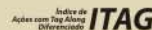
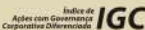


# GeneralShopping <sup>BRASIL</sup>



## APIMEC 2010



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.

**Panorama do Setor**

---

**Visão Geral da GSB**

---

**Desempenho Financeiro**

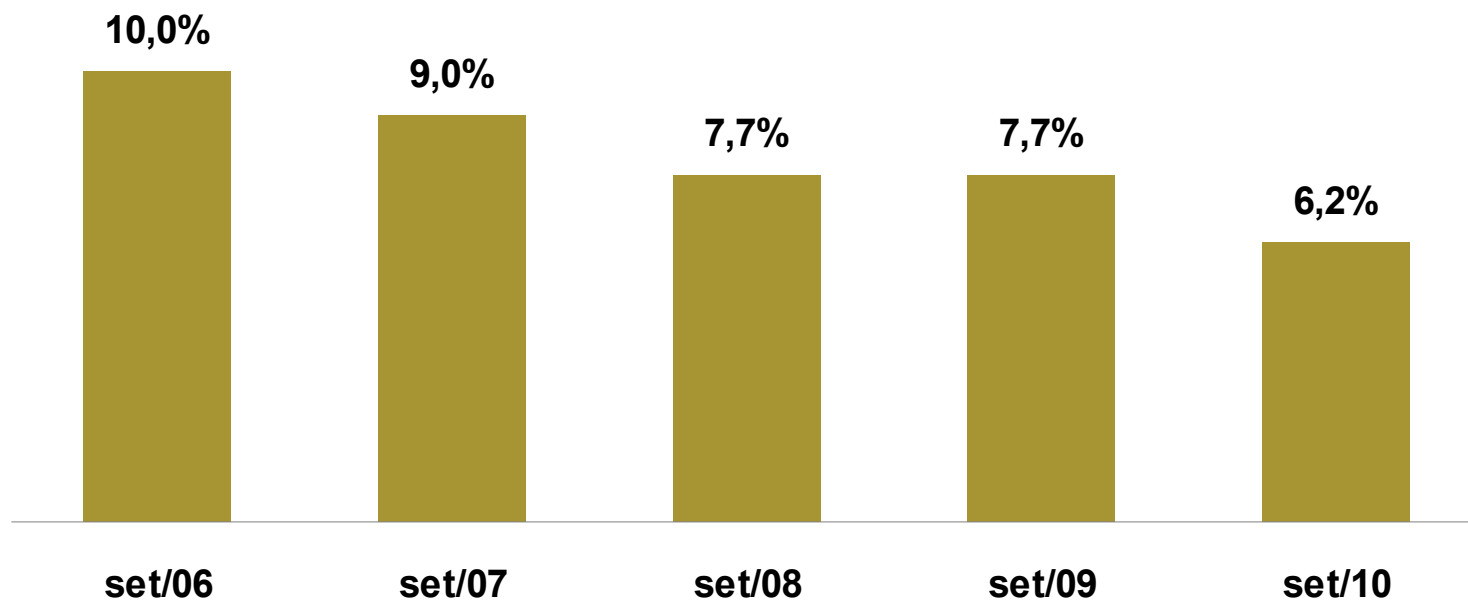
---

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>

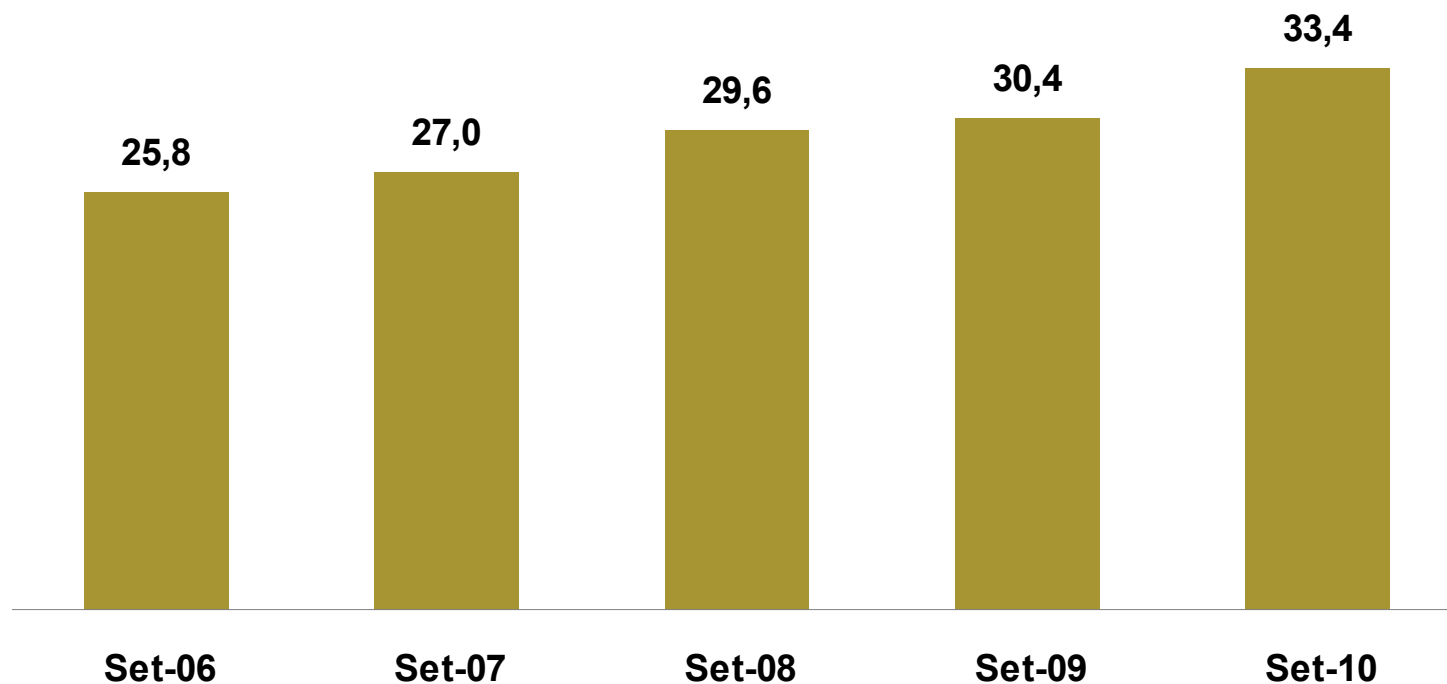


**Panorama do Setor**

## Evolução da Taxa de Desocupação para os Meses de Setembro



### Massa de Rendimento Real Habitual dos Ocupados <sup>(1)</sup> (R\$ bilhões)



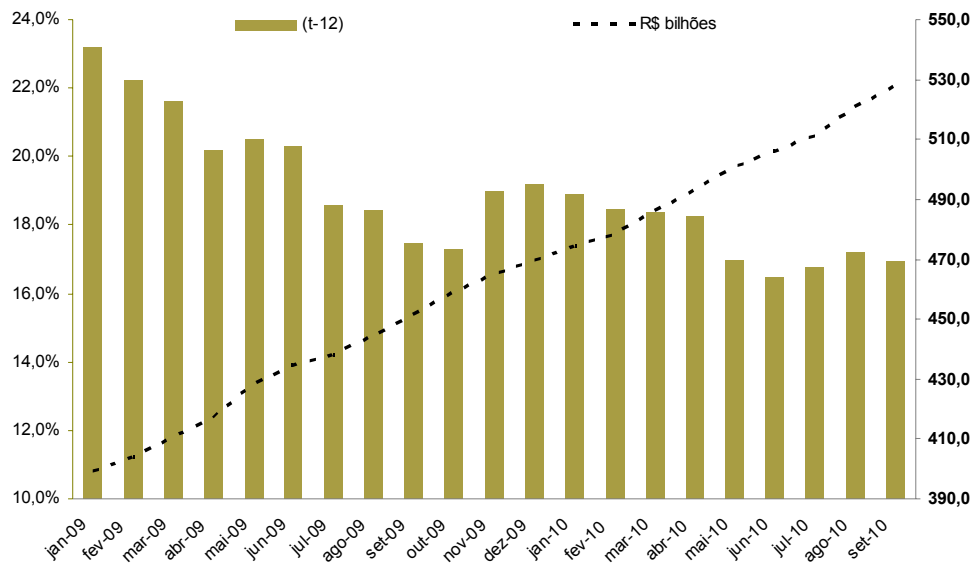
## ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR

Variação frente ao mesmo mês do ano anterior

	<b>ago/10</b>	<b>set/10</b>	<b>out/10</b>
<b>Índice de Confiança do Consumidor (ICC)</b>	<b>16,1%</b>	<b>10,3%</b>	<b>0,1%</b>
<b>Índice de Expectativas de Consumo (IEC)</b>	<b>11,9%</b>	<b>7,4%</b>	<b>-3,1%</b>
<b>Índice de Condições Econômicas Atuais (ICEA)</b>	<b>23,1%</b>	<b>14,8%</b>	<b>5,6%</b>
Variação acumulada no ano			
	<b>out/08</b>	<b>out/09</b>	<b>out/10</b>
<b>Índice de Confiança do Consumidor (ICC)</b>	<b>8,8%</b>	<b>-5,2%</b>	<b>16,3%</b>
<b>Índice de Expectativas de Consumo (IEC)</b>	<b>10,3%</b>	<b>1,1%</b>	<b>13,3%</b>
<b>Índice de Condições Econômicas Atuais (ICEA)</b>	<b>6,7%</b>	<b>-14,2%</b>	<b>21,3%</b>

