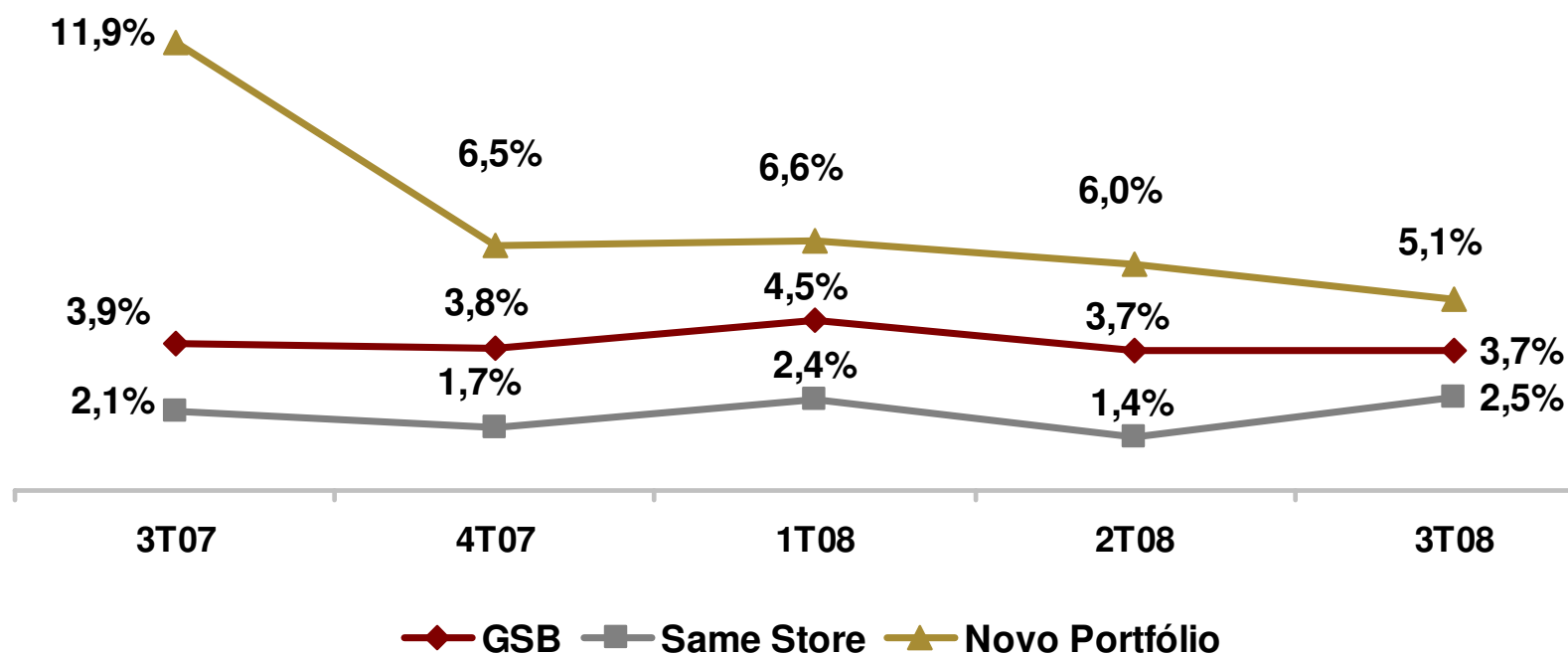
* Inclui aluguéis “dobrados” de lojas satélites em dezembro

