

GeneralShopping ^{BRASIL}

 **apimec** | SP
ASSOCIAÇÃO DOS ANALISTAS
E PROFISSIONAIS DE INVESTIMENTO
DO MERCADO DE CAPITAIS

2011



 **GSHP3
NOVO
MERCADO**
BM&FBOVESPA

Índice de
Ações com Governança
Corporativa Diferenciada **IGC**

Índice de
Ações com Tag Along
Diferenciado **ITAG**

 **abrasca**
companhia associada

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

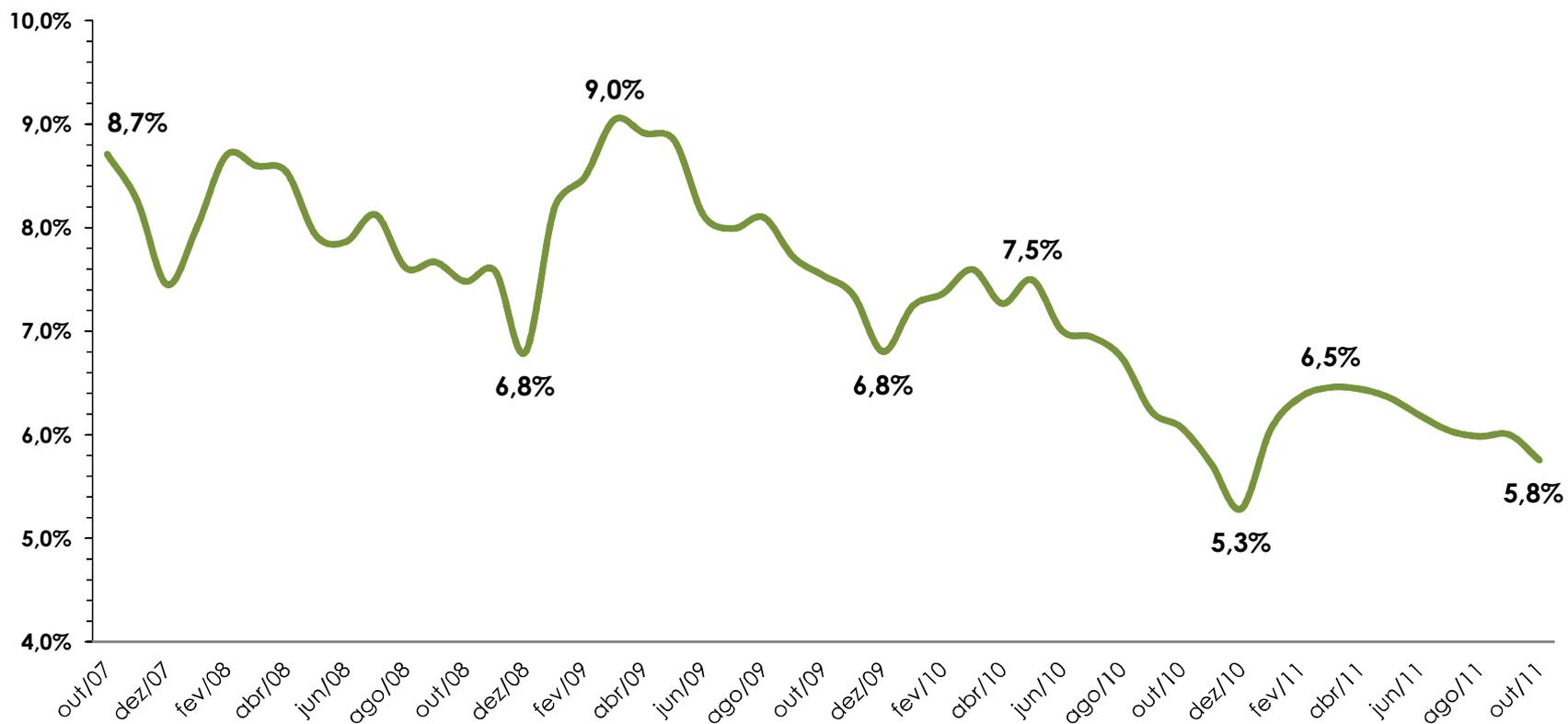
