



**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

**Resultados 1T08**

# 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

**Destaques**

---

**Panorama do Setor**

---

**Visão Geral da GSB**

---

**Desempenho Financeiro**

---

# Destaques

- Uma das maiores empresas do setor de shopping centers no Brasil em termos de ABL própria <sup>(1)</sup>
- Participação majoritária: média de 86,7%
- 12 shopping centers e 5 greenfields
- ABL total: 198.017 m<sup>2</sup>
- ABL própria: 171.576 m<sup>2</sup>
- Atividades de serviços complementares
- Destaques financeiros 1T08
  - Receita bruta: +61,1%
  - EBITDA ajustado: +58,5%
  - Margem EBITDA: 72,4%
- Foco nas classes de consumo B e C
- Estas classes representam cerca de 66% do consumo total no Brasil

<sup>(1)</sup> Área bruta locável



**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

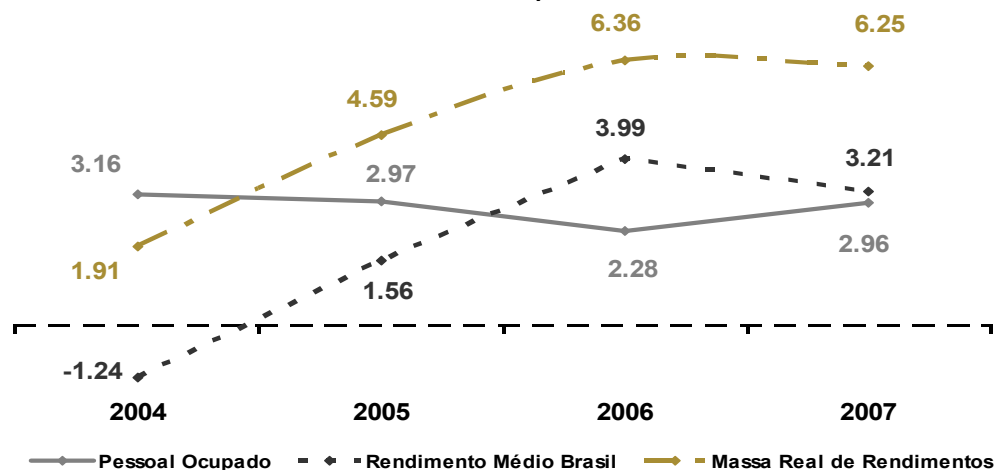
**Panorama do Setor**

# Indicadores Setoriais

## Faturamento do Mercado de Shopping Centers no Brasil (1)

Receita (R\$ bilhões)	Crescimento	IPCA	Crescimento Real do PIB	
2000	23,0	-	6,0%	4,3%
2001	25,3	10,0%	7,7%	1,3%
2002	27,9	10,3%	12,5%	2,7%
2003	31,6	13,3%	9,3%	1,1%
2004	36,6	15,8%	7,6%	5,7%
2005	40,0	9,3%	5,7%	3,2%
2006	44,0	10,0%	3,1%	3,8%
2007	50,0*	13,6%	4,5%	5,4%

### Crescimento Anual Brasileiro (% em relação ao ano)



(\*) Estimativa da Abrasce

(1) Fonte: GSB e Bacen

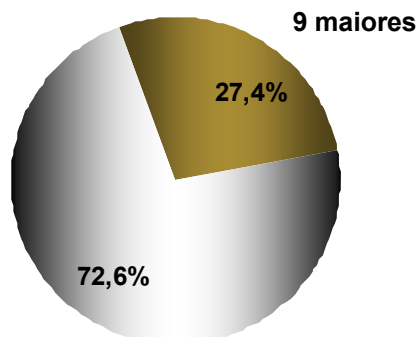
# Crescimento Varejista de Janeiro a Março de 2008

Atividades	2008 (%)			2007 (%)	
	Jan	Fev	Mar	Ano	12 meses
Super e hipermercados	8,5	8,3	8,5	8,5	6,9
Tecidos, vest. e calçados	15,4	12,5	11,9	13,3	11,9
Móveis e eletrodomésticos	16,0	22,3	14,3	17,3	14,9
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	16,2	14,0	9,6	13,2	10,8
Equip e mat. para escritório, informática e comunicação	24,7	36,9	24,8	29,2	31,3
Livros, jornais, ver. e papelaria	8,1	17,9	7,1	11,0	8,9
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	29,6	27,5	23,7	26,9	23,9
Veículo e motos, partes e peças	20,9	30,6	14,6	21,4	23,4