Inovação em serviços

Receitas de Serviços - 3T08

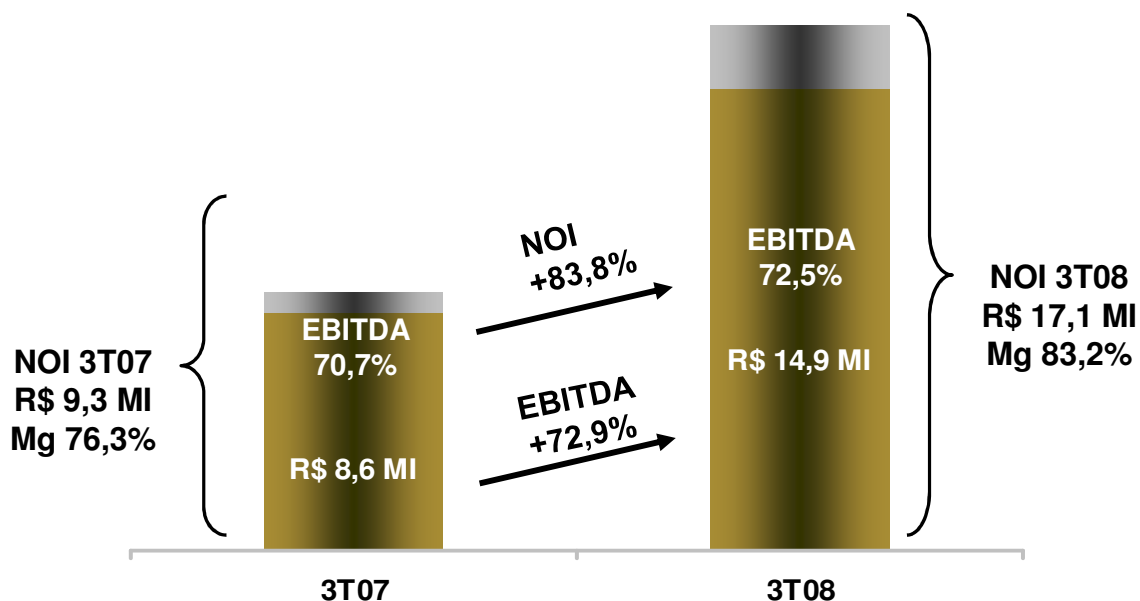


Melhoria de performance (*turn around*)



NOI x EBITDA Ajustado

Aumento de margens e de volumes



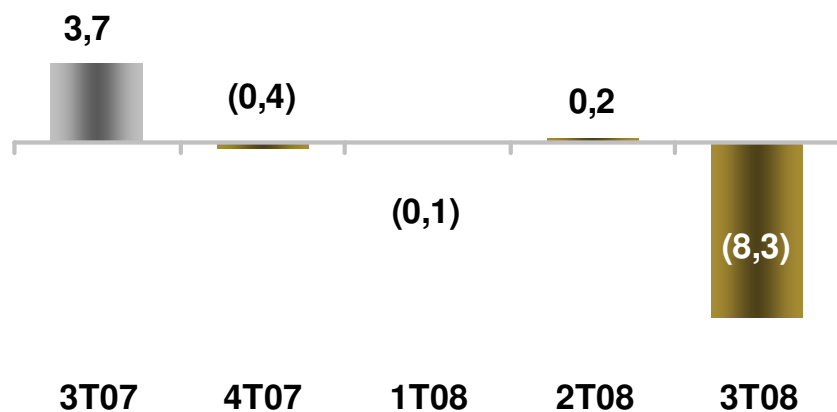
	3T07		3T08	
	R\$ MM	% (Rec Liq)	R\$ MM	% (Rec Liq)
Cash Cogs	2,9	23,7%	3,5	16,8%
Despesas	0,7	5,6%	2,2	10,7%

* Excluindo despesas não recorrentes

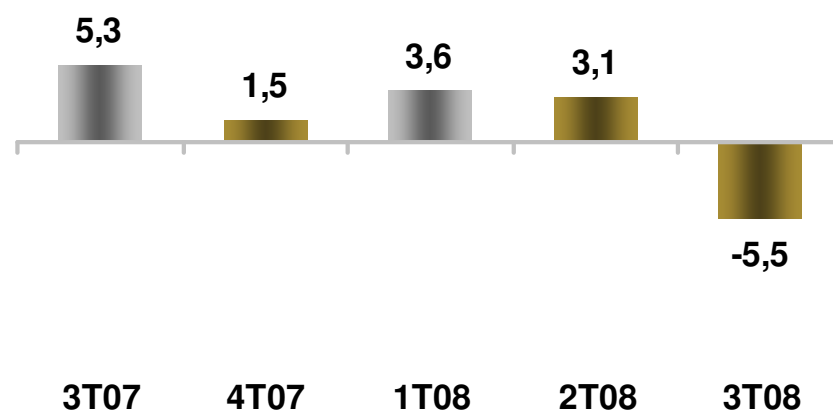
Lucro Líquido Ajustado X FFO Ajustado



Lucro Líquido Ajustado (R\$ milhões)