Desempenho Financeiro

GeneralShopping^{BRASIL}



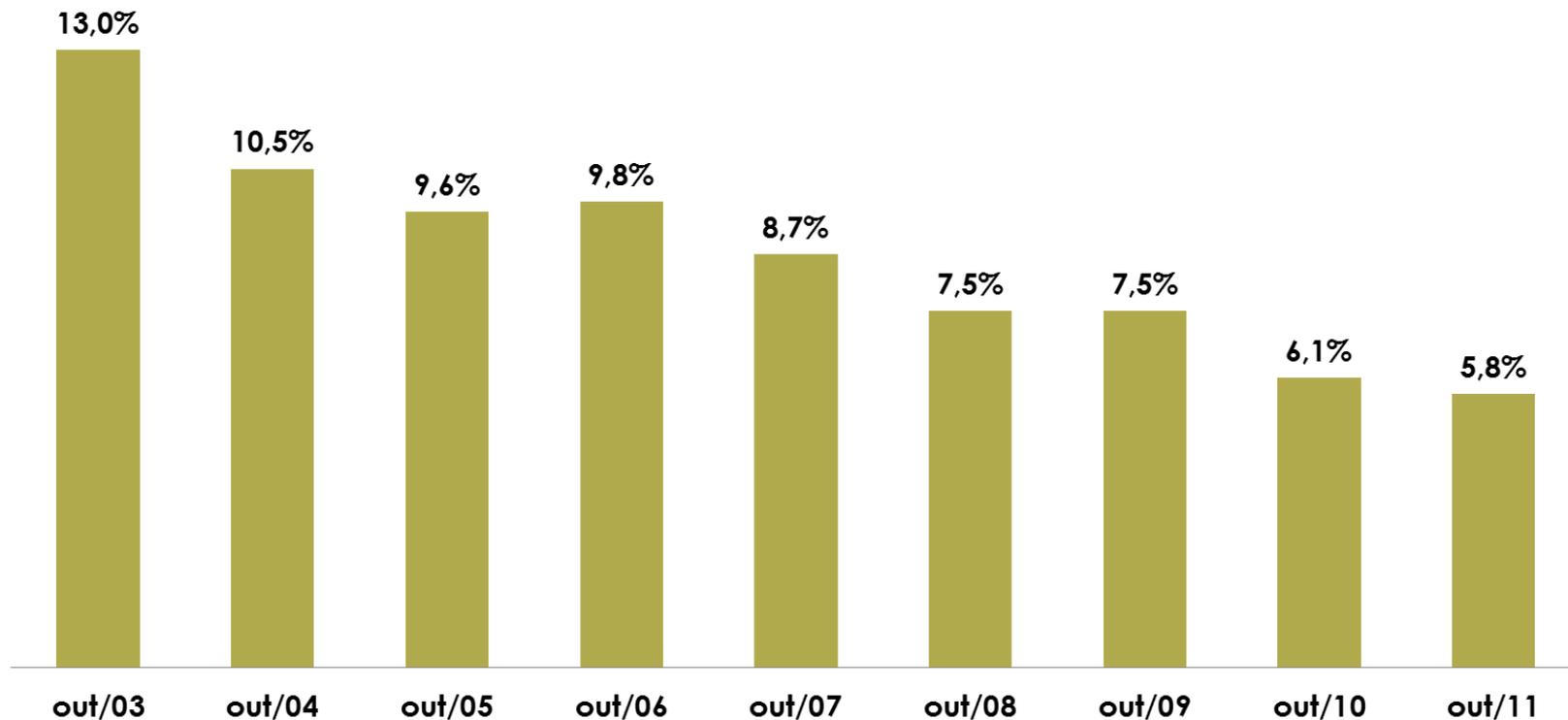
Panorama do Setor

Evolução da Taxa de Desocupação

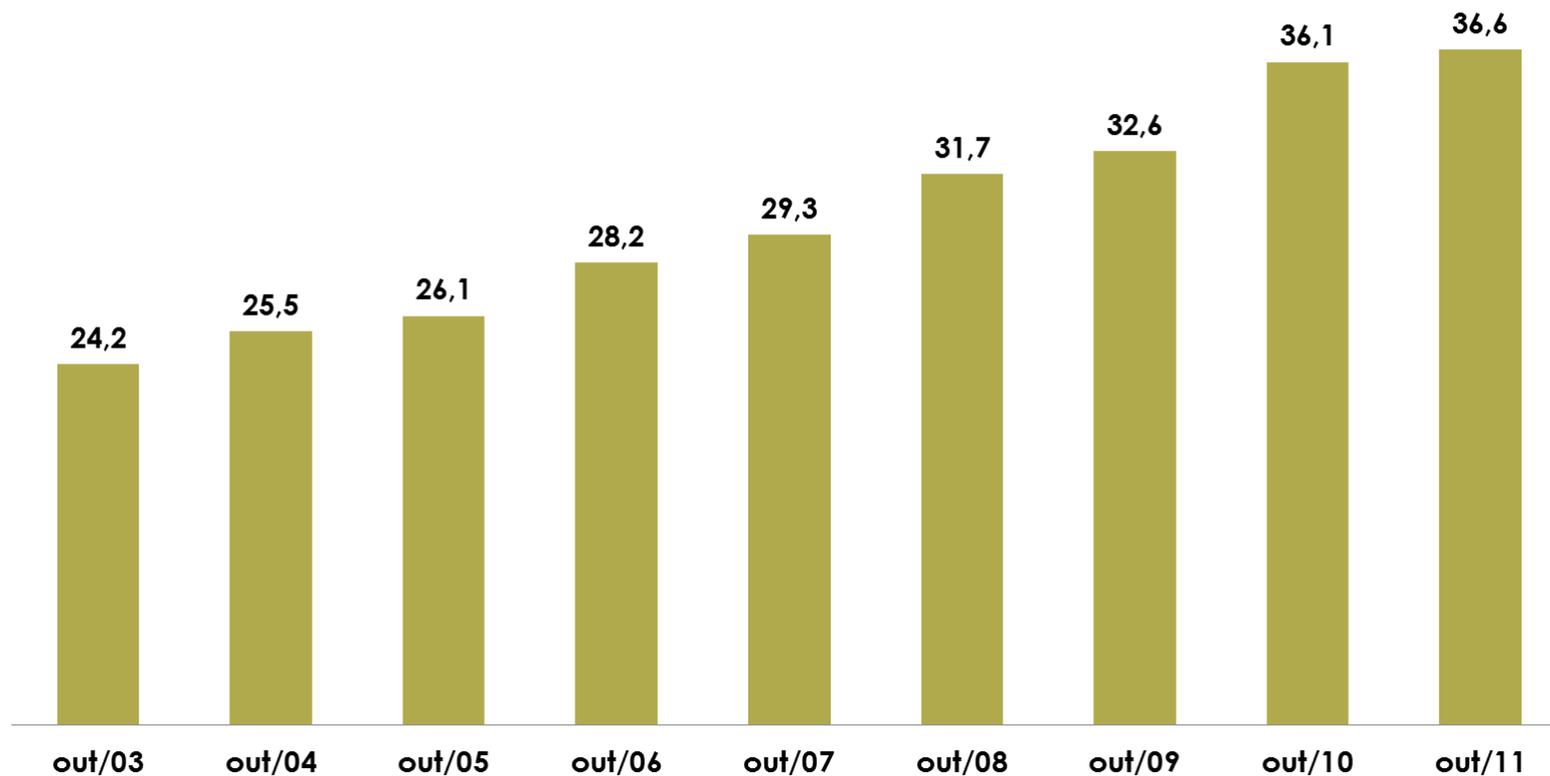


Fonte: PME – IBGE
Elaboração GSB

Evolução da taxa de desocupação para os meses de outubro



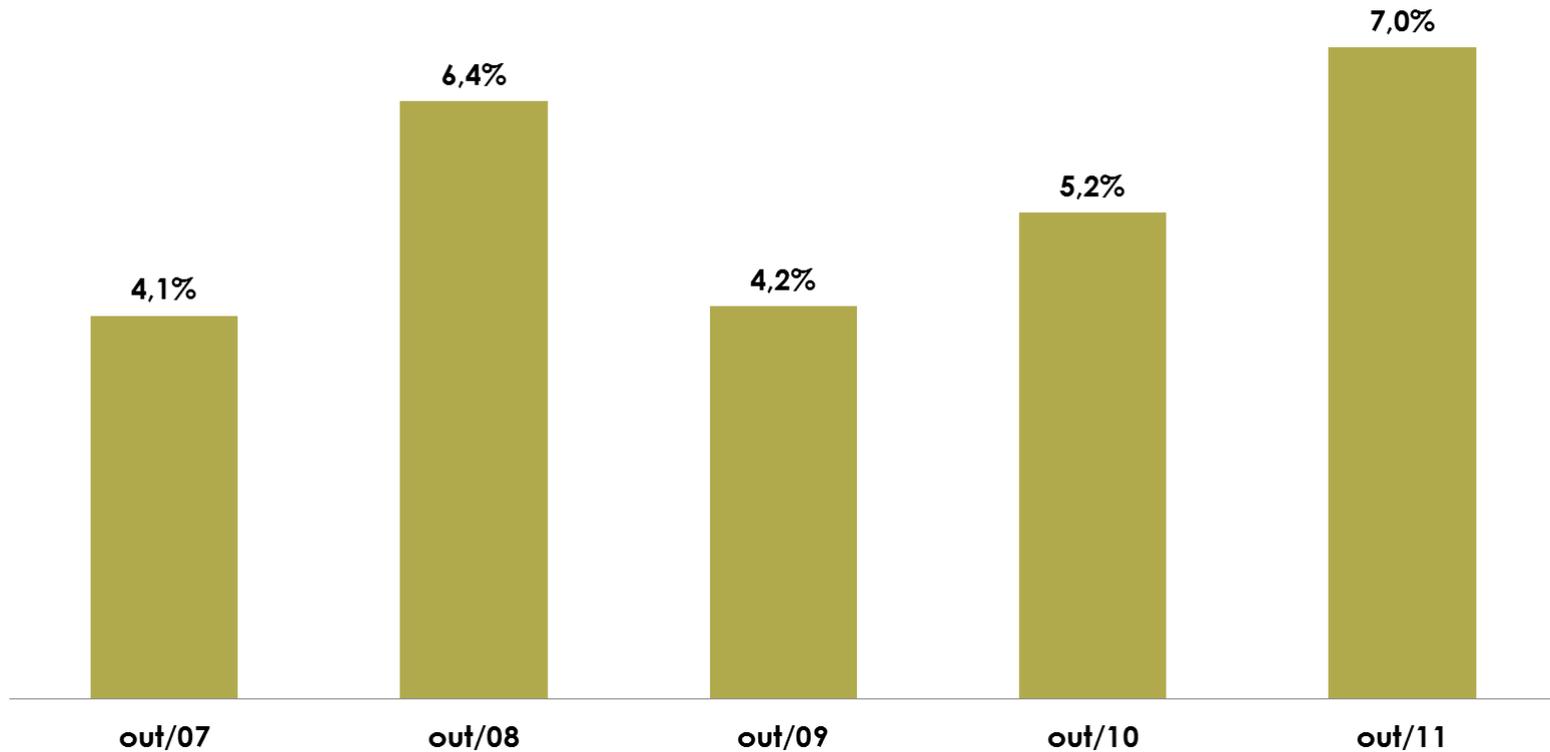
Massa de rendimento real habitual dos ocupados¹
R\$ bilhão