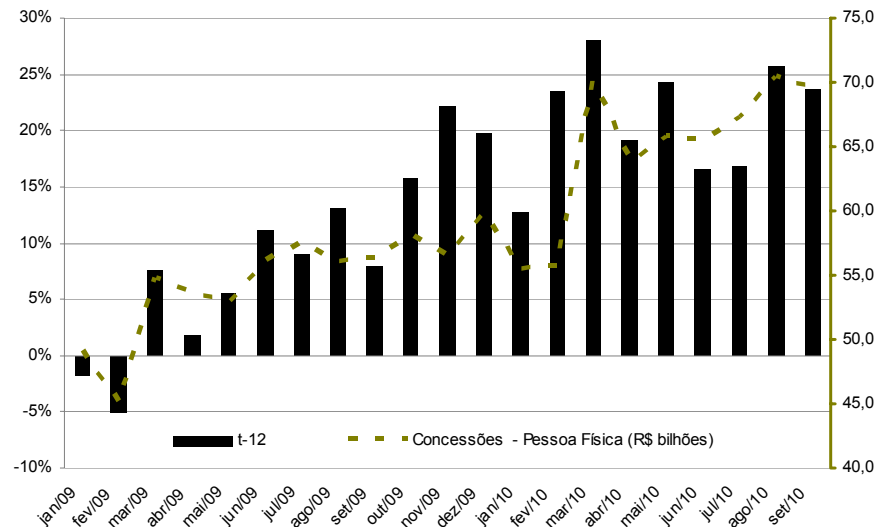
## Volume de Crédito – Pessoa Física

### Volume e Variação mensal



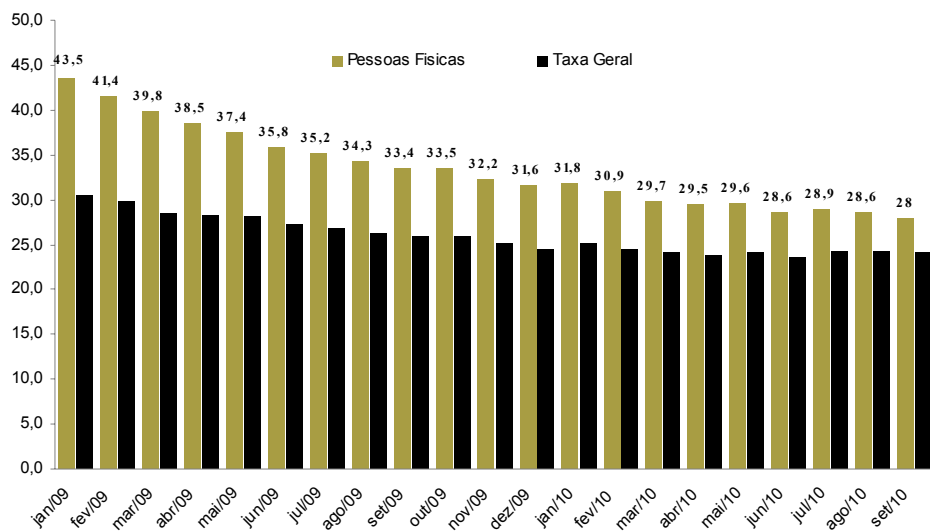
## Concessão de Crédito – Pessoa Física

### Volume e Variação Mensal

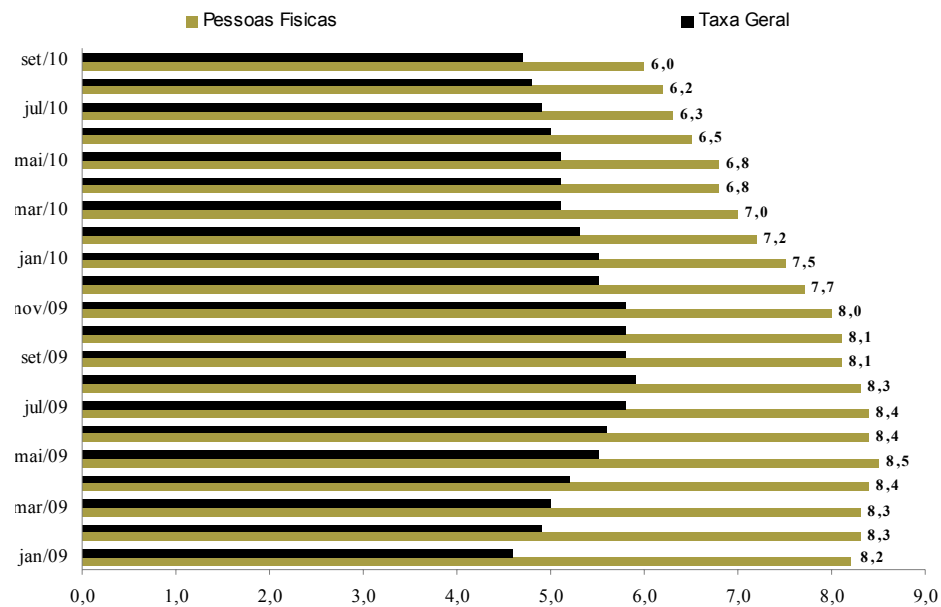




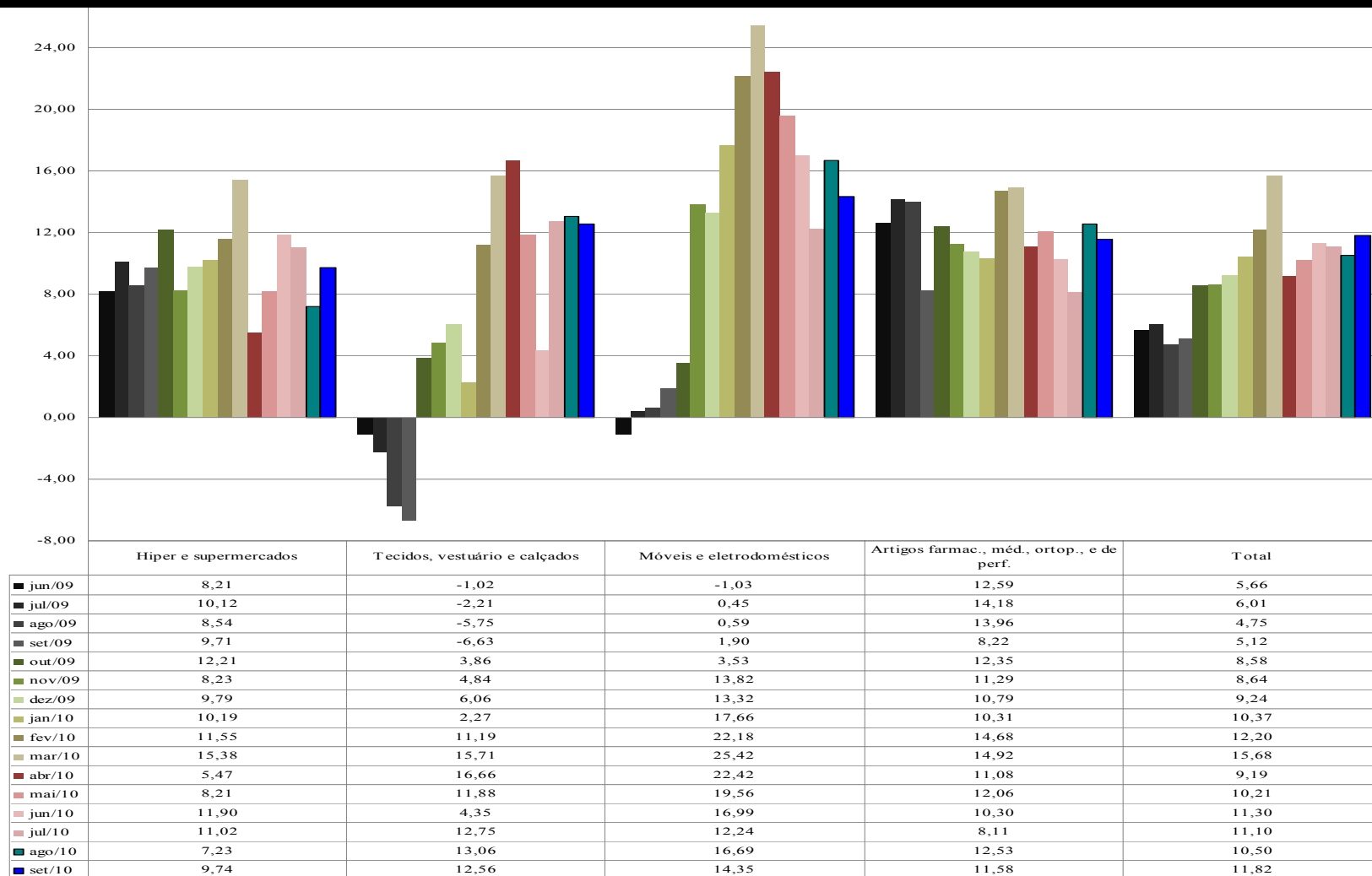
## Evolução do Spread (%) Pessoa Física e Geral