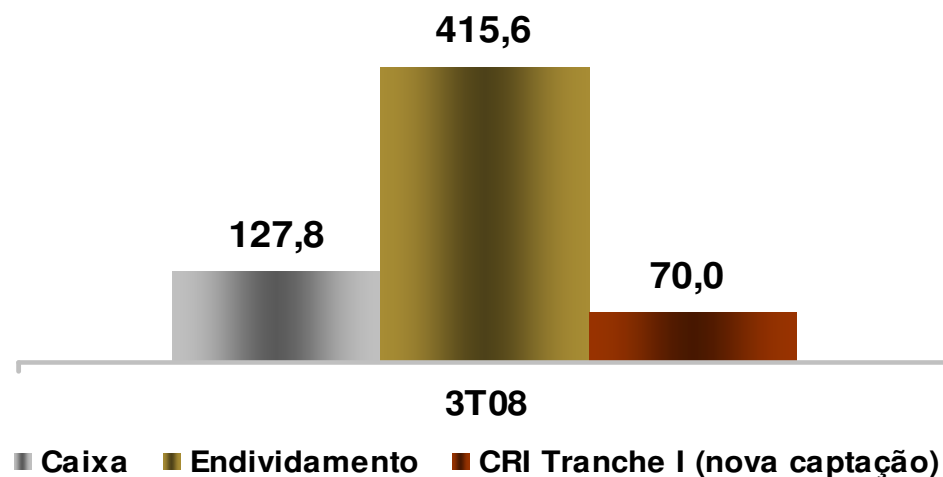
FFO Ajustado (R\$ milhões)



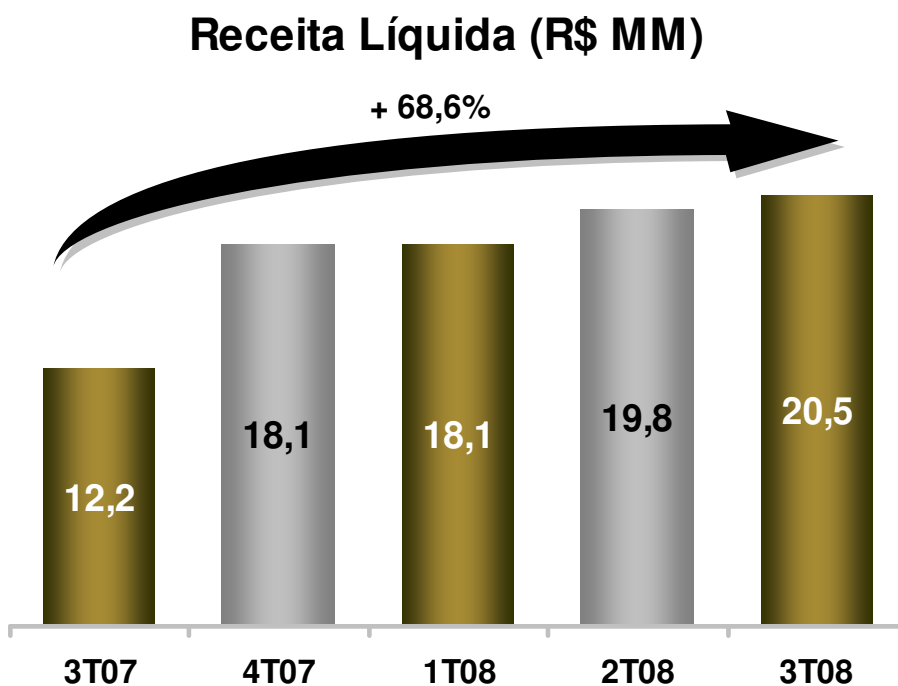
Caixa X Endividamento



Caixa x Endividamento (R\$ milhões)



	Cronograma de Amortização					%
	2008	2009	2010	Após 2010	Total	
BNDES	2,7	102,9	10,4	0,0	116,0	27,9%
Outros Bancos	3,4	97,8	0,0	0,0	101,2	24,4%
CCI	6,2	26,6	25,2	140,4	198,4	47,7%
Total	12,3	227,3	35,6	140,4	415,6	100,0%