Fonte: PME – IBGE – Elaboração GSB

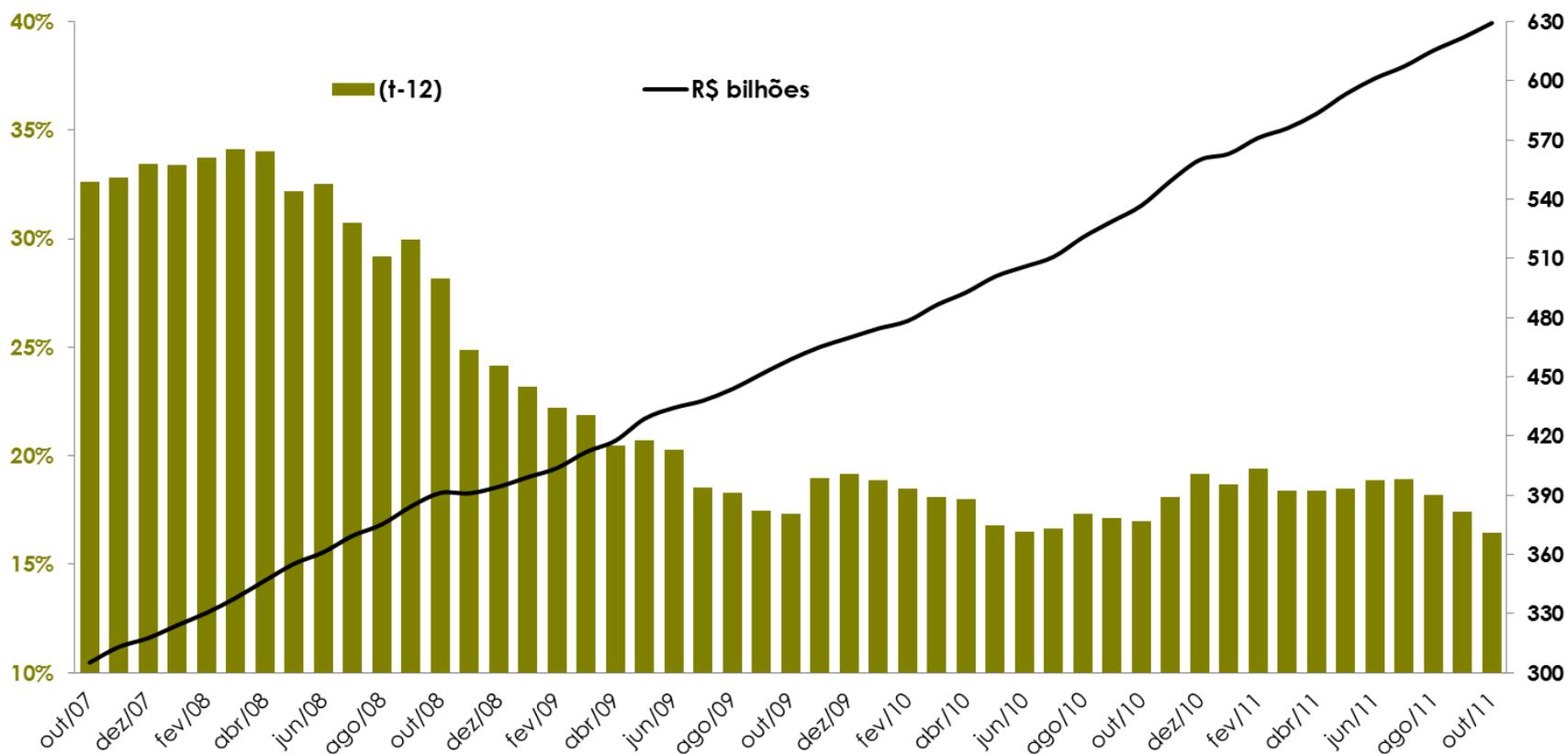
¹Massa de rendimento calculada com base na pop. ocupada e rendimento médio real habitual dos ocupados

Taxa de Inflação - IPCA: variação acumulada em 12 meses (meses de outubro)