## Índice de Inadimplência (%) Pessoa Física e Geral

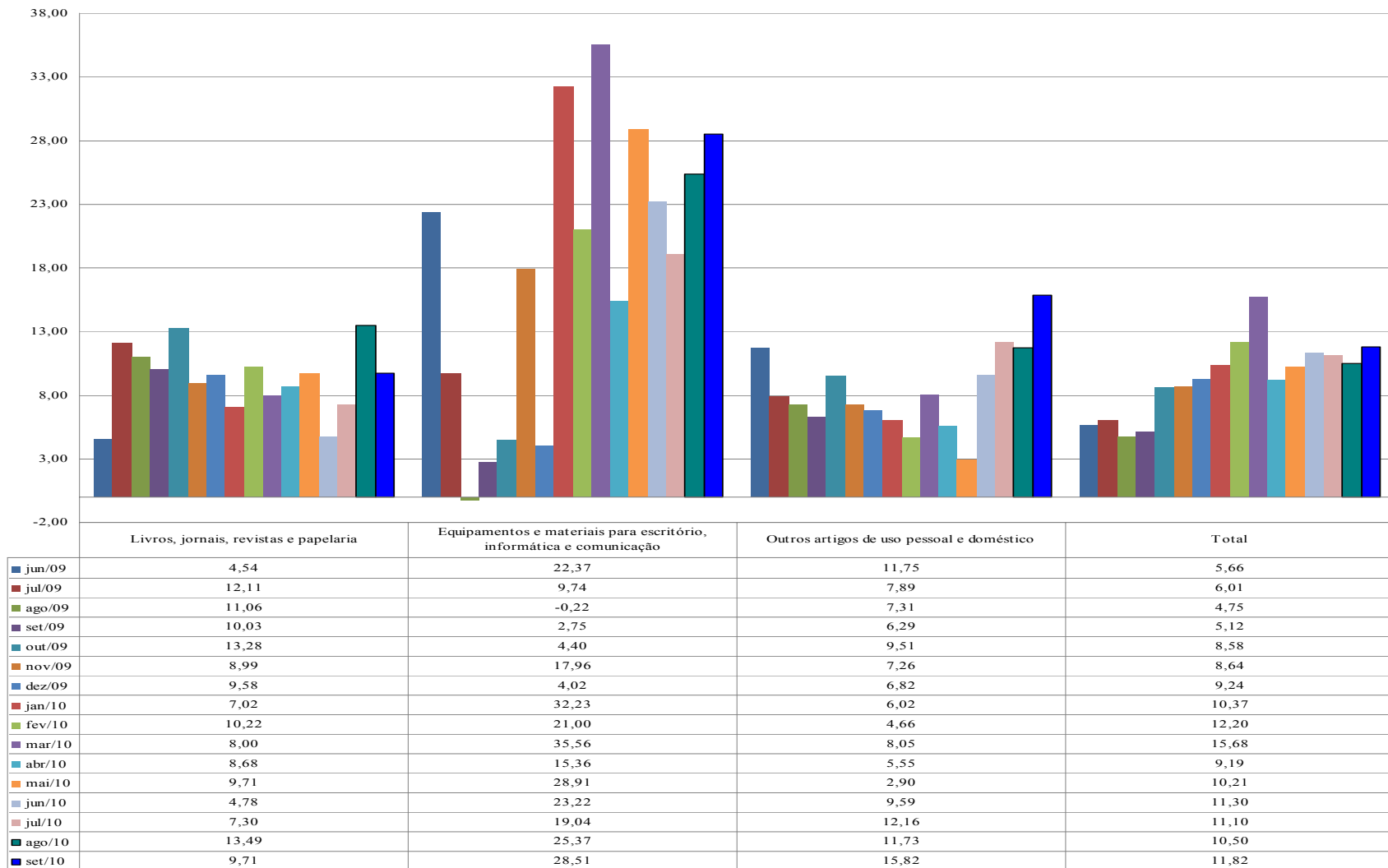


## Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (Vs. Mesmo Mês do Ano Anterior) do Volume de Vendas – Jun/09-Set/10



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

## Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (Vs. Mesmo Mês do Ano Anterior) do Volume de Vendas - Jun/09-Set/10





# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



Visão Geral da GSB

- Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo
- Classes de consumidores B e C como alvo
- Inovação em serviços complementares
- Participação majoritária: média de 84,3%

## Consolidação

- Aquisição de shopping centers

## Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

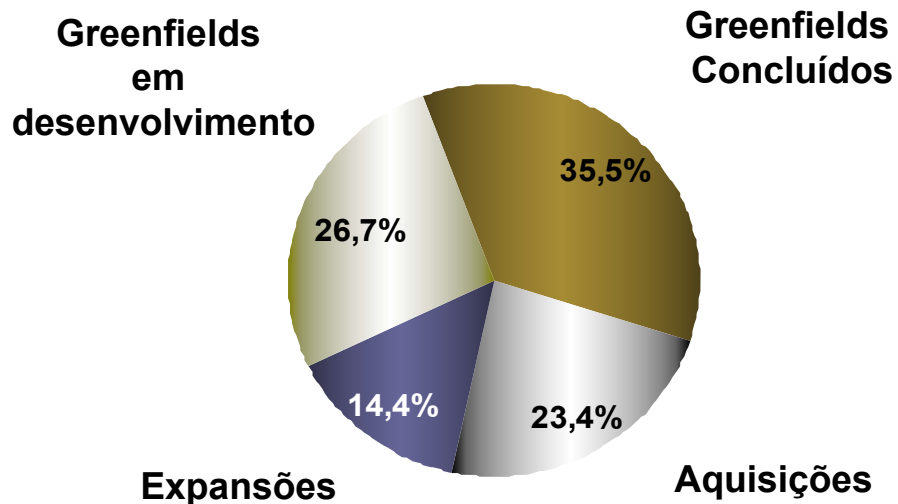
## Expansão

- Aumento das participações nos ativos
- Expansão da ABL do portfólio existente
- Implementação de projetos de uso misto
  - Sinergias + Rentabilidade

## Turnaround

- Renovação e readequação do mix de lojas
- Inovação em serviços complementares

## ABL Própria<sup>(1)</sup>



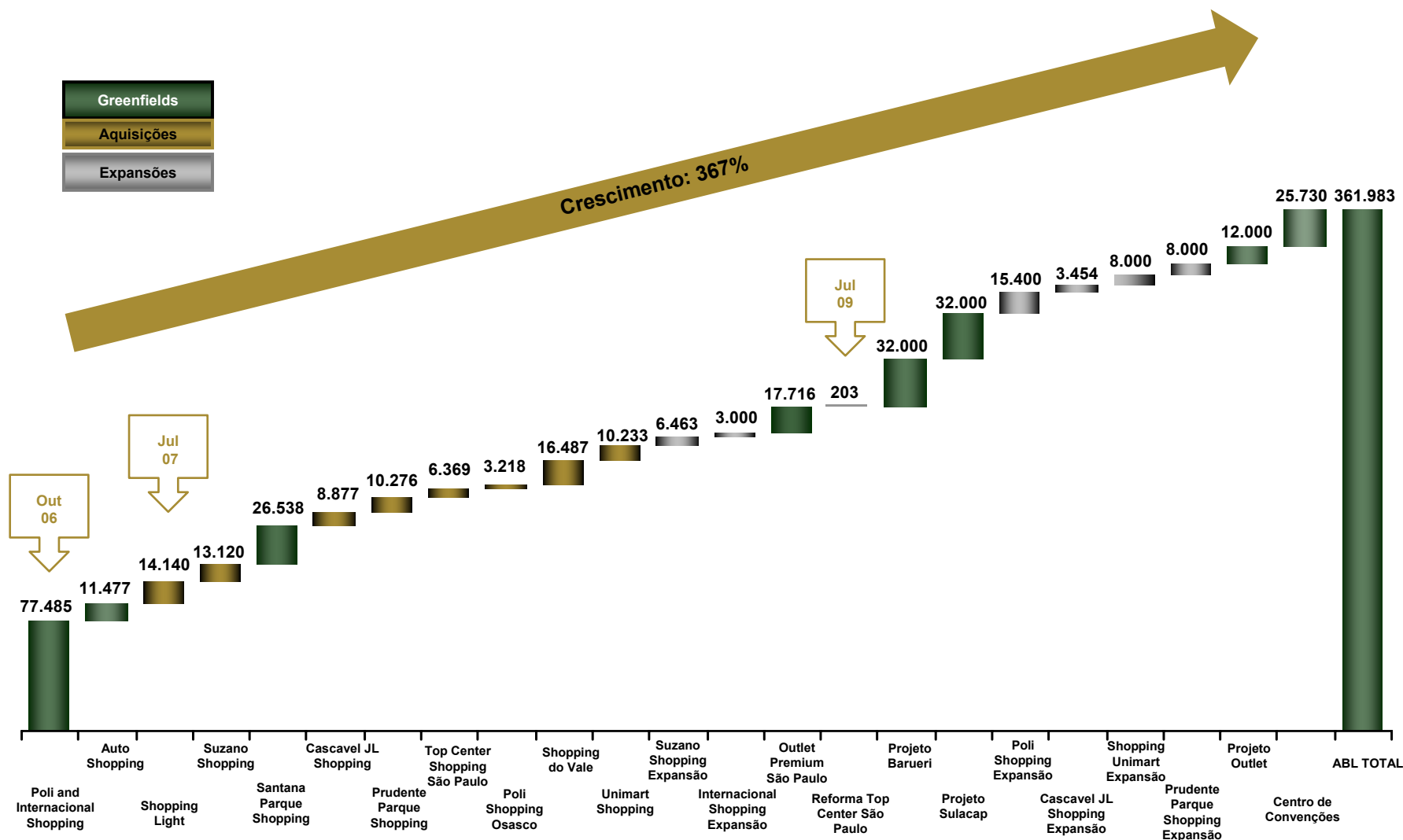
<sup>(1)</sup> Considerando atuais shopping centers, expansões e greenfields anunciados.