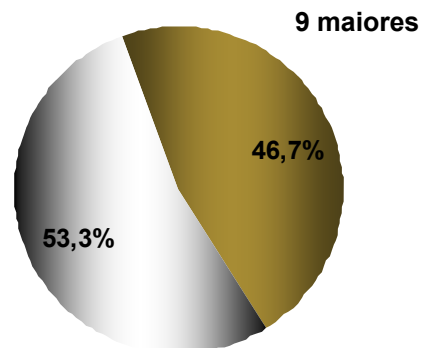
Fonte: IBGE

# Setor Fragmentado

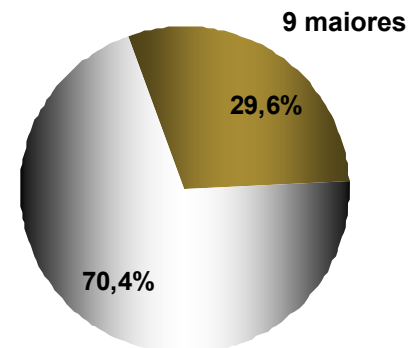
9 maiores – ABL própria (%)



9 maiores – ABL total (%)



9 maiores – No. de SC (%)



**Os maiores grupos detêm apenas  
29,6% dos shopping centers existentes  
e 27,4% do ABL próprio no país**

(1) Fonte: Santander Investment – Relatório do Setor – Dezembro/07





**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

**Visão Geral da GSB**

# General Shopping Brasil

Shopping Center	Participação	ABL Total	ABL Própria
Internacional Shopping	100,0%	72.958	72.958
Santana Parque Shopping	50,0%	26.538	13.269
Shopping do Vale	84,4%	16.487	13.913
Shopping Light	50,1%	14.140	7.092
Suzano Shopping	100,0%	13.120	13.120
Auto Shopping	100,0%	11.477	11.477
Americanas Prudente	100,0%	10.276	10.276
Unimart Shopping	100,0%	10.233	10.233
Cascavel JL Shopping	85,5%	8.877	7.590
Top Center	100,0%	6.166	6.166
Poli Shopping	50,0%	4.527	2.264
Americanas Osasco	100,0%	3.218	3.218
	<b>86,7%</b>	<b>198.017</b>	<b>171.576</b>
Greenfield	Participação	ABL Total	ABL Própria
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
Sulacap	90,0%	32.000	28.800
Projeto São Bernardo	50,0%	30.000	15.000
Projeto Barueri	96,0%	25.000	24.000
Projeto Itupeva <sup>(1)</sup>	50,0%	17.357	8.679
	<b>78,6%</b>	<b>130.087</b>	<b>102.209</b>

<sup>(1)</sup> Considerando opção adicional de 20,0% da participação

# Presença Dominante em São Paulo



<b>1</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	72.958
	No. de lojas	292
	Visitantes/ano (mm)	23,5



<b>2</b>	ABL total (m2)	6.166
	No. de lojas	55
	Visitantes/ano (mm)	4,0



<b>3</b>	ABL total (m2)	4.527
	No. de lojas	52
	Visitantes/ano (mm)	6,0



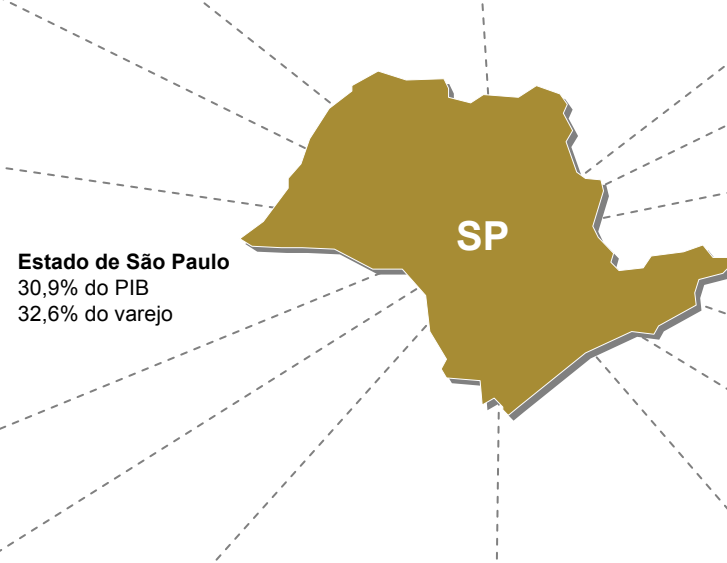
<b>4</b>	ABL total (m2)	3.218
	No. de lojas	19
	Visitantes/ano (mm)	1,5



<b>5</b>	ABL total (m2)	26.538
	No. de lojas	176
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>17</b>	ABL total (m2)	30.000 <sup>(1)</sup>
	No. de lojas	NA
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>6</b>	ABL total (m2)	13.120
	No. de lojas	170
	Visitantes/ano (mm)	9,0