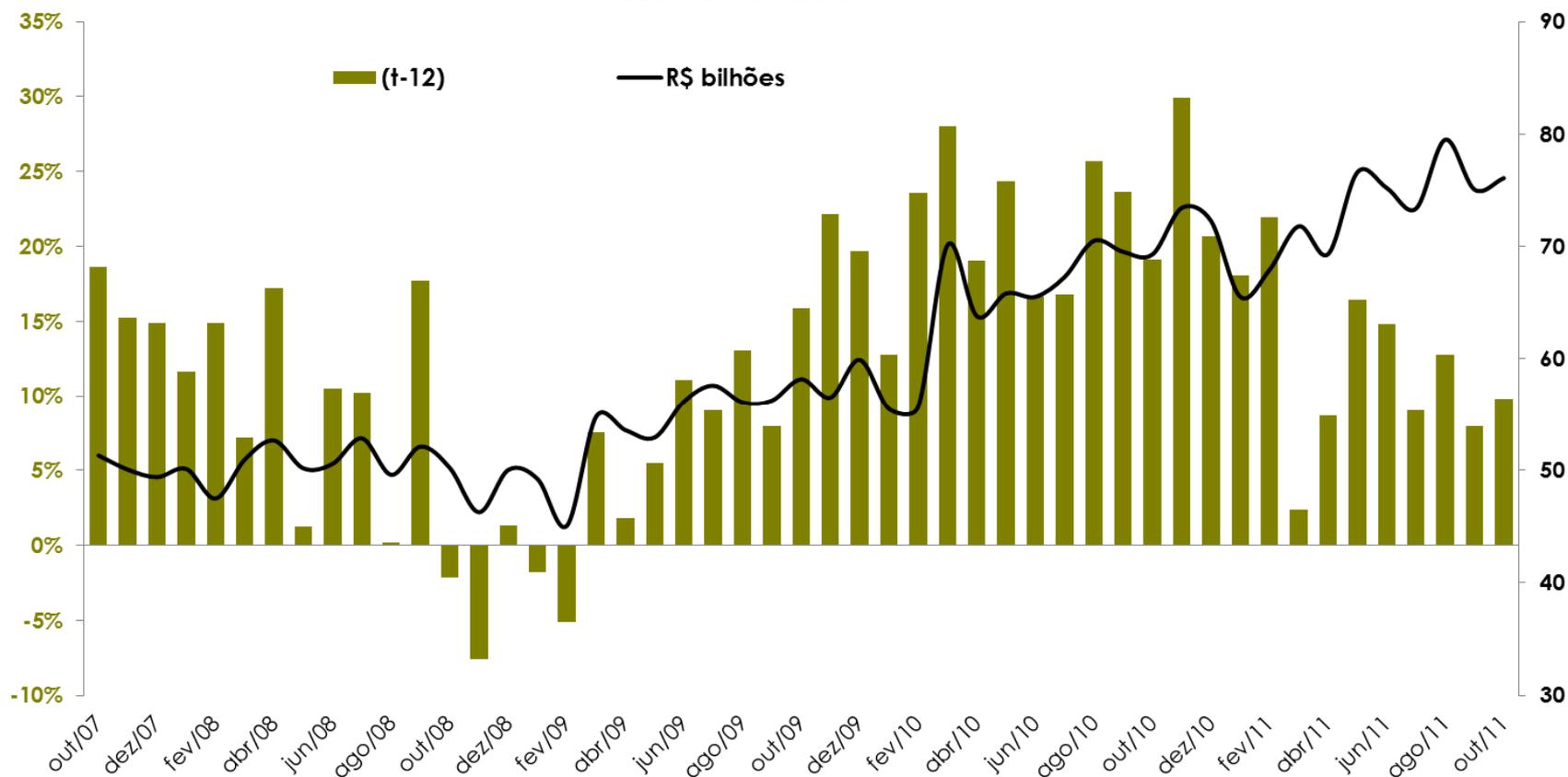
Volume de crédito destinado às famílias

Estoque



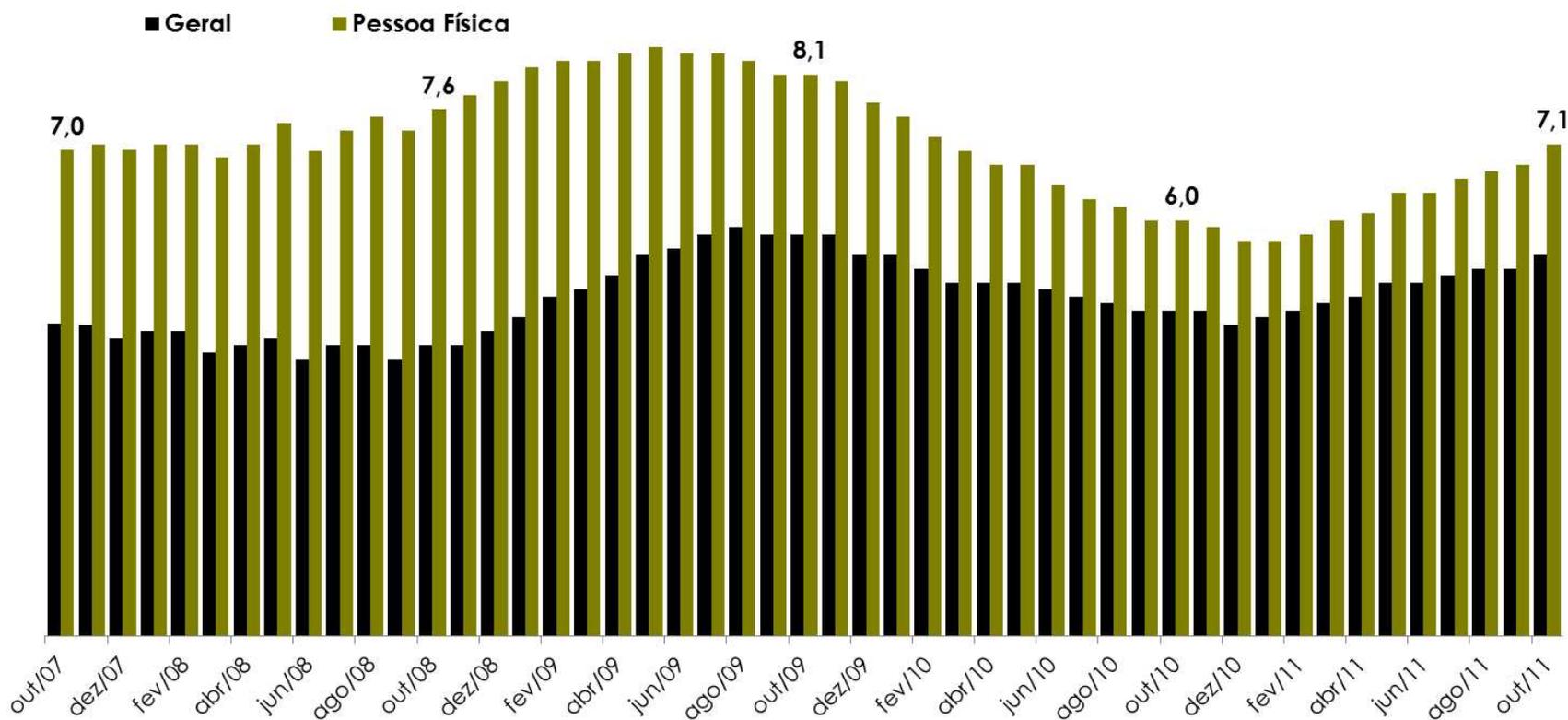
Fonte: Banco Central
Elaboração GSB

Volume de crédito destinado às famílias Novas Concessões



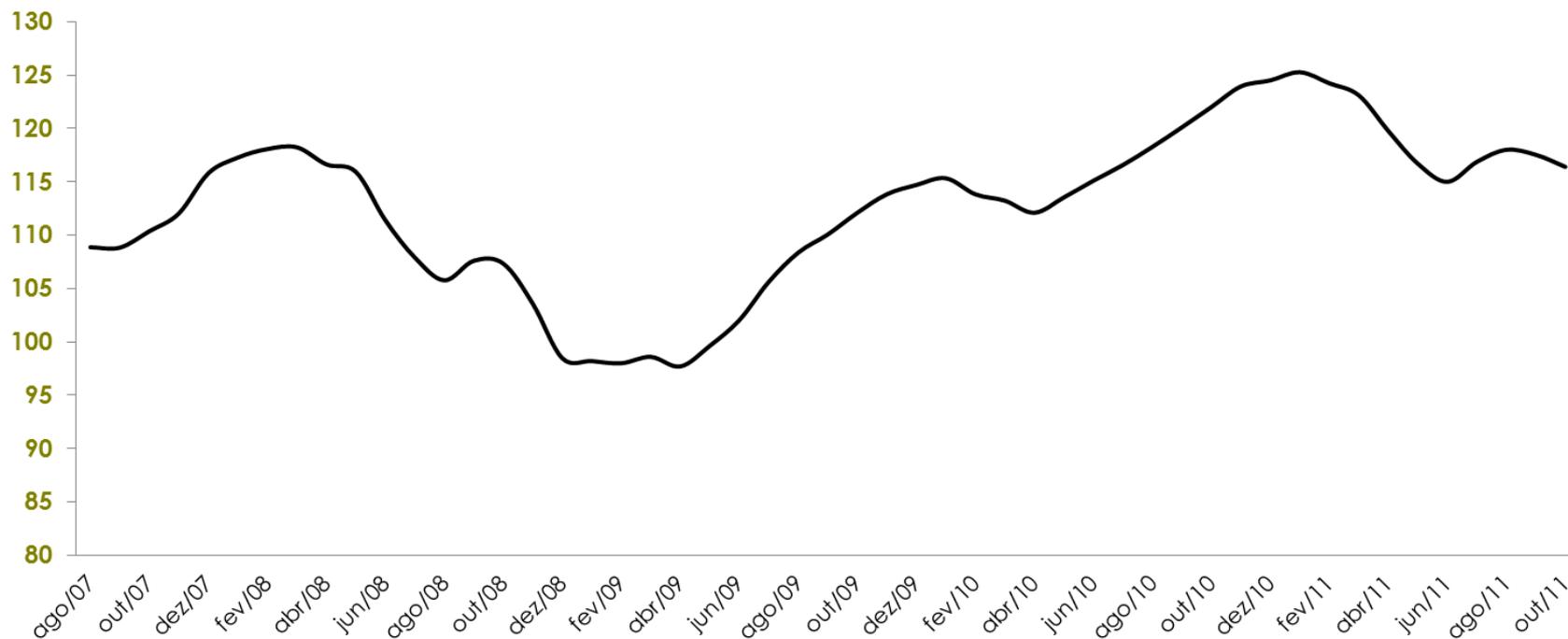
Fonte: Banco Central
Elaboração GSB

Taxa de inadimplência Geral e Pessoas Físicas



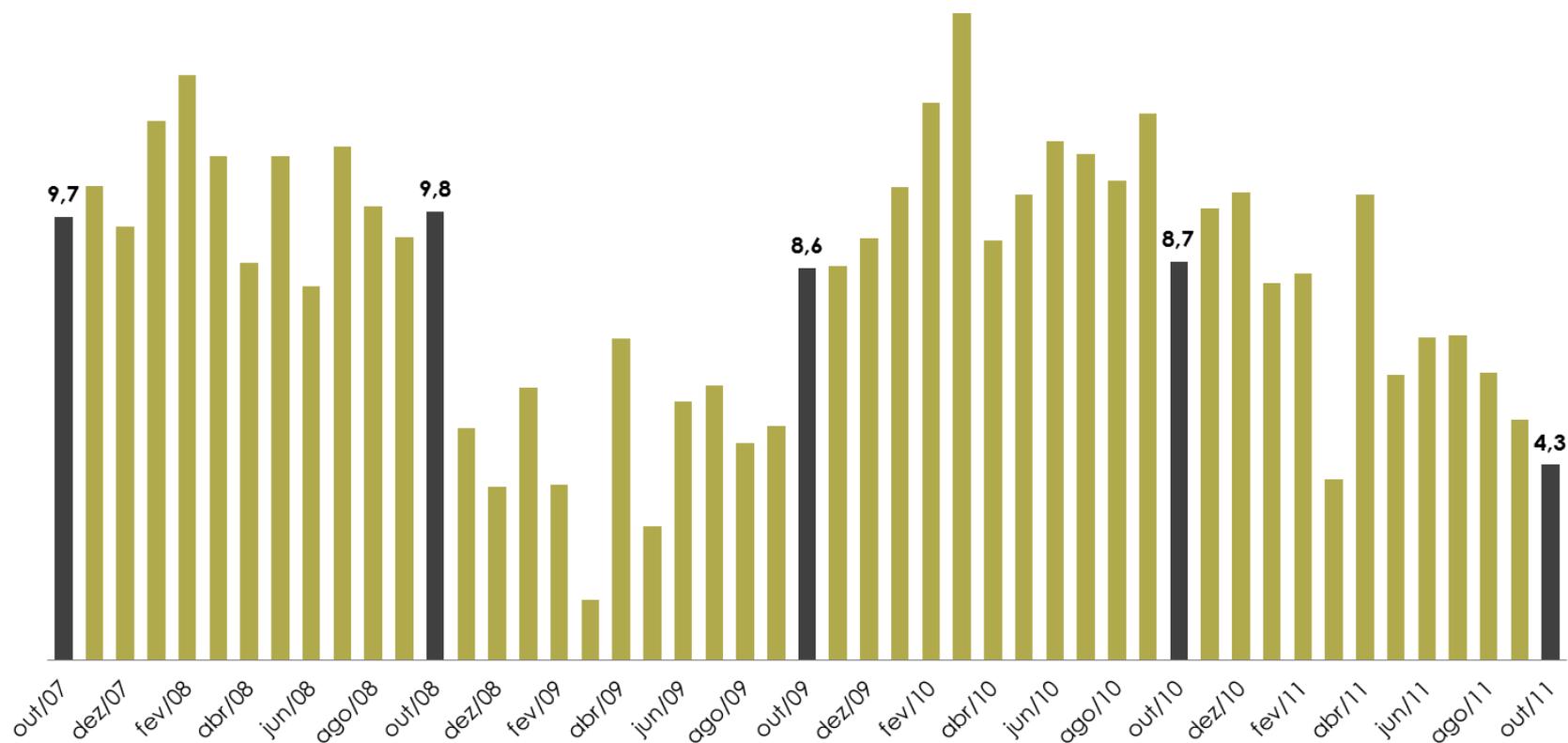
Fonte: Banco Central
Elaboração GSB

Índice de Confiança do Consumidor média móvel trimestral



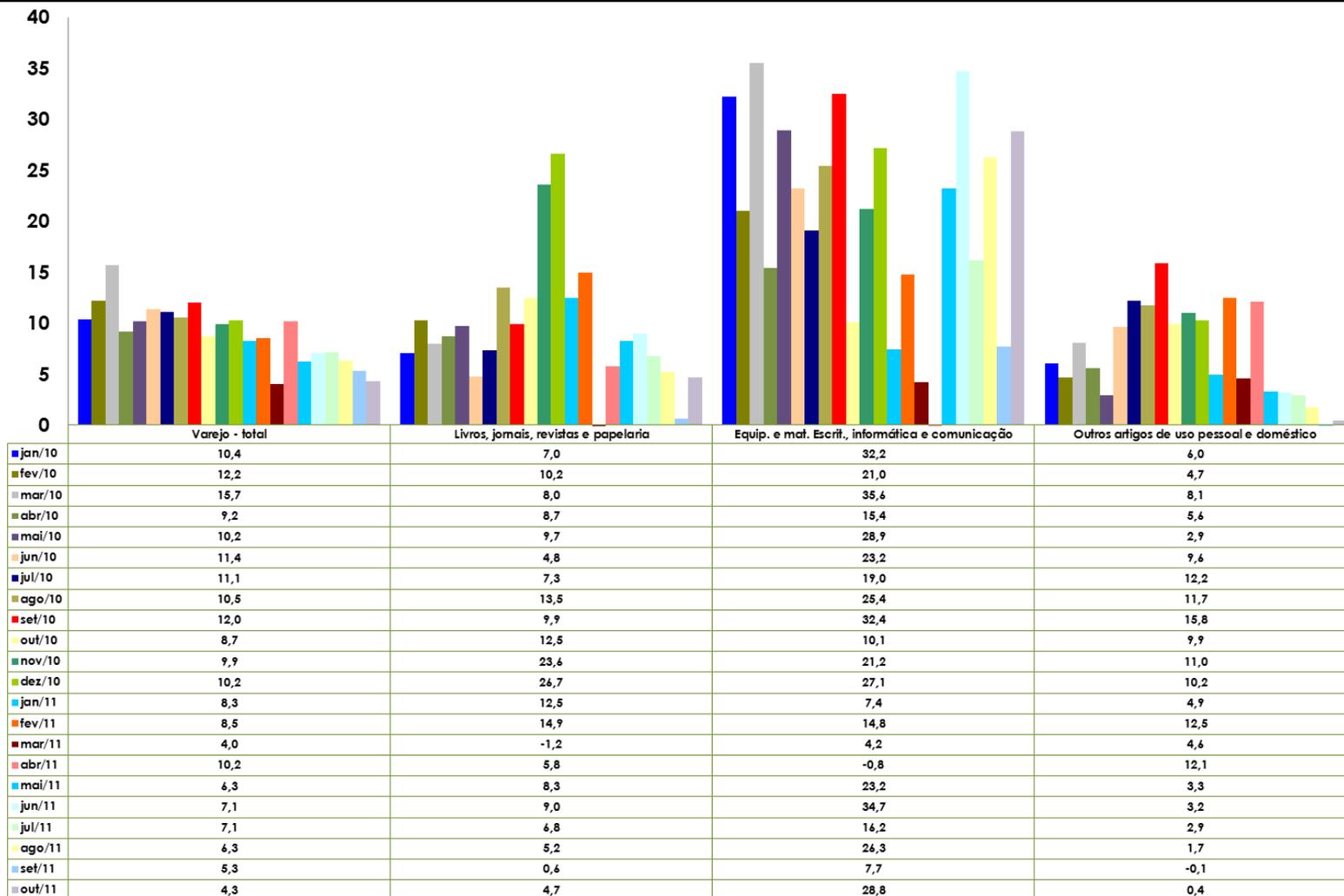
Desempenho do Comércio Varejista

variação frente ao mesmo mês do ano anterior - volume de vendas - %



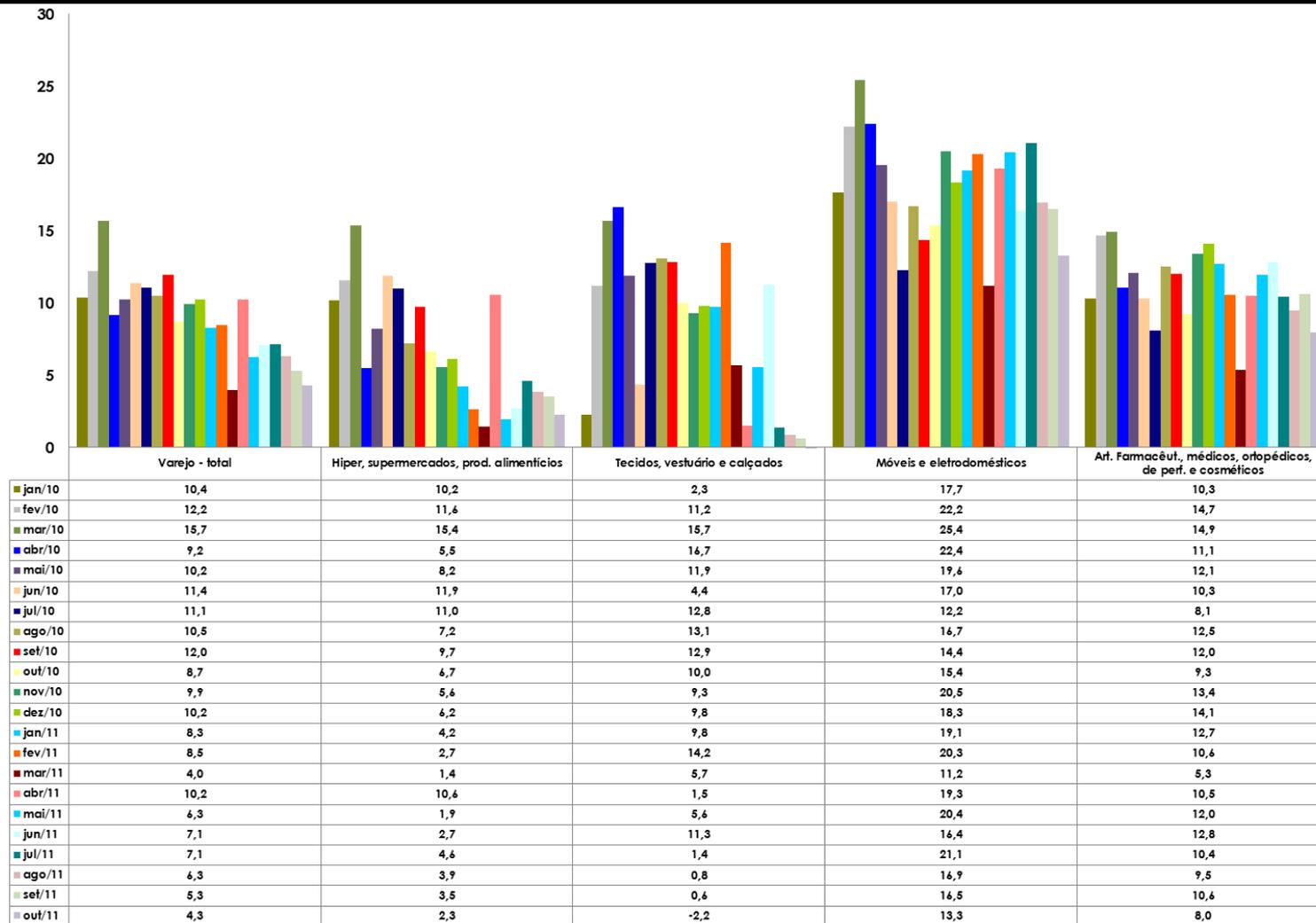
Fonte: PMC - IBGE
Elaboração: GSB

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Jan/10-Out/11



Fonte: IBGE - Elaboração: GSB