Shopping Center	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )	Nº Lojas	Expansões ABL Própria (m <sup>2</sup> )
Poli Shopping	50,0%	4.527	2.264	52	15.400
Internacional Shopping	100,0%	75.958	75.958	292	-
Auto Shopping	100,0%	11.477	11.477	80	-
Shopping Light	50,1%	14.140	7.092	134	-
Santana Parque Shopping	50,0%	26.538	13.269	176	-
Suzano Shopping	100,0%	19.583	19.583	174	-
Cascavel JL Shopping	85,5%	8.877	7.590	80	2.953
Top Center Shopping	100,0%	6.369	6.369	67	-
Prudente Parque Shopping	100,0%	10.276	10.276	56	8.000
Poli Shopping Osasco	100,0%	3.218	3.218	19	-
Shopping do Vale	84,4%	16.487	13.913	94	-
Shopping Unimart	100,0%	10.233	10.233	91	8.000
Outlet Premium São Paulo	50,0%	17.716	8.858	90	-
	<b>84,3%</b>	<b>225.399</b>	<b>190.100</b>	<b>1.405</b>	<b>34.353</b>

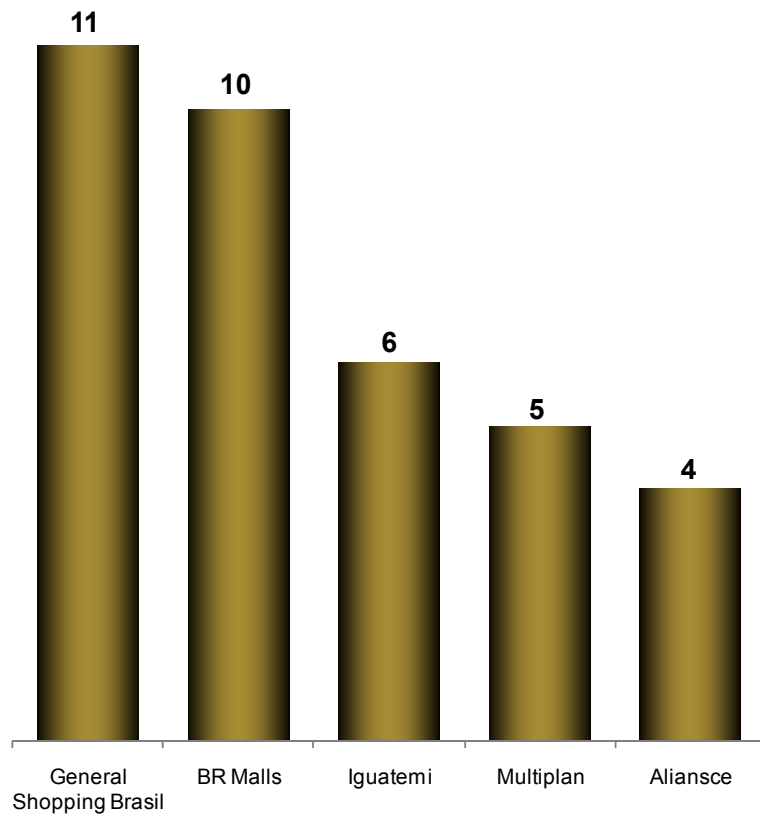
Greenfield	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
Projeto Sulacap	90,0%	32.000	28.800
Projeto Barueri	48,0%	32.000	15.360
Projeto Outlet	100,0%	12.000	12.000
	<b>80,5%</b>	<b>101.730</b>	<b>81.890</b>



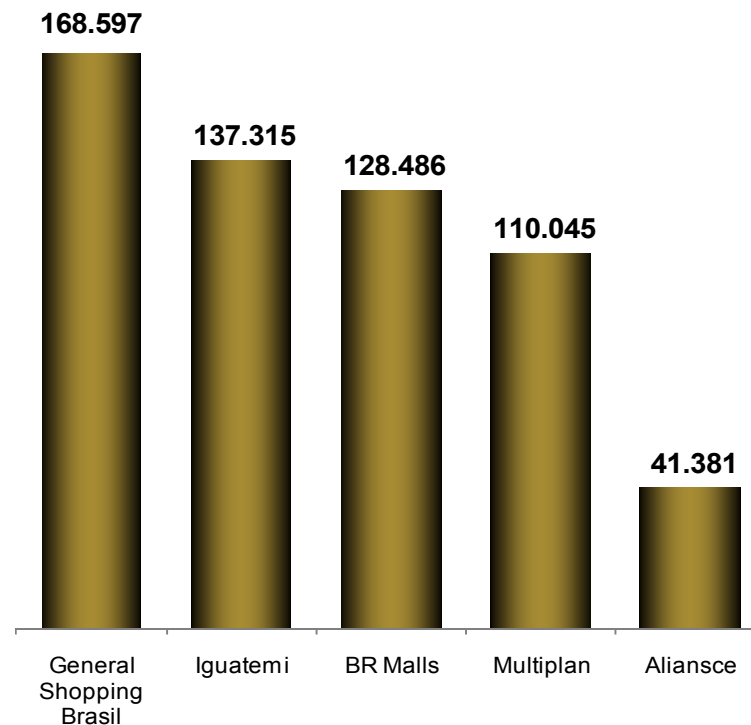
Evolução da ABL (m<sup>2</sup>)



## Número de Operações de Shopping Center

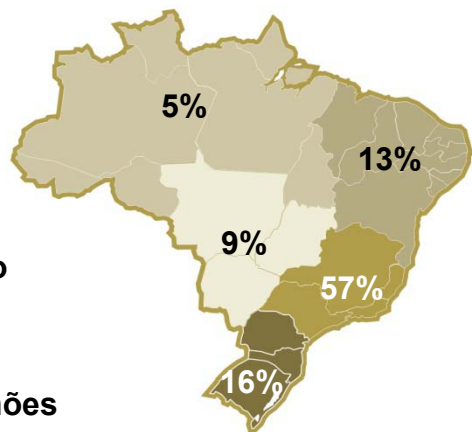


## ABL Própria (m<sup>2</sup>)



## PIB<sup>(1)</sup>

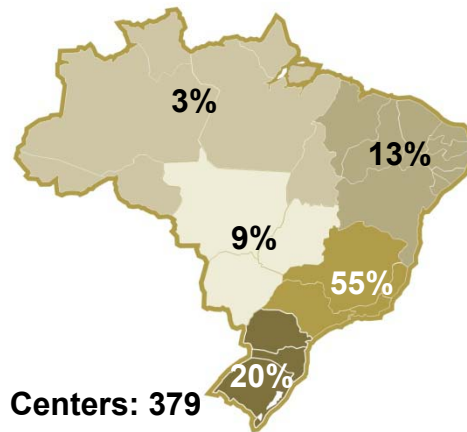
- R\$ 120 bilhões
- R\$ 311 bilhões
- R\$ 206 bilhões
- R\$ 1.346 bilhão
- R\$ 387 bilhões



PIB Total: R\$ 2.370 bilhões

## Número de Shopping Centers<sup>(2)</sup>

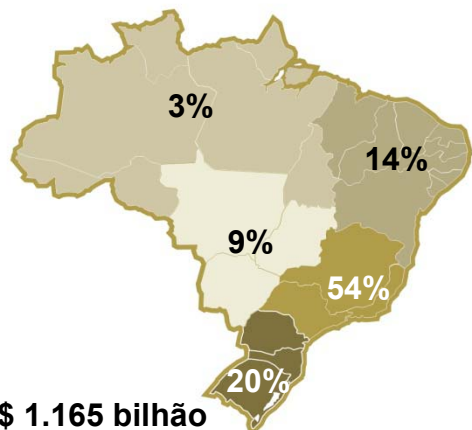
- 10
- 51
- 35
- 209
- 74



Número Total de Shopping Centers: 379

## Vendas do Varejo<sup>(1)</sup>

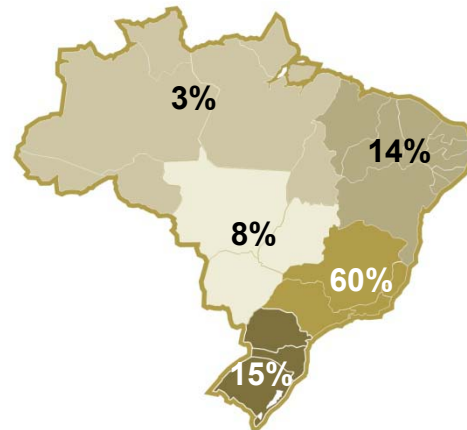
- R\$ 38 bilhões
- R\$ 161 bilhões
- R\$ 101 bilhões
- R\$ 634 bilhões
- R\$ 231 bilhões