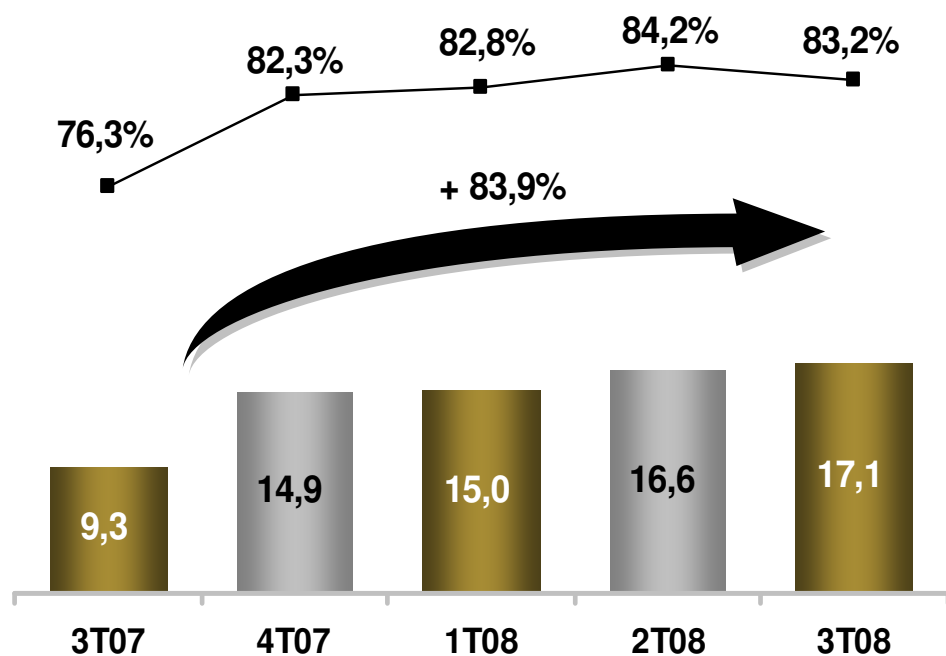


Evolução da Performance

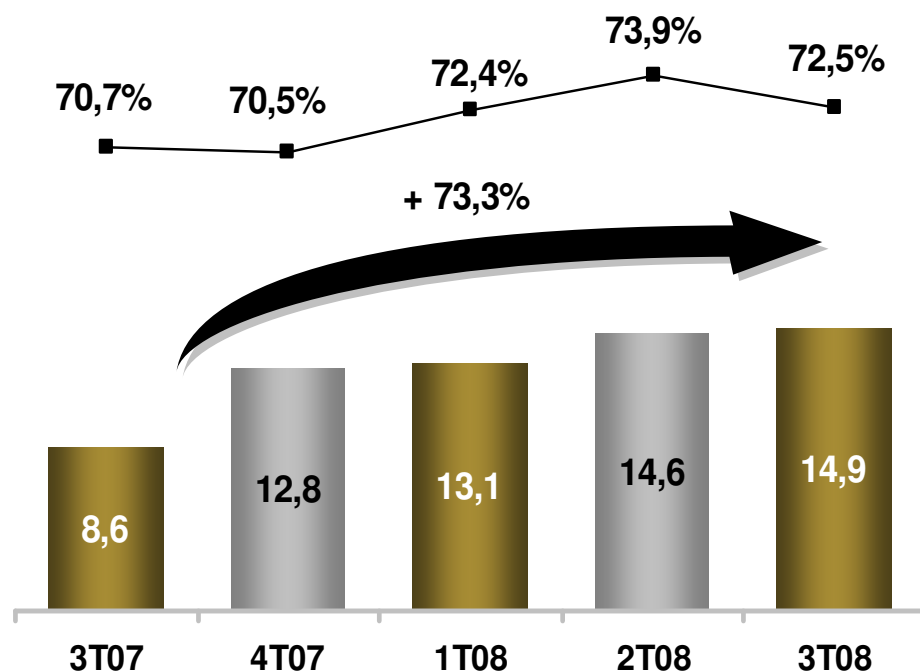


NOI e EBITDA da Companhia

NOI (R\$ MM) e Margem



EBITDA Ajustado (R\$ MM) e Margem





GeneralShopping^{BRASIL}

Visão Geral da GSB