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Jan/10-Out/11



Fonte: IBGE - Elaboração: GSB

GeneralShopping^{BRASIL}



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 80,2%

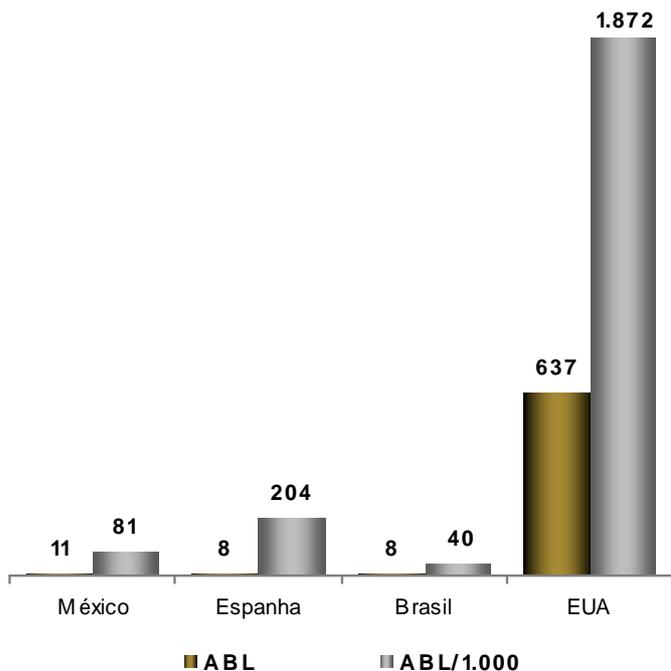
- ICSC - “É um grupo de lojas de varejo, planejado, desenvolvido e gerido como uma operação única.”
- ABRASCE – “Um grupo de lojas de varejo com uma operação integrada e gerenciamento centralizado, ..., e pelo menos parte de sua receita de aluguel deve ser parte das receitas de vendas de varejo.”



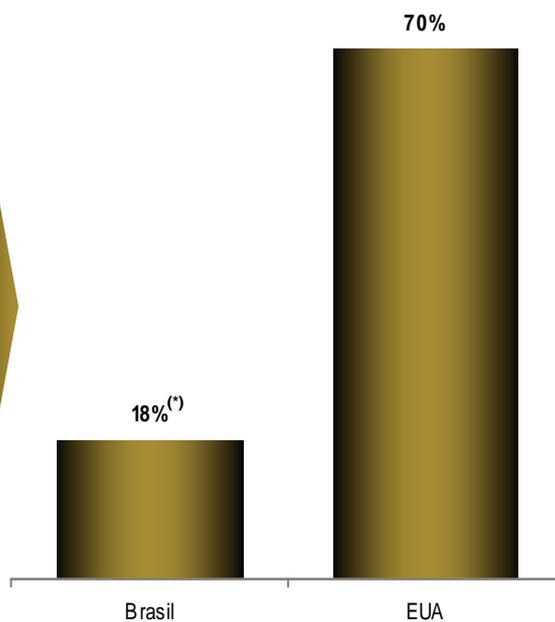
Shopping Center	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)	Expansões ABL Própria (m ²)
Poli Shopping Guarulhos	50,0%	4.527	2.264	15.400
Internacional Shopping	100,0%	75.958	75.958	-
Auto Shopping	100,0%	11.477	11.477	-
Shopping Light	70,0%	14.140	9.898	-
Santana Parque Shopping	50,0%	26.538	13.269	-
Suzano Shopping	100,0%	19.583	19.583	-
Cascavel JL Shopping	85,5%	8.877	7.590	2.953
Top Center Shopping	100,0%	6.369	6.369	-
Prudente Parque Shopping	100,0%	10.276	10.276	8.000
Poli Shopping Osasco	100,0%	3.218	3.218	-
Shopping do Vale	84,4%	16.487	13.913	-
Unimart Shopping Campinas	100,0%	10.233	10.233	8.000
Outlet Premium São Paulo	50,0%	17.716	8.858	-
Parque Shopping Barueri	48,0%	37.420	17.962	-
	80,2%	262.819	210.868	34.353

Greenfield	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)
Outlet Premium Brasília	100,0%	16.479	16.479
Parque Shopping Sulacap	51,0%	29.932	15.265
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
Parque Shopping Maia	96,5%	26.700	25.766
Unimart Shopping Atibaia	100,0%	16.245	16.245
	86,4%	115.086	99.485