Total Vendas Varejo: R\$ 1.165 bilhão

## ABL<sup>(2)</sup>

- 262.220 m<sup>2</sup>
- 1.213.918 m<sup>2</sup>
- 719.912 m<sup>2</sup>
- 5.219.190 m<sup>2</sup>
- 1.320.228 m<sup>2</sup>



Total ABL: 8.735.468 m<sup>2</sup>

<sup>(1)</sup> Fonte: IBGE, de 2006

<sup>(2)</sup> Fonte: ABRASCE, de abril de 2009



## Prudente Parque Shopping

- **Tipo:** Vizinhança
- **Cidade/Estado:** Presidente Prudente/SP
- **Participação:** 100,0%
- **ABL Total:** 10.276 m<sup>2</sup>
- **ABL Própria:** 10.276 m<sup>2</sup>
- **No. de Lojas:** 56
- **Principais Lojas:** Hipermercado Muffato, Lojas Americanas, Magic Games, Pé Quente e Arco Íris Cinemas
- **No. de Visitantes/ano:** 4,0 milhões
- **Vagas de Estacionamento:** 520
- **Expansão:** 8.000 m<sup>2</sup> de ABL

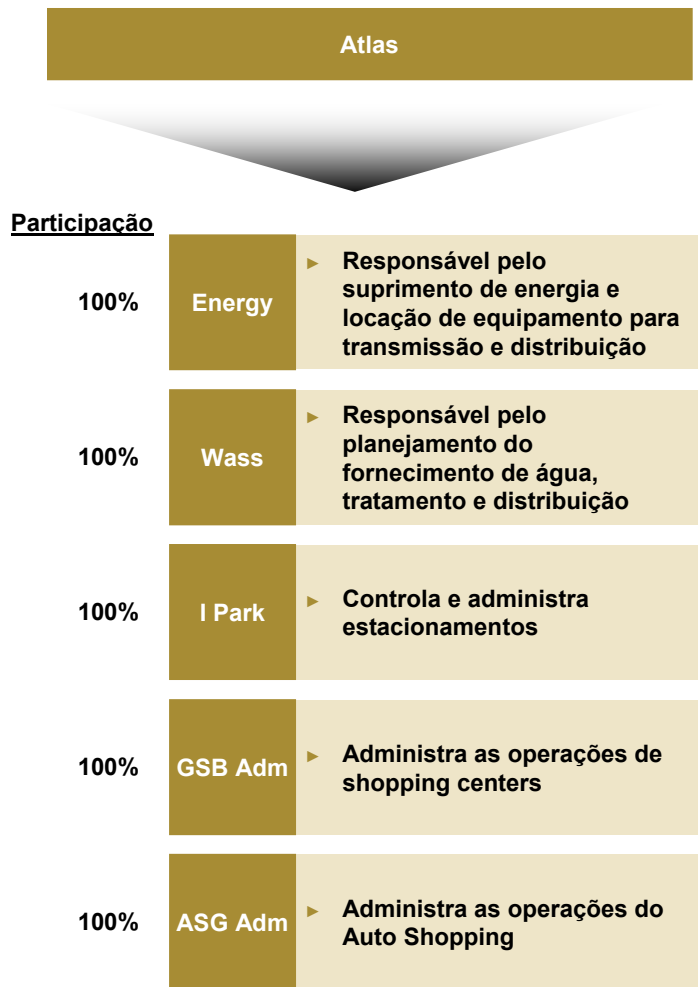


## Shopping Unimart

- **Tipo:** Open Mall
- **Cidade/Estado:** Campinas/SP
- **Participação:** 100,0%
- **ABL Total:** 10.233 m<sup>2</sup>
- **ABL Própria:** 10.233 m<sup>2</sup>
- **Nº de Lojas:** 91
- **Principais Lojas:** Lojas Americanas, Meggashop, D. Paschoal, Caixa Econômica, UNIFIT e Moviecom Cinemas
- **Nº Visitantes/ano:** 6,5 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 800
- **Expansão:** 8.000 m<sup>2</sup> de ABL



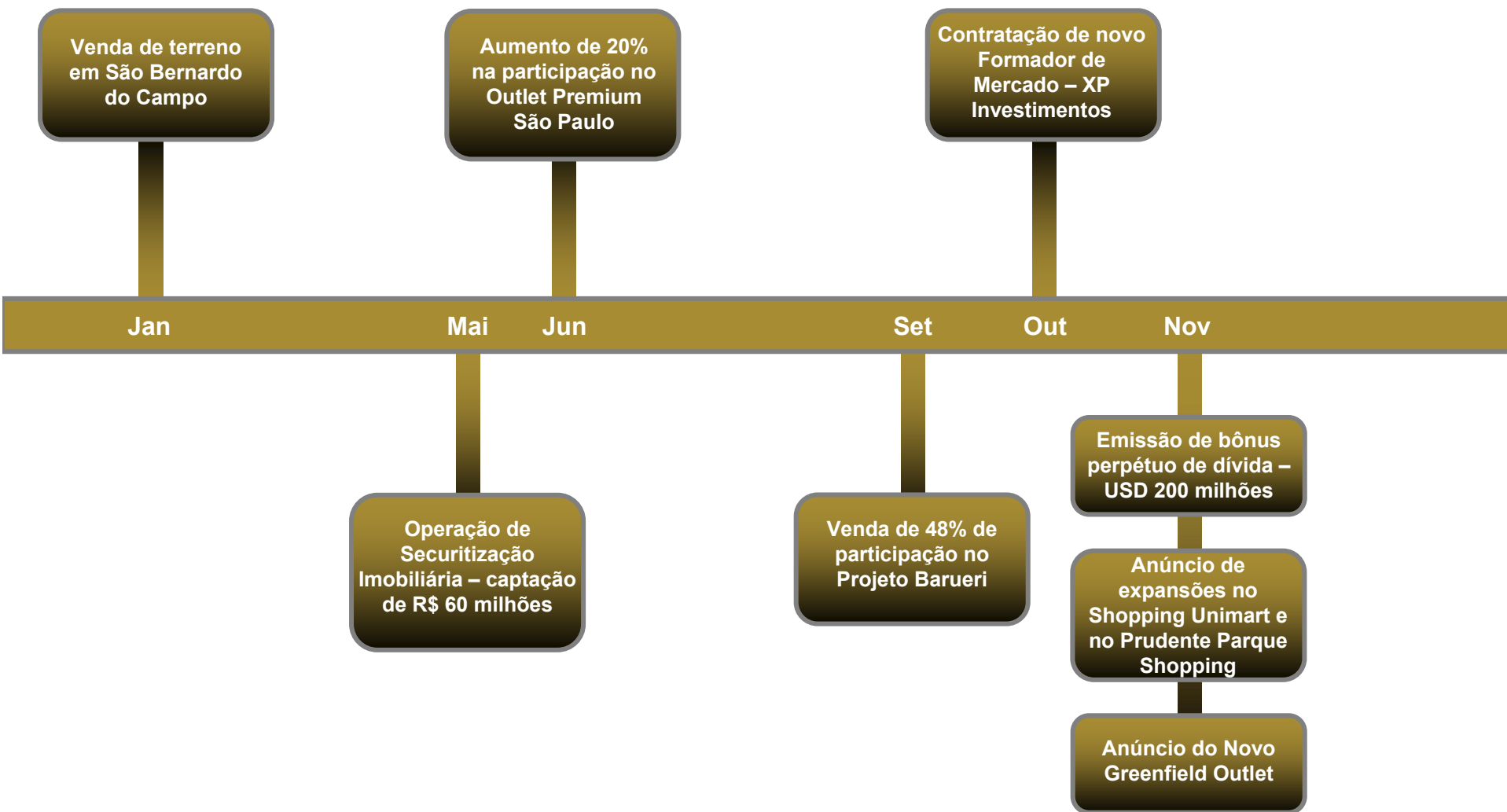




	Administração	Estacionamento	Água	Energia
ISG	✓	✓	✓	✓
Auto	✓	✓	✓	✓
Poli	✓	✓	✓	✓
Light	✓	✓	✓	✓
Santana	✓*	✓	✓	✓
Suzano	✓	✓	✓	✓
Cascavel	✓	✓	✓	✓
Prudente Parque	✓	✓	✓	✓
Poli Shopping Osasco	✓	✓		
Top Center	✓		✓	
Do Vale	✓	✓	✓	✓
Unimart	✓	✓	✓	✓
Outlet Premium São Paulo	✓	✓	✓	✓

✓ Serviços prestados para o shopping    ✓ Potencial de prestação de serviços/em implantação    ✓\* Parcial