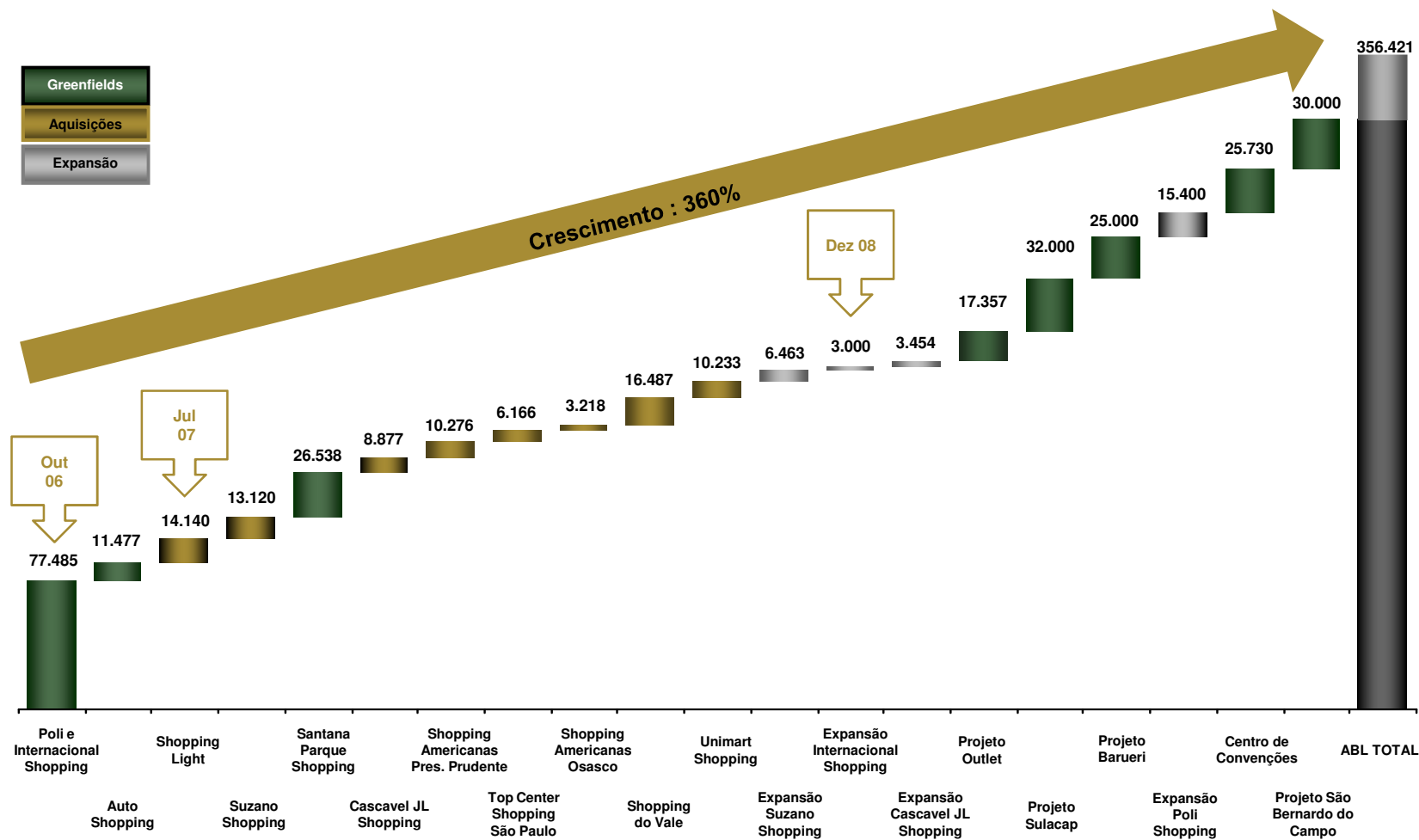
Diferenciais



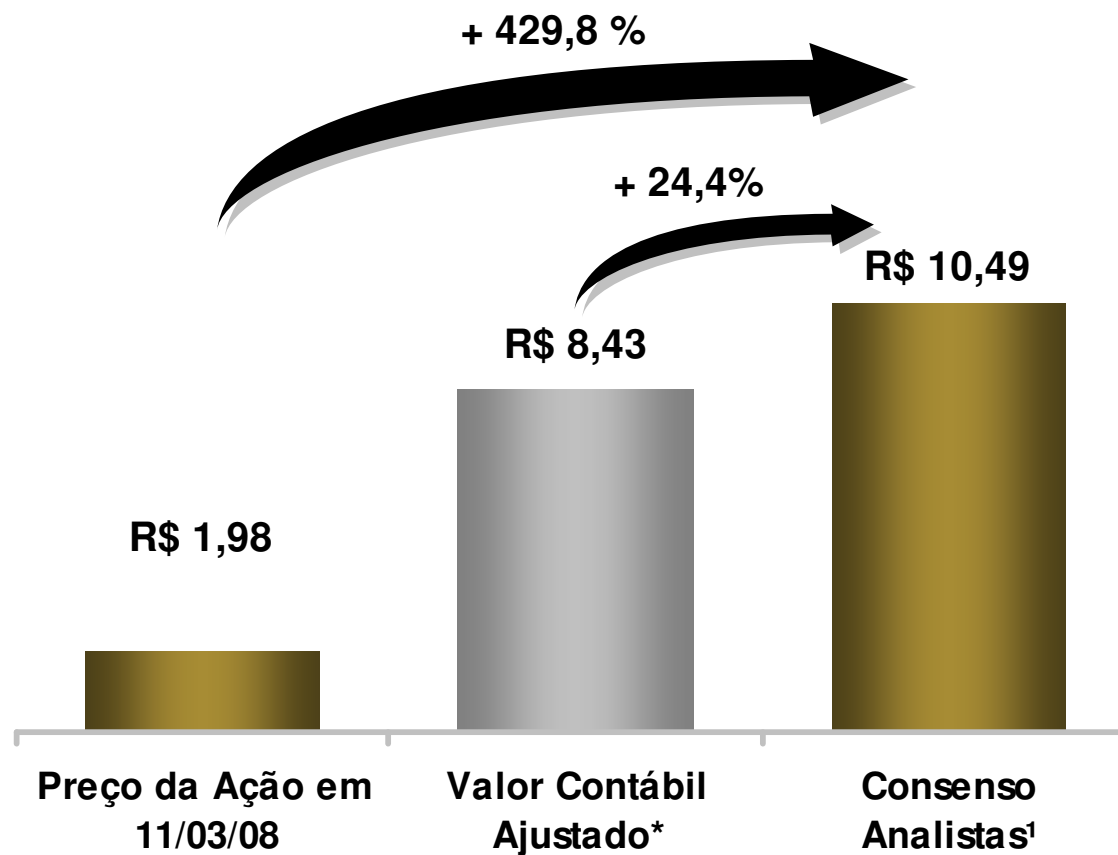
- Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo
- Classes de consumidores B e C como alvo
- Inovação em serviços complementares
- Participação majoritária: média de 87,3%

Portfólio

Evolução da ABL Total (m²)



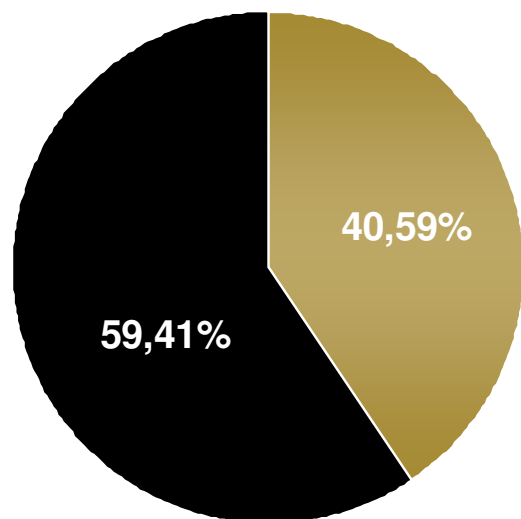
Potencial de Valorização das Ações



¹ Bloomberg 12/03/08.

* Utilizados valores do imobilizado reavaliados (pré-IPO), valores de aquisição (pós-IPO) e endividamento líquido 3T08.