<b>16</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	17.357 <sup>(1)</sup>
	No. de lojas	NA
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>7</b>	ABL total (m2)	14.140
	No. de lojas	134
	Visitantes/ano (mm)	12,0



<b>14</b>	ABL total (m2)	25.000 <sup>(1)</sup>
	No. de lojas	NA
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>13</b>	ABL total (m2)	25.730
	No. de lojas	NA
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>12</b>	ABL total (m2)	10.233
	No. de lojas	91
	Visitantes/ano (mm)	6,48



<b>9</b>	ABL total (m2)	11.477
	No. de lojas	80
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>8</b>	ABL total (m2)	10.276
	No. de lojas	56
	Visitantes/ano (mm)	4,0

<sup>(1)</sup> Estimado

# Foco nas Regiões Sudeste e Sul



**10**



ABL total (m <sup>2</sup> )	16.487
No. de lojas	94
Visitantes/ano (mm)	2,0



**11**



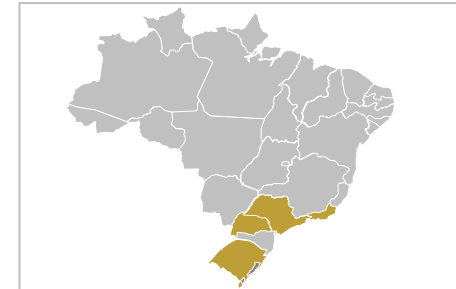
ABL Total (m <sup>2</sup> )	8.877
No. de lojas	80
Visitantes/ano (mm)	3,4



**15**



ABL total (m <sup>2</sup> )	32,000 <sup>(1)</sup>
No. de lojas	165 <sup>(1)</sup>
Visitantes/ano (mm)	NA



Região	PIB	Varejo
Sudeste+Sul	73,1%	73,9%

## Shopping Centers em Operação

1. Internacional Shopping Guarulhos
2. Top Center
3. Poli Shopping
4. Americanas Osasco
5. Santana Parque
6. Suzano Shopping
7. Shopping Light
8. Americanas P. Prudente
9. Auto Shopping
10. Shopping do Vale
11. Cascavel JL Shopping
12. Shopping Unimart