Área e Área/Habitante por País



Vendas do Varejo nos Shopping Centers



Tipos de Shopping Centers nos EUA

- Regional
- Super Regional
- Vizinhança
- Comunitário
- Lifestyle
- Power Center
- Temático
- Outlet

O setor de shopping center brasileiro tem grande potencial de crescimento

Fonte: ABRASCE

(*) Não considera as vendas de combustível e gás de petróleo liquefeito

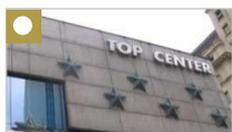
Distribuição Geográfica

Internacional Shopping Guarulhos



ABL total (m²) 75.958
No. de lojas 292

Top Center Shopping



ABL total (m²) 6.369
No. de lojas 67

Poli Shopping Guarulhos



ABL total (m²) 4.527
No. de lojas 52

Santana Parque Shopping



ABL total (m²) 26.538
No. de lojas 176



Unimart Shopping Atibaia



ABL total (m²) 16.245⁽¹⁾
No. de lojas ND

Poli Shopping Osasco



ABL total (m²) 3.218
No. de lojas 19

Suzano Shopping



ABL total (m²) 19.583
No. de lojas 174

Shopping Light



ABL total (m²) 14.140
No. de lojas 134

Shopping do Vale



ABL total (m²) 16.487
No. de lojas 94

Outlet Premium São Paulo



ABL total (m²) 17.716
No. de lojas 90

Parque Shopping Maia



ABL total (m²) 26.700⁽¹⁾
No. de lojas 200⁽¹⁾

Prudente Parque Shopping



ABL total (m²) 10.276
No. de lojas 56

Cascavel JL Shopping



ABL total (m²) 8.877
No. de lojas 80

Parque Shopping Sulacap



ABL total (m²) 29.932⁽¹⁾
No. de lojas 165⁽¹⁾

Parque Shopping Barueri



ABL total (m²) 37.420
No. de lojas 177

Auto Shopping



ABL total (m²) 11.477
No. de lojas 80

Unimart Shopping Campinas



ABL total (m²) 10.233
No. de lojas 91

Centro de Convenções



ABL total (m²) 25.730⁽¹⁾
No. de lojas NA

Outlet Premium Brasília



ABL total (m²) 16.479⁽¹⁾
No. de lojas 82⁽¹⁾

● Shopping em operação

▲ Shopping em construção

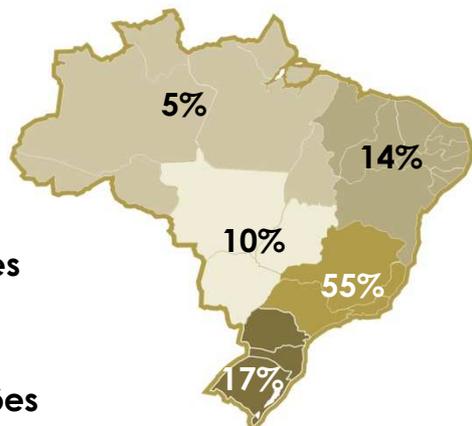
Região	PIB	Varejo
Sul e Sudeste	72,6%	71,6%

Fonte: IBGE 2008

⁽¹⁾ Estimativa

PIB(1)

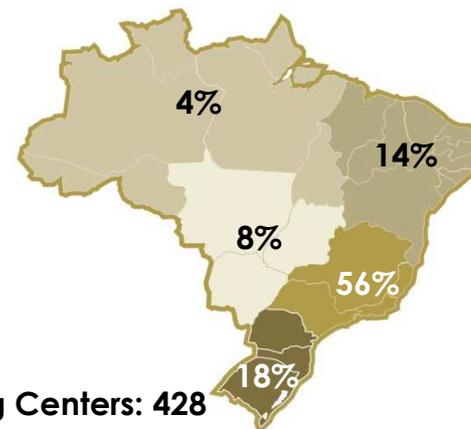
- R\$ 162 bilhões
- R\$ 437 bilhões
- R\$ 311 bilhões
- R\$ 1.791 bilhões
- R\$ 535 bilhões



PIB Total: R\$ 3.236 bilhões

Número de Shopping Centers(2)

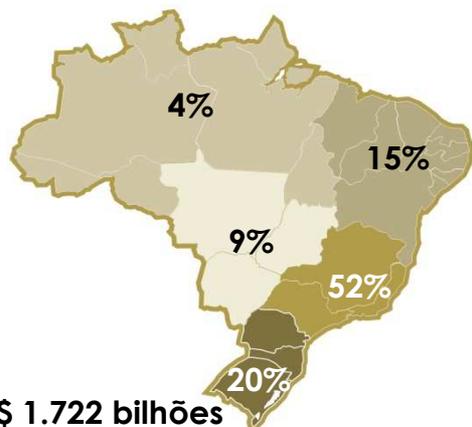
- 15
- 58
- 36
- 240
- 79



Número Total de Shopping Centers: 428

Vendas do Varejo(1)

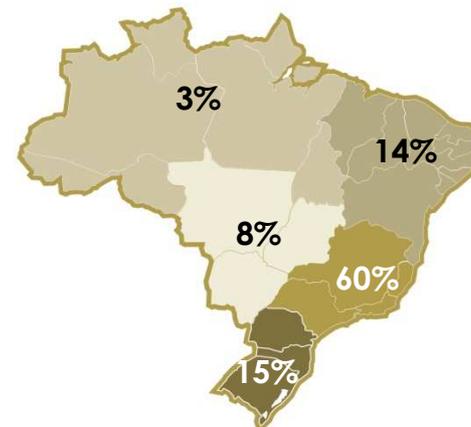
- R\$ 62 bilhões
- R\$ 259 bilhões
- R\$ 155 bilhões
- R\$ 898 bilhões
- R\$ 348 bilhões



Total Vendas Varejo: R\$ 1.722 bilhões

ABL(2)