Estrutura Acionária



	No. de ações
Bloco de controle	29.990.000
Free float	20.490.600
Total	50.480.600

■ Free float ■ Bloco de controle

Listado desde julho de 2007

Atividades de market-making (pela corretora Ágora Senior) desde Outubro/07

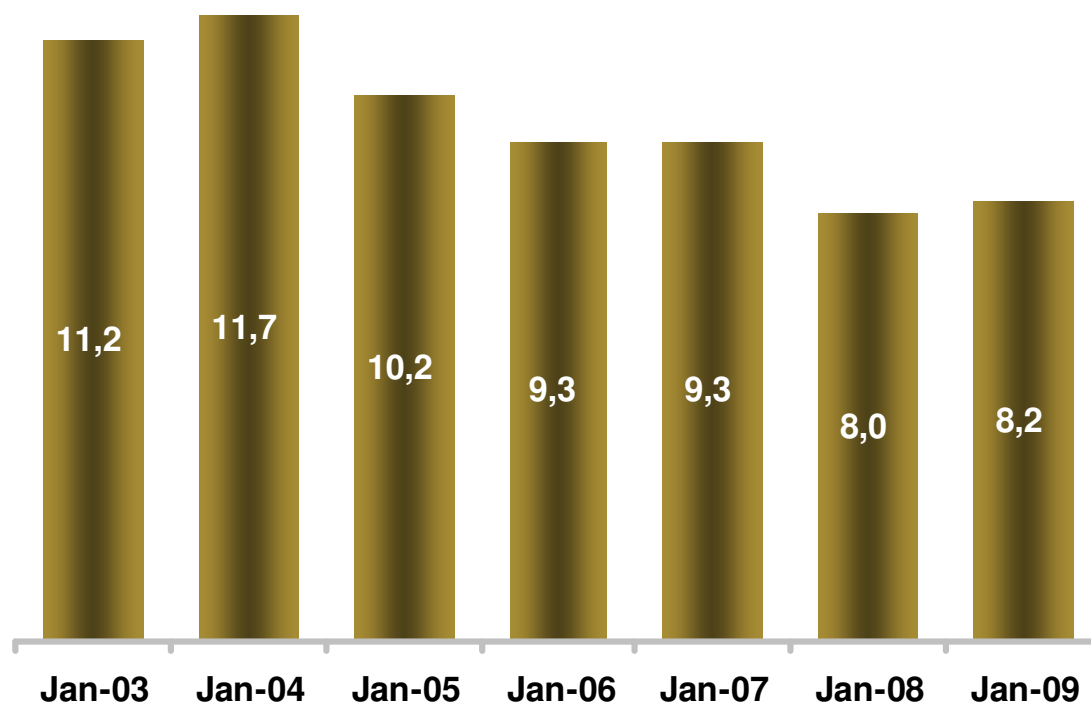




GeneralShopping^{BRASIL}

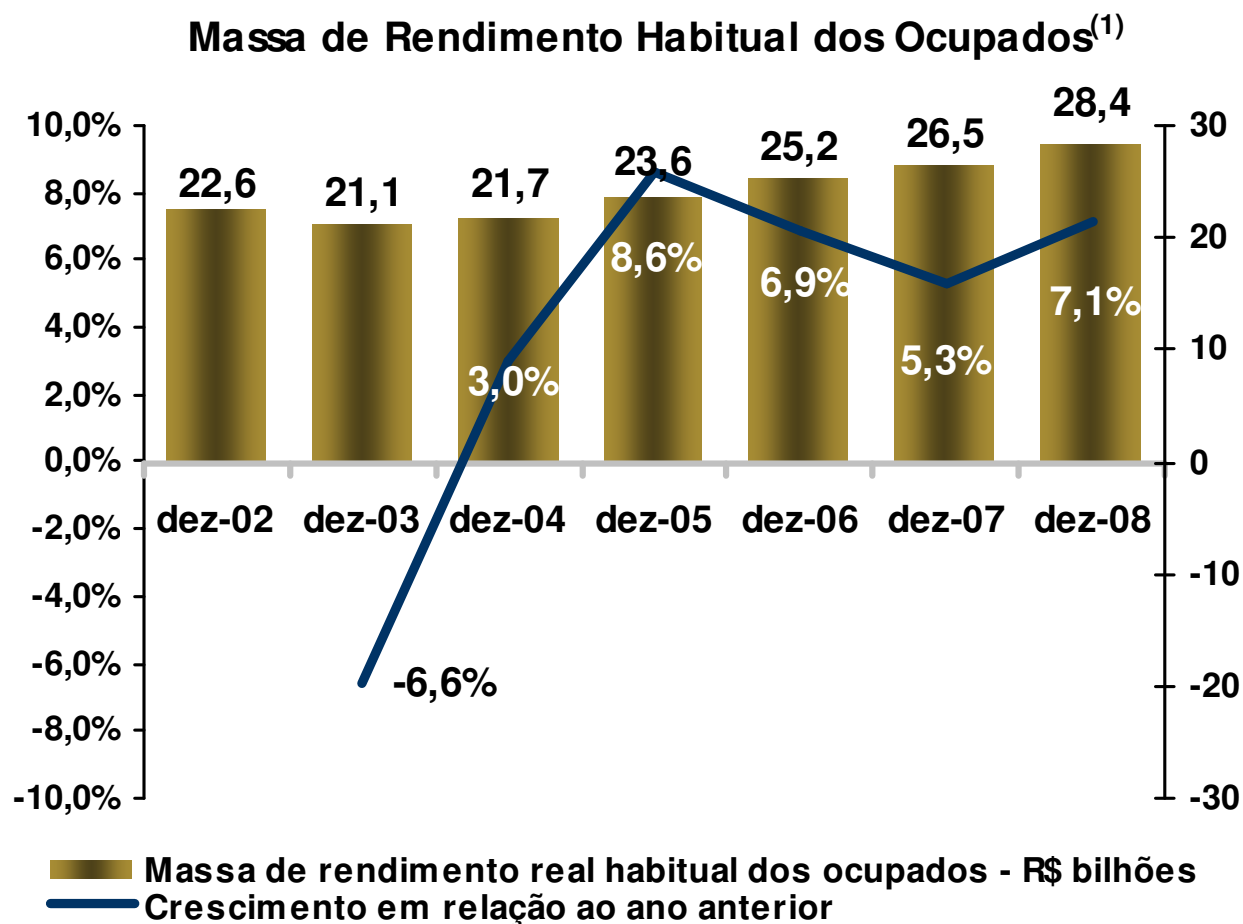
Panorama do Setor

Evolução da Taxa de Desocupação Para os Meses de Janeiro (%)



Fonte: PME-IBGE
Elaboração GSB

Indicadores Econômicos



Fonte: PME-IBGE; Elaboração GSB

Massa de Rendimento calculada com base na População Ocupada e Rendimento Médio Real Habitual dos Ocupados

Indicadores Econômicos



Índice de Confiança do Consumidor (FGV)					
Renda Familiar (R\$)	set/08 - out/08	out/08 - nov/08	nov/08 - dez/08	dez/08 - jan/09	set/08 - jan09
2.100 a 4.800	-3,5%	-4,2%	0,2%	3,7%	-1,9%
4.800 a 9.600	-12,9%	-3,3%	-0,2%	5,9%	-11,0%
Acima de 9.600	-14,1%	-6,9%	2,5%	3,5%	-15,2%

⁽¹⁾ Evolução das Classes de Renda no Brasil (%)				
	Classe AB	Classe C	Classe D	Classe E
dez/02	12,00	43,22	15,24	29,54
dez/03	10,66	42,99	16,40	29,95
dez/04	11,66	47,57	15,50	25,27
dez/05	13,18	46,72	16,60	23,50
dez/06	14,07	49,98	14,86	21,09
dez/07	14,76	51,88	14,14	19,22
dez/08	15,33	53,81	13,18	17,68

⁽¹⁾Fonte: FGV "Crônicas de uma crise anunciada: choques externos e a nova classe média" – fevereiro de 2009