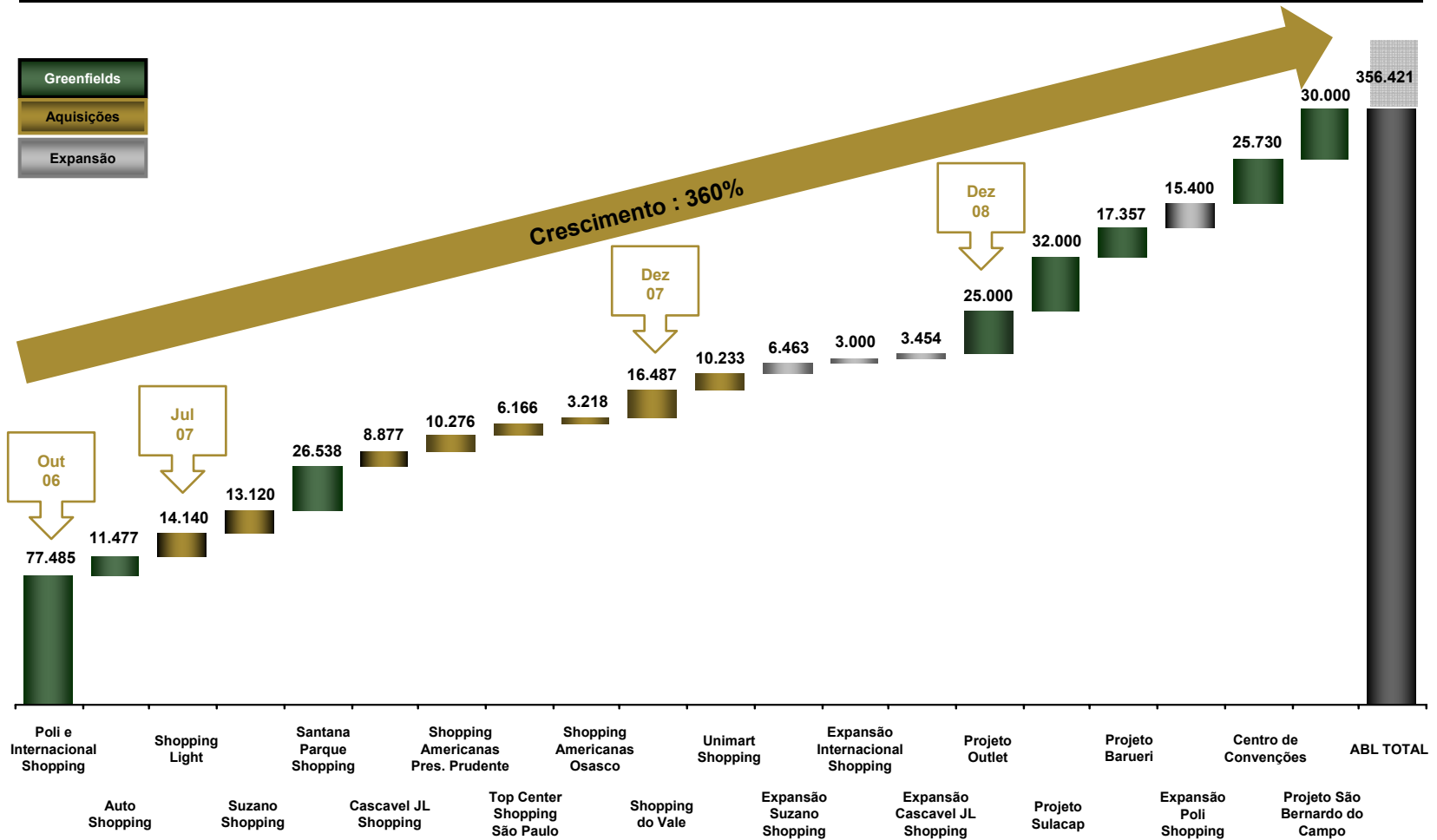
## Greenfields

13. Centro de Convenções
14. Barueri Shopping
15. Sulacap Shopping
16. Itupeva Shopping
17. São Bernardo Shopping

<sup>(1)</sup> Estimado

# Portfolio

## Evolução da ABL Total (m<sup>2</sup>)



# Estratégia de Crescimento Diversificada

## Consolidação

- Aquisição de shopping centers

## Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shoppings centers

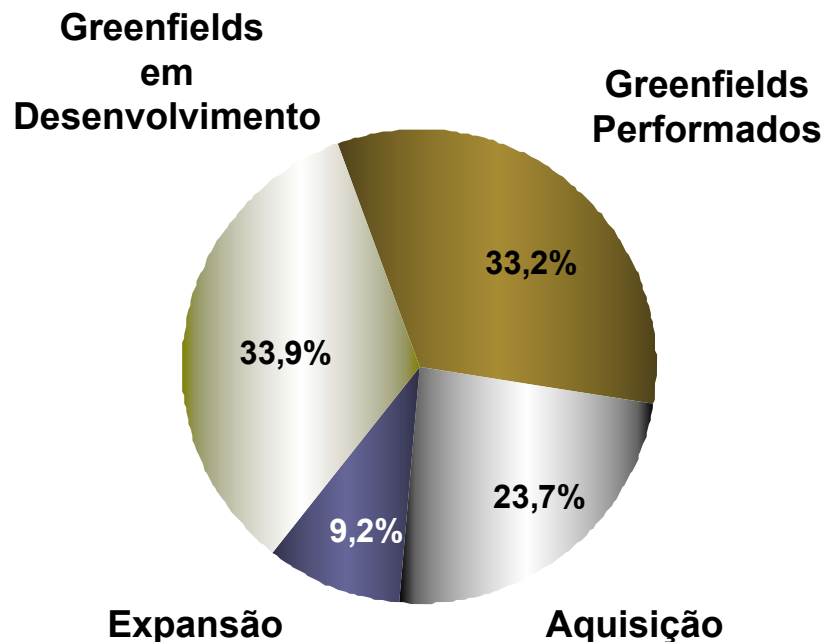
## Expansão

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

## Turnaround

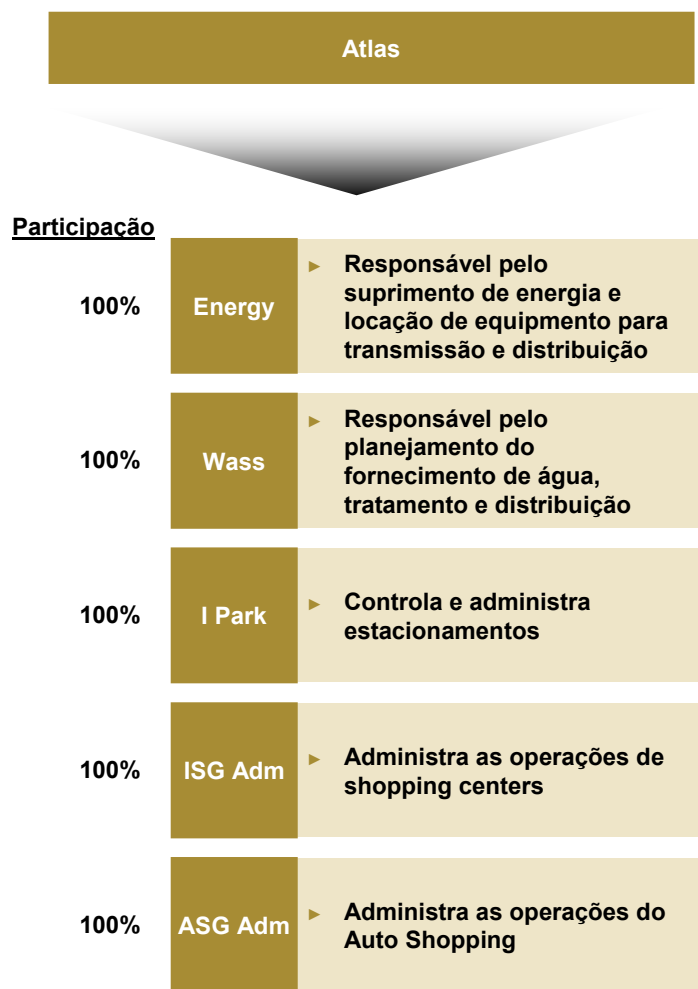