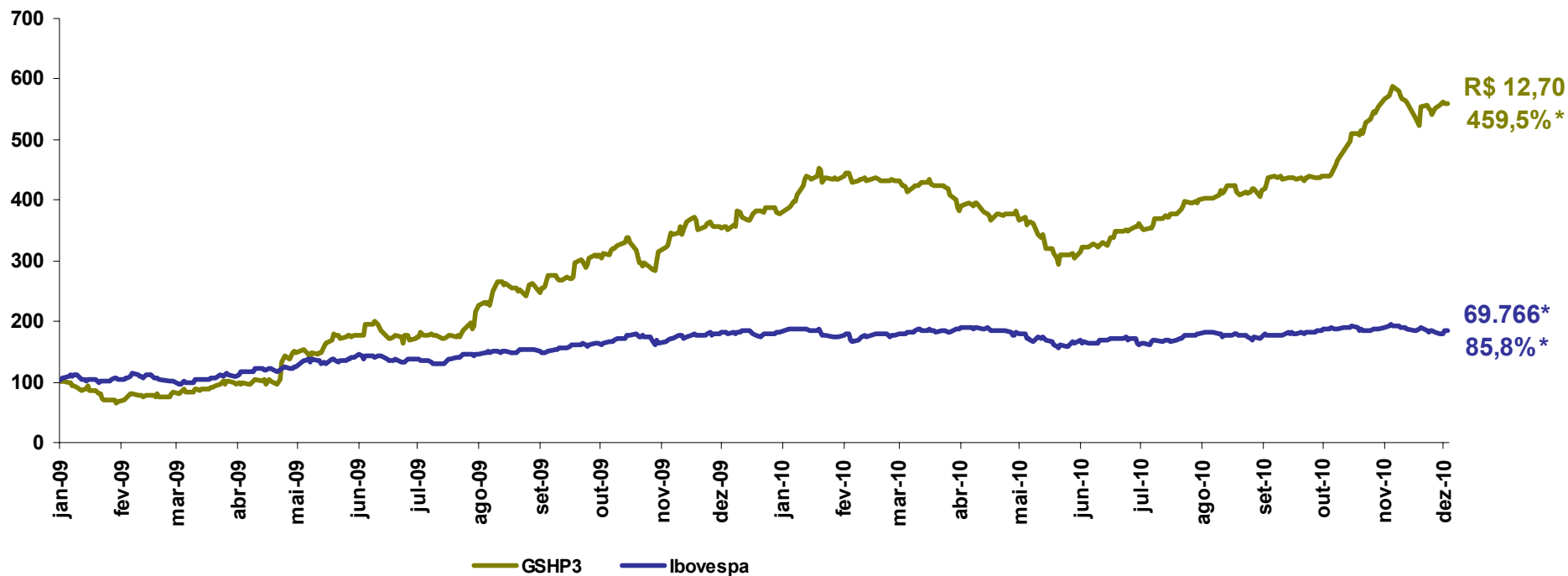
## Emissão de Bônus Perpétuo de Dívida

- **Emissão: US\$ 200,0 milhões**
- **Valor em Reais: R\$ 339,4 milhões<sup>(\*)</sup>**
- **Cupom: 10% a.a.**

<sup>(\*)</sup> Na data da liquidação: 09/11/2010

## Desempenho Acionário

(Base 100 – 30/12/08)



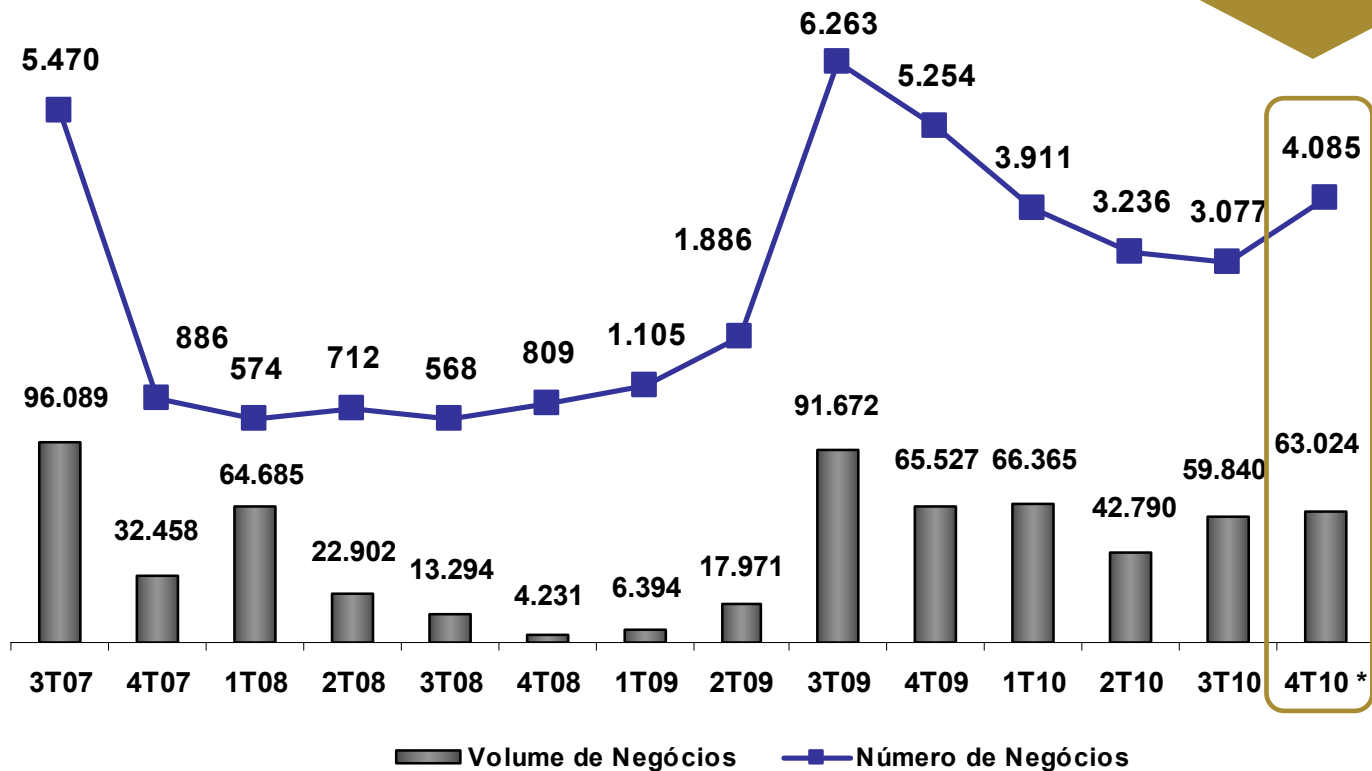
(\*) Em 03/12/2010

Até 30/09/10: GSHP3 = 340,5%  
Ibovespa = 84,9%

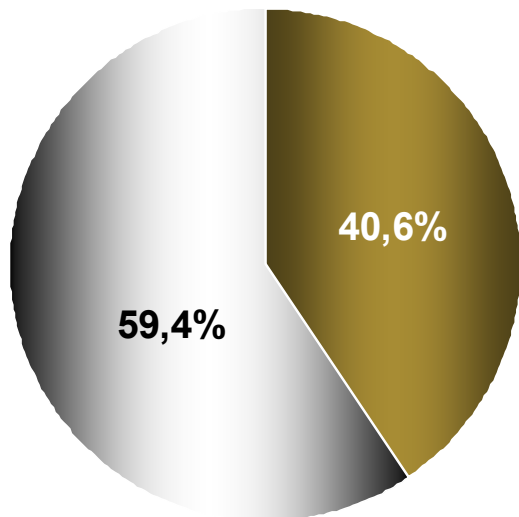
# GSHP3

Volume (R\$ mil)

Contratação de novo Formador de Mercado XP Investimentos



\*Refere-se aos meses de outubro e novembro



	No. Ações	Tipo de Investidor *
<b>Controlador</b>	<b>30.000.000</b>	-
<b>Free float</b>	<b>20.480.600</b>	<b>58,3% - Brasileiros</b>
		<b>35,0% - Estrangeiros</b>
		<b>6,7% - Varejo</b>
<b>Total</b>	<b>50.480.600</b>	-