- 293.875 m²
- 1.431.098 m²
- 787.200 m²
- 6.026.218 m²
- 1.518.937 m²



Total ABL: 10.057.328 m²

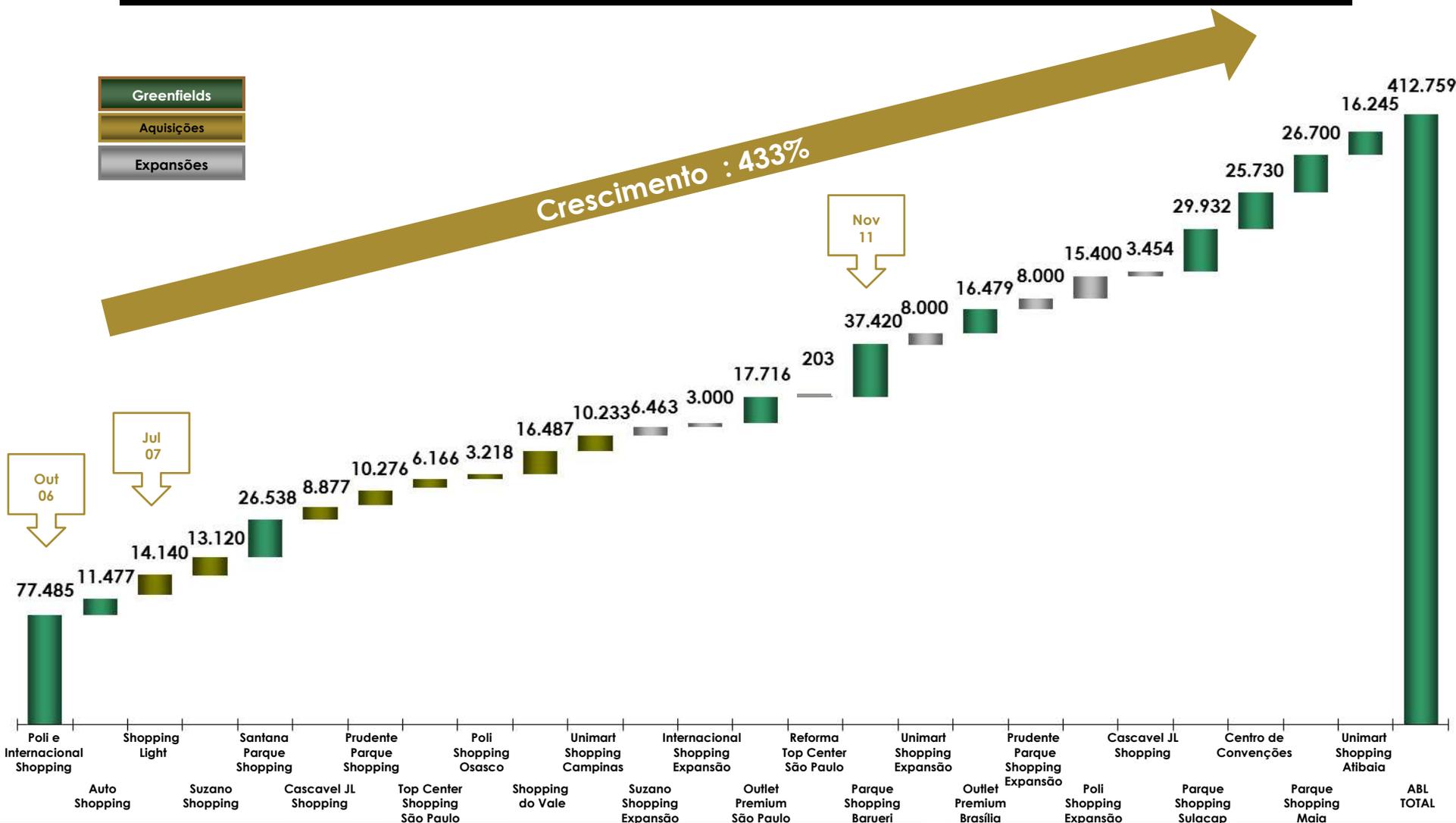
(1) Fonte: IBGE 2009

(2) Fonte: ABRASCE - novembro de 2011

Evolução da ABL (m²)



Crescimento : 433%



Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

Expansão

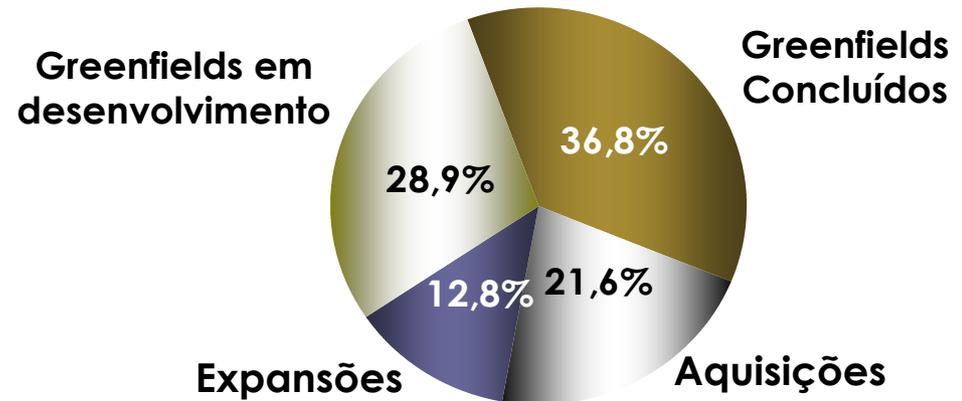
- Aumento das participações nos ativos
- Expansão da ABL do portfólio existente
- Implementação de projetos de uso misto

Sinergias + Rentabilidade

Turnaround

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

ABL Própria⁽¹⁾

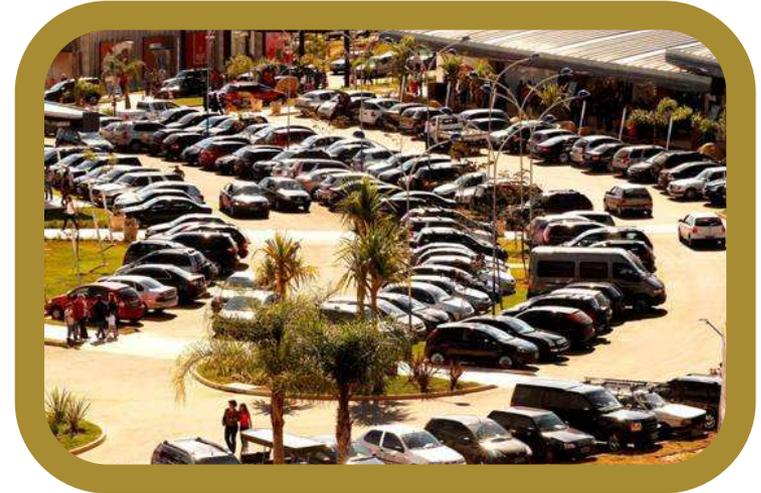


(1) Considerando atuais shopping centers, expansões e greenfields anunciados.



Outlet Premium São Paulo

- Tipo: Greenfield
- Participação: 50%
- Área de influência (habitantes): Super Regional
- Taxa de Ocupação: 98,0% (inauguração) - 100,0% hoje
- Descrição: 1º Outlet do país. Entrada das principais marcas nos países com operações de outlet. Localizado na rodovia que liga a capital paulista e a região metropolitana de Campinas. Power Center formado por hotel e por 2 parques temáticos.
- Ação: Suprimento de canais de venda de mercadorias excedentes com custos de ocupação adequados à operação de desconto



Inauguração: junho/2009

ABL Total: 17.716 m²

Participação: 50%



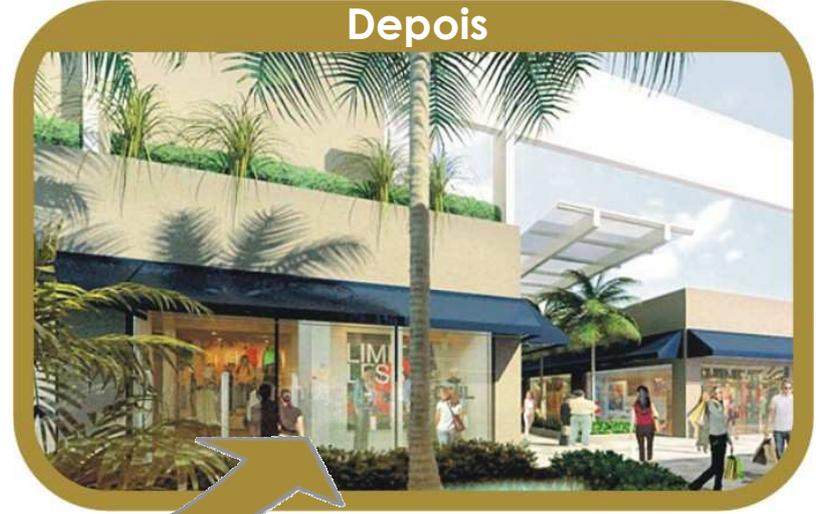
Unimart Shopping Campinas

- Tipo: Open Lifestyle Center
- Participação: 100%
- % classe social B e C: 88%
- Área de influência (habitantes): 277 mil
- Descrição: Desenvolvido dentro do conceito de LifeStyle. O Unimart é um shopping aberto que conjuga em um mesmo espaço lojas de comércio e de conveniência. O conjunto de lojas fica voltado para amplos corredores cobertos em harmonia com áreas de conveniência ao ar livre, proporcionando um ambiente agradável aos usuários e com custos operacionais reduzidos para os lojistas.

Antes



Depois



Obras (Dezembro 2011)



- Comercializado: mais de 95% da ABL