- Renovação e readequação do mix de lojas
- Inovação em serviços complementares

## Composição do ABL próprio<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Considerando shopping centers atuais, Greenfields e expansões anunciadas

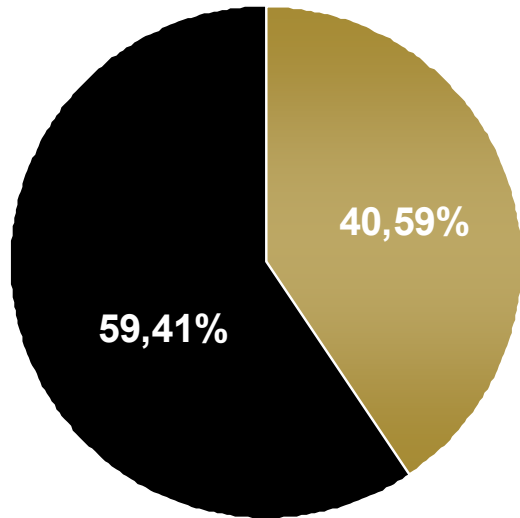
# Serviços Complementares Crescentes



	Administração	Estacionamento	Água	Energia
ISG	✓	✓	✓	✓
Auto	✓	✓	✓	✓
Poli	✓	✓	✓	✓
Light	✓	✓	✓	✓
Santana	✓*	✓	✓	✓
Suzano	✓	✓	✓	✓
Cascavel	✓	✓	✓	✓
Americ. Pres Prudente	✓	✓	✓	✓
Americ. Osasco	✓	✓		
Top Center	✓		✓	
Do Vale	✓	✓	✓	✓
Unimart	✓	✓	✓	✓