Fonte: FGV

Elaboração: GSB

Crescimento do Varejo em 2008



Atividades	Crescimento anual (%)											
	jan-08	fev-08	mar-08	abr-08	mai-08	jun-08	jul-08	ago-08	set-08	out-08	nov-08	dez-08
Super e hipermercados	8,5	8,3	8,5	0,1	3,8	10,3	5,0	7,6	0,8	7,1	5,8	3,3
Tecidos, vest. e calçados	15,4	12,5	12,0	19,7	16,1	16,1	8,4	4,4	9,4	0,3	-8,7	-6,3
Móveis e eletrodomésticos	16,0	22,3	14,3	27,8	13,1	8,9	19,7	13,1	21,3	15,7	4,5	4,5
Art. farmacêut., med., ortop. e de perfumaria	16,2	14,0	9,7	15,2	11,3	12,5	14,9	8,8	17,1	13,9	14,2	13,6
Equip. mat. escrit. Informática e comunicação	24,7	39,6	24,8	26,7	17,3	19,3	31,1	34,0	50,9	42,8	19,8	35,6
Livros, jornais, ver. e papeleria	8,1	17,9	8,8	10,5	29,9	39,8	10,2	5,3	12,9	9,5	10,7	14,6
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	29,6	27,5	27,6	10,2	17,3	19,3	22,1	15,4	16,1	12,1	6,4	3,3
Veículos e motos, partes e peças	20,9	30,6	14,7	29,3	14,3	26,5	24,8	3,4	28,8	-7,4	-20,3	-4,5
Total	14,5	18,5	11,9	15,8	11,8	14,1	16,3	6,9	15,9	3,5	-4,2	1,3
ABRASCE	7,9	17,1	17,4	7,3	11,0	9,5	15,2	15,4	21,3	7,3	10,9	5,3

Fonte: IBGE

RELAÇÕES COM INVESTIDORES GSB

Alessandro Poli Veronezi

Diretor de Relações com Investidores

Marcio Snioka

Gerente de Relações com Investidores

11 3159-5100

dri@generalshopping.com.br

www.generalshopping.com.br