■ Free float ■ Bloco de controle

Listada desde julho de 2007

Atividades de market-making (pela corretora XP Investimentos) desde Outubro/10



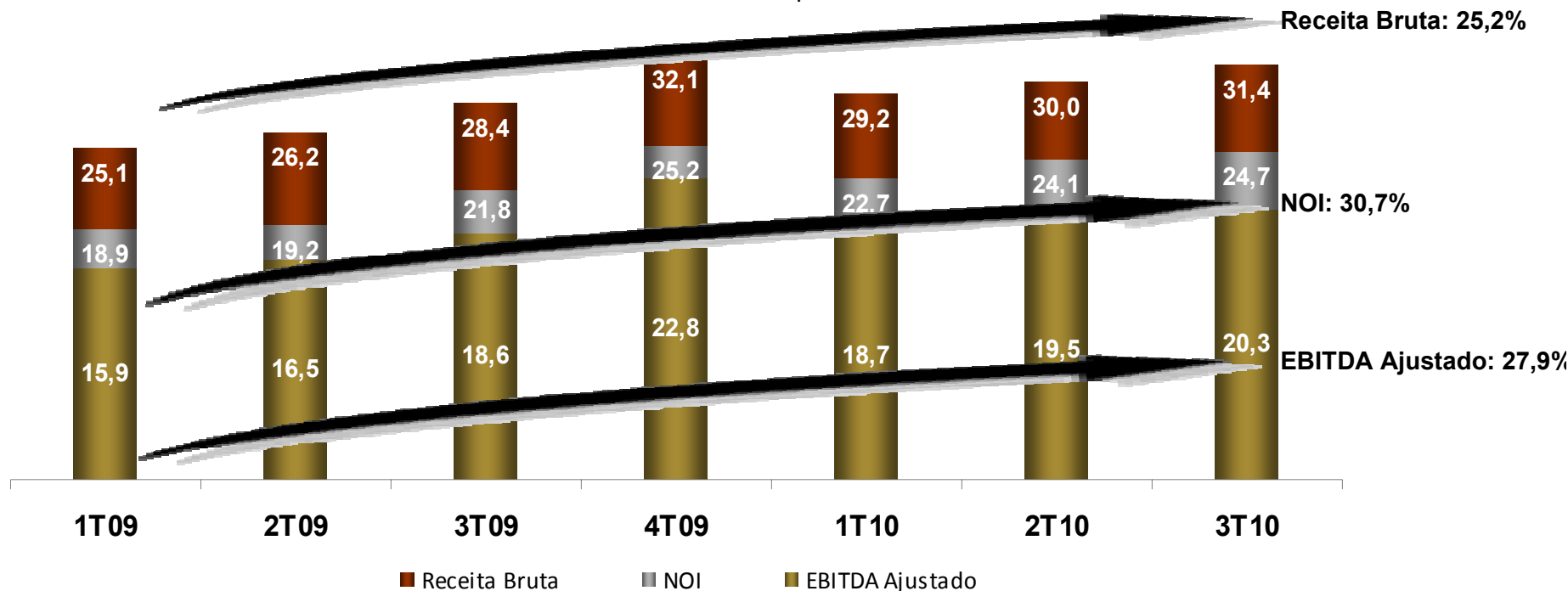
- **Uso de fontes de energia aprovadas pelo Programa de incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica do Governo Federal**
- **Gerenciamento do fornecimento de água**
  - **Reuso para ar-condicionado, jardins e banheiros**
  - **Poços licenciados**
- **Reciclagem de lixo**
- **Reciclagem de lâmpadas fluorescentes**
- **Iluminação natural nos projetos de arquitetura**
- **Programas de reflorestamento**

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



**Desempenho Financeiro**

Valores em R\$ milhões

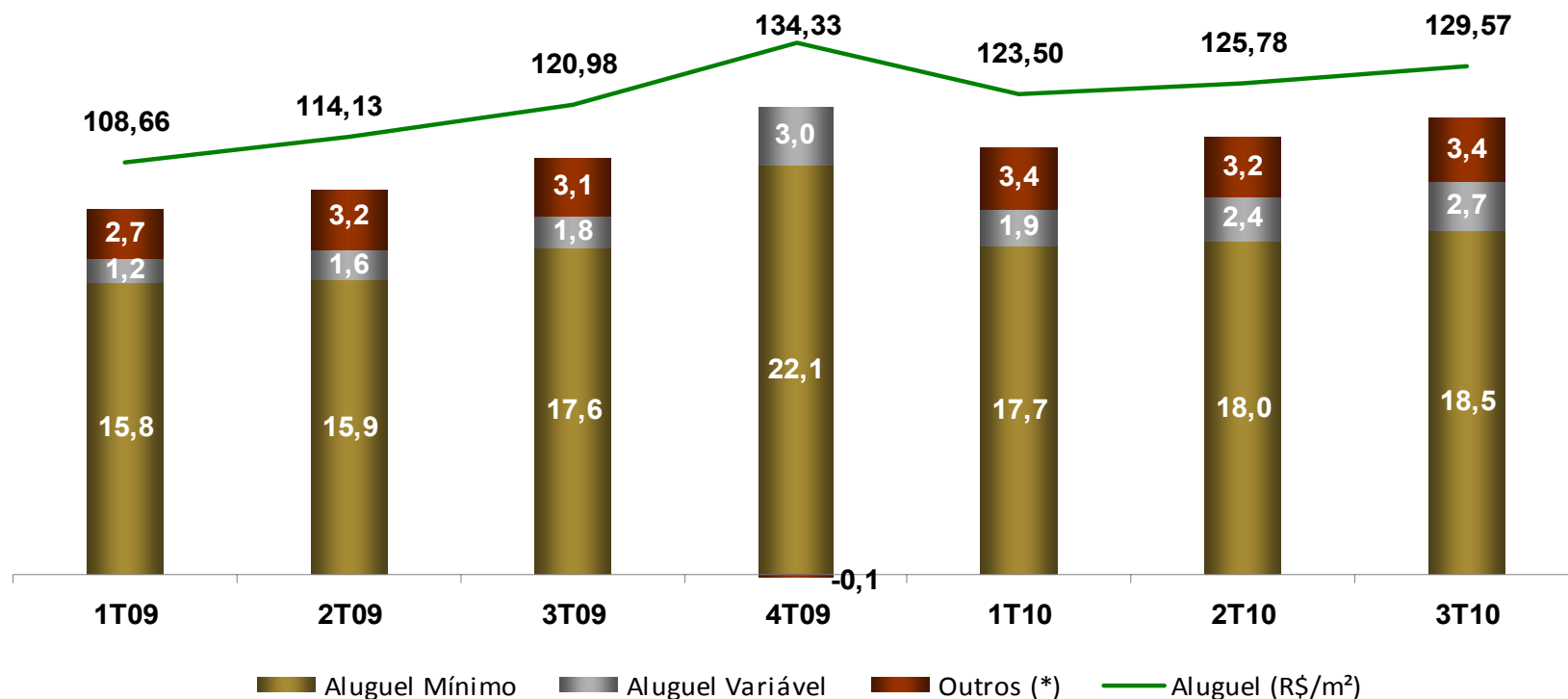


	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10
Receita Bruta	25,1	26,2	28,4	32,1	29,2	30,0	31,4
NOI	18,9	19,2	21,8	25,2	22,7	24,1	24,7
EBITDA Ajustado	15,9	16,5	18,6	22,8	18,7	19,5	20,3
Margem NOI	83,3%	83,3%	84,9%	86,6%	85,6%	87,2%	85,5%
Margem EBITDA Ajustado	70,0%	71,6%	72,5%	78,2%	70,3%	70,5%	70,3%

Obs: O percentual demonstrado refere-se ao crescimento entre o 1T09 e o 3T10.