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

# 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

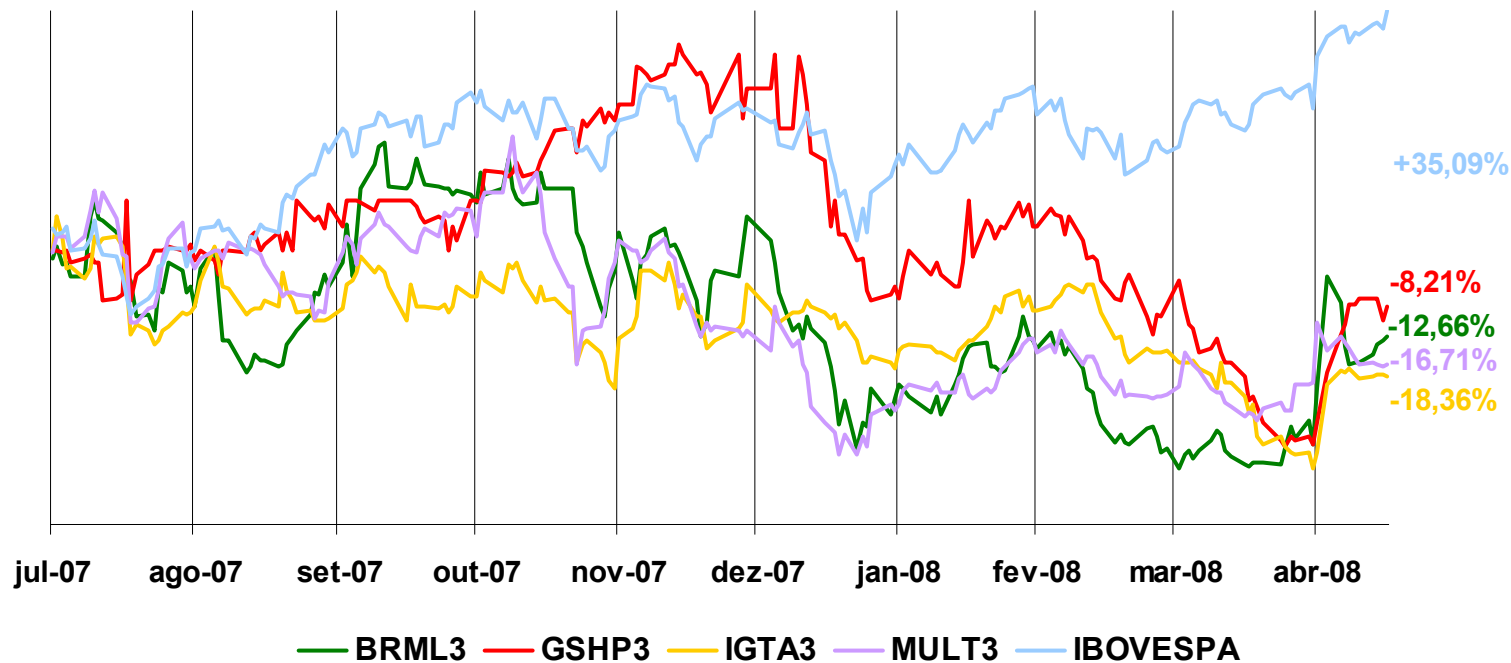
Atividades de market-making (pela corretora Ágora Senior) desde Outubro/07





# Desempenho das Ações

Base 100 – 30/07/2007 a 15/05/2008



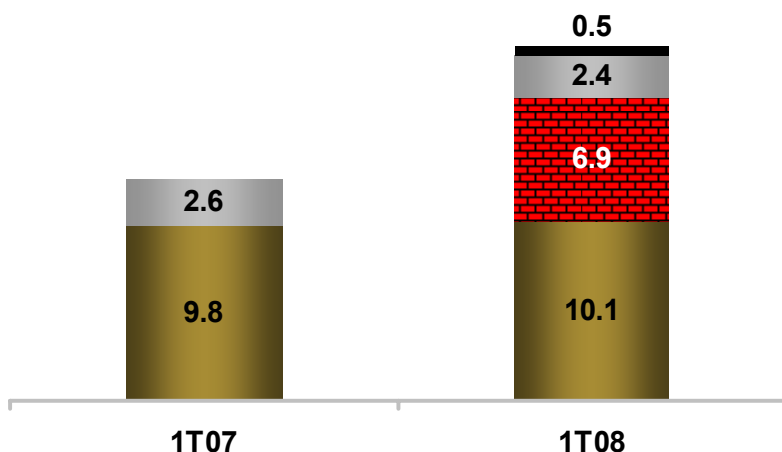


**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

**Desempenho Financeiro**

# Receita Bruta Total

R\$ milhão	1T07		1T08		△
		%		%	
Aluguéis	9,8	79,1%	17,0	85,3%	73,8%
Serviços	2,6	20,9%	2,9	14,7%	13,2%
Total	12,4	100,0%	19,9	100,0%	61,1%



- Serviços - Aquisições & Greenfields
- Serviços - Same Store
- Aluguéis - Aquisições & Greenfields
- Aluguéis - Same Store