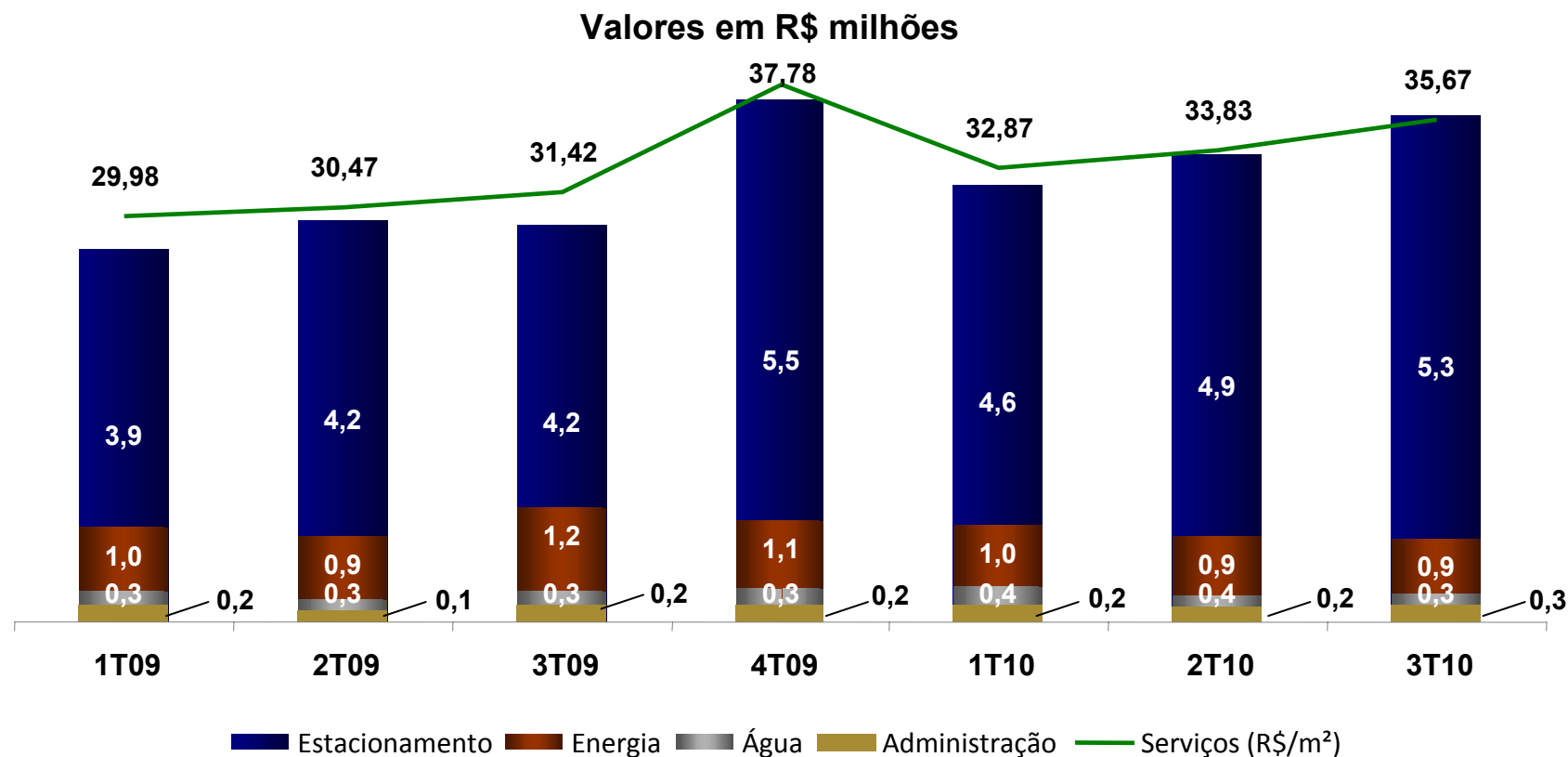


Valores em R\$ milhões



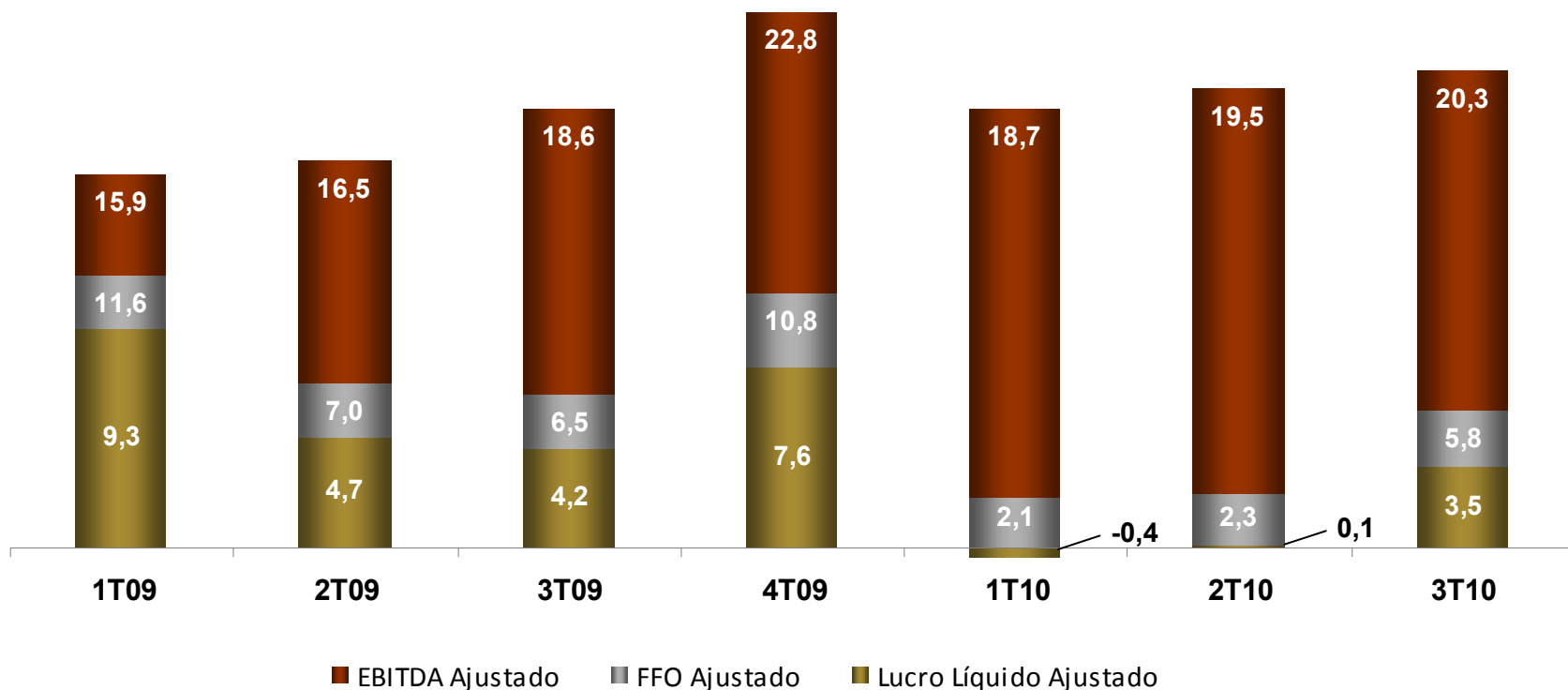
	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10
Aluguel Mínimo	15,8	15,9	17,6	22,1	17,7	18,0	18,5
Aluguel Variável	1,2	1,6	1,8	3,0	1,9	2,4	2,7
Outros (*)	2,7	3,2	3,1	-0,1	3,4	3,2	3,4
Total Receita de Aluguéis	19,7	20,7	22,5	25,0	23,0	23,6	24,6
Taxa de Ocupação	95,5%	95,1%	96,0%	95,1%	94,7%	94,1%	96,2%

(\*) Inclui: Mall/Merchandising, Luvas e Linearização.



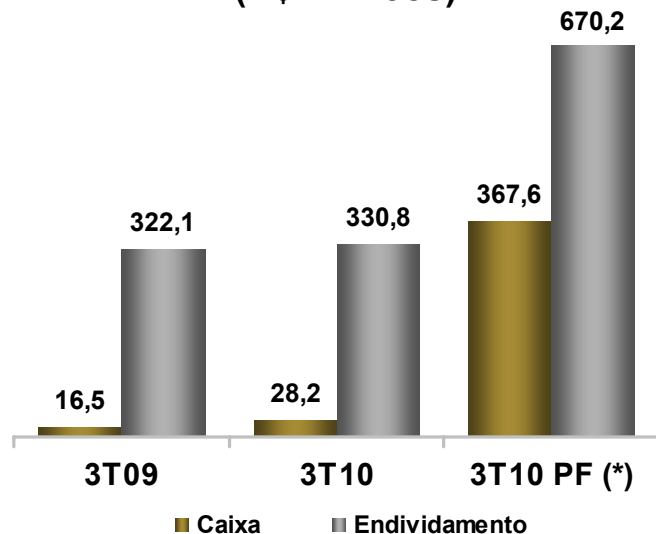
	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10
Estacionamento	3,9	4,2	4,2	5,5	4,6	4,9	5,3
Energia	1,0	0,9	1,2	1,1	1,0	0,9	0,9
Água	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3
Administração	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Total Receita de Serviços	5,4	5,5	5,9	7,1	6,2	6,4	6,8

Valores em R\$ milhões

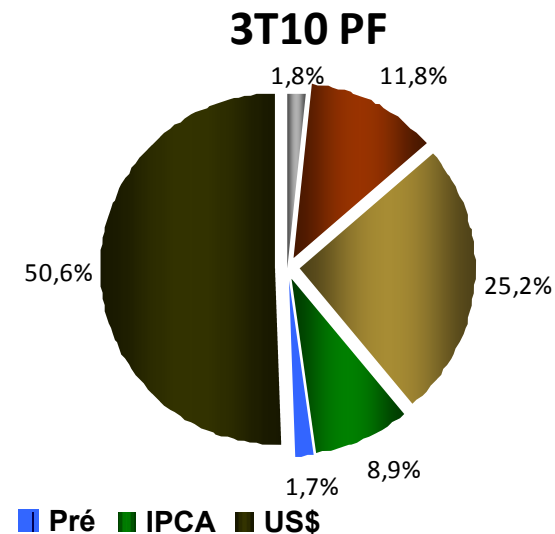
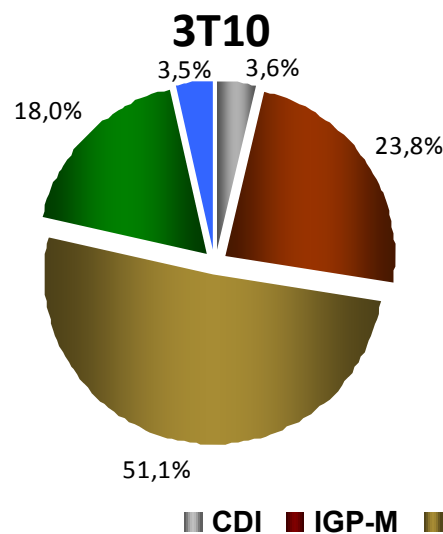


	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10
EBITDA Ajustado	15,9	16,5	18,6	22,8	18,7	19,5	20,3
FFO Ajustado	11,6	7,0	6,5	10,8	2,1	2,3	5,8
Lucro Líquido Ajustado	9,3	4,7	4,2	7,6	-0,4	0,1	3,5
Resultado Financeiro	-2,6	7,8	9,0	9,1	14,3	14,1	12,1
IR/CS	6,9	1,6	3,1	2,8	2,3	3,2	2,4

**Caixa x Endividamento  
(R\$ milhões)**



**Composição do Endividamento**



**Cronograma de Amortização do Principal**

R\$ Milhões	2010	2011	2012	2013	Após 2013	Total	%
CCI	5,2	20,2	23,7	28,6	229,5	307,2	92,9%
Bancos	7,5	11,8	4,3	-	-	23,6	7,1%
<b>Total</b>	<b>12,7</b>	<b>32,0</b>	<b>28,0</b>	<b>28,6</b>	<b>229,5</b>	<b>330,8</b>	<b>100,0%</b>

(\*) Incluso Bônus Perpétuo no valor de R\$ 339,4 milhões.

## **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](mailto:dri@generalshopping.com.br)**

**[www.generalshopping.com.br](http://www.generalshopping.com.br)**