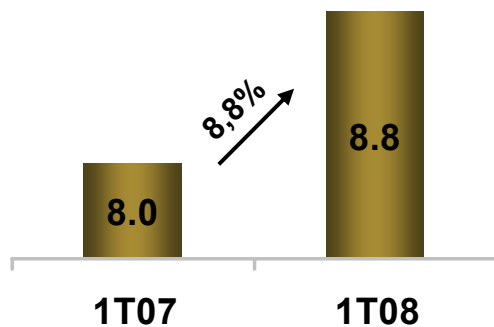


**ABL – 84.877** }
  
 49,5% }
 R\$ 6,0 / m<sup>2</sup> - serviços
   
 R\$ 81,5 / m<sup>2</sup> - aluguéis

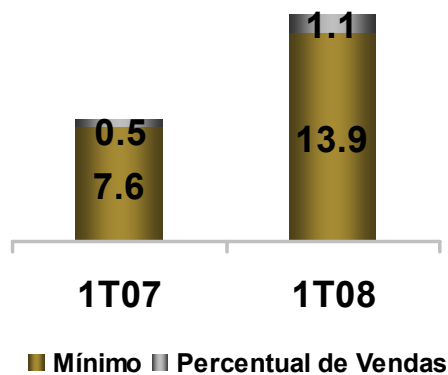
**ABL – 86.699** }
  
 50,5% }
 R\$ 27,9 / m<sup>2</sup> - serviços
   
 R\$ 116,4 / m<sup>2</sup> - aluguéis

# Receita de Aluguéis

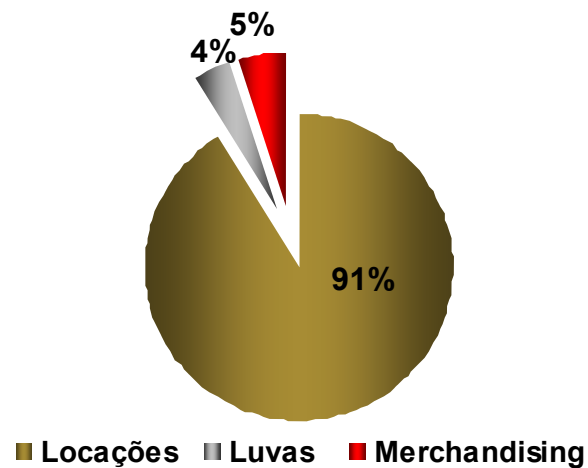
## Same Store Rent



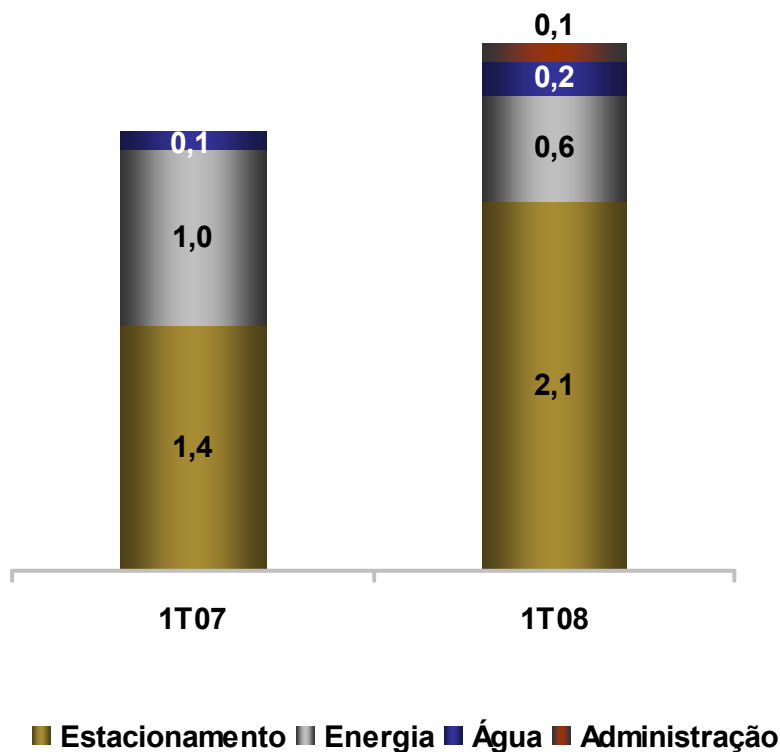
## Mínimo x Percentual de Vendas



## Receitas de Aluguéis - 1T08



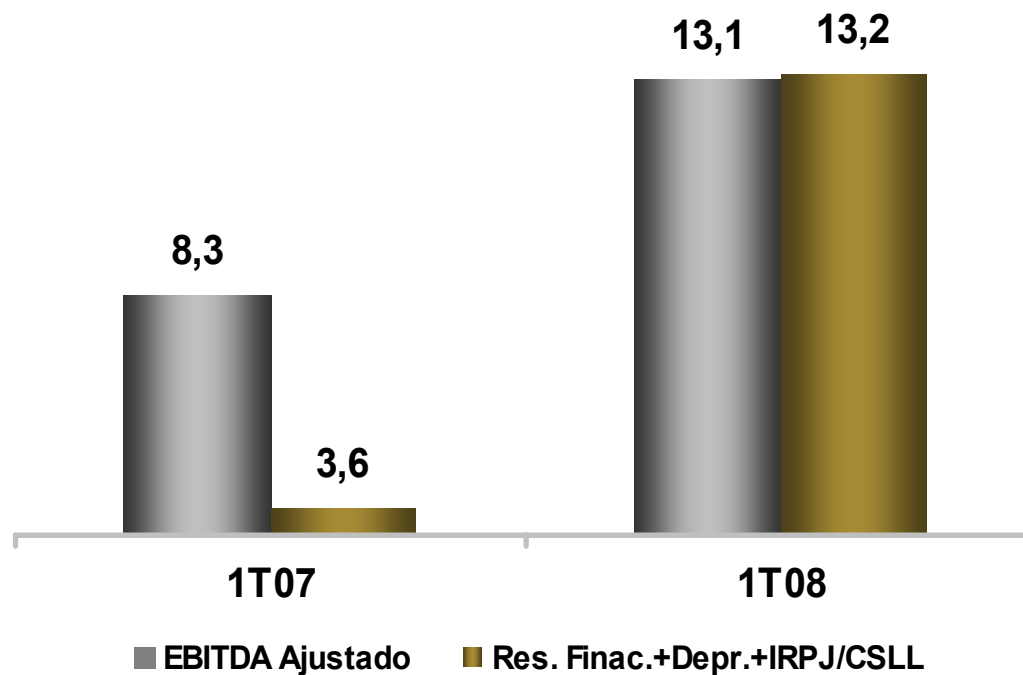
# Receita de Serviços



R\$ milhão	Serviços		△ 1T08/1T07
	1T08	%	
Estacionamento	2,1	70,8%	39,1%
Energia	0,6	19,5%	(43,1%)
Água	0,2	6,4%	32,2%
Administração	0,1	3,3%	257,6%

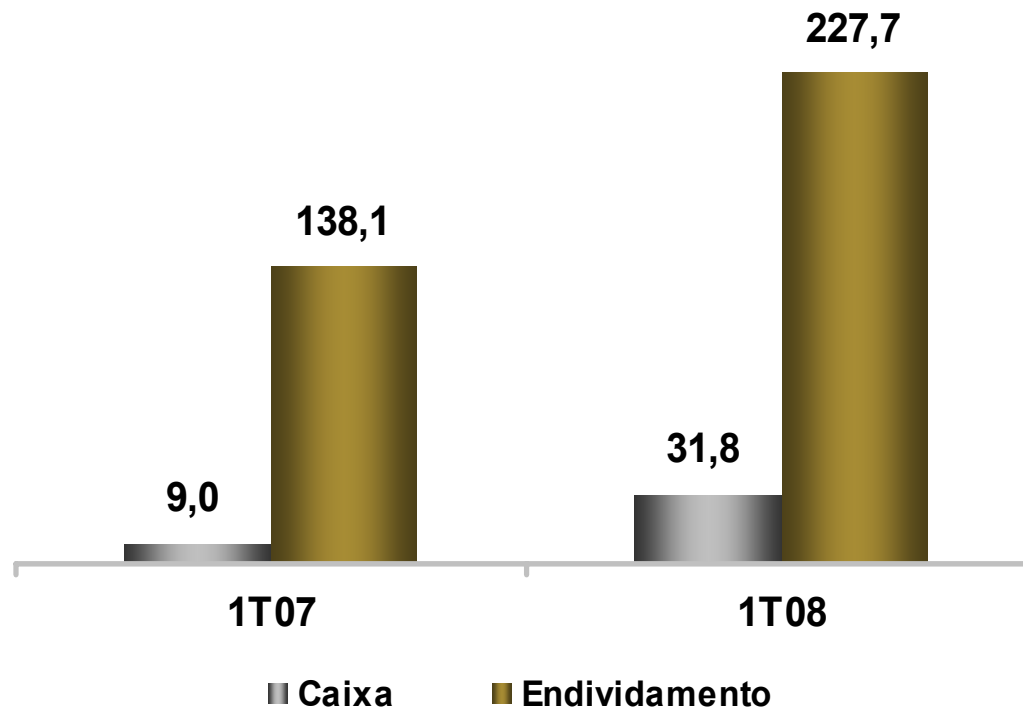


# Lucro Líquido Ajustado x FFO Ajustado



R\$ milhão	1T07		1T08	
		% (Rec Líq)		% (Rec Líq)
Lucro Líquido Ajustado	4,7	44,0%	(0,1)	(0,6)%
FFO Ajustado	7,2	66,9%	3,6	19,8%

# Caixa x Endividamento



Cronograma de Amortização					
R\$ milhão	2008	2009	Após 2009	Total	%
BNDES	7,4	88,0	19,3	114,7	50,4%
Outros Bancos	93,6	3,7	0,0	97,3	42,8%
CCI	1,9	2,5	11,3	15,7	6,8%
<b>Total</b>	<b>102,9</b>	<b>94,3</b>	<b>30,5</b>	<b>227,7</b>	<b>100,0%</b>



# Pontos-Chaves

- ✓ **Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo**
- ✓ **Classes de consumidores B e C como alvo**
- ✓ **Inovação em serviços complementares**
- ✓ **Inovação em operações e modelos de shopping centers**

## 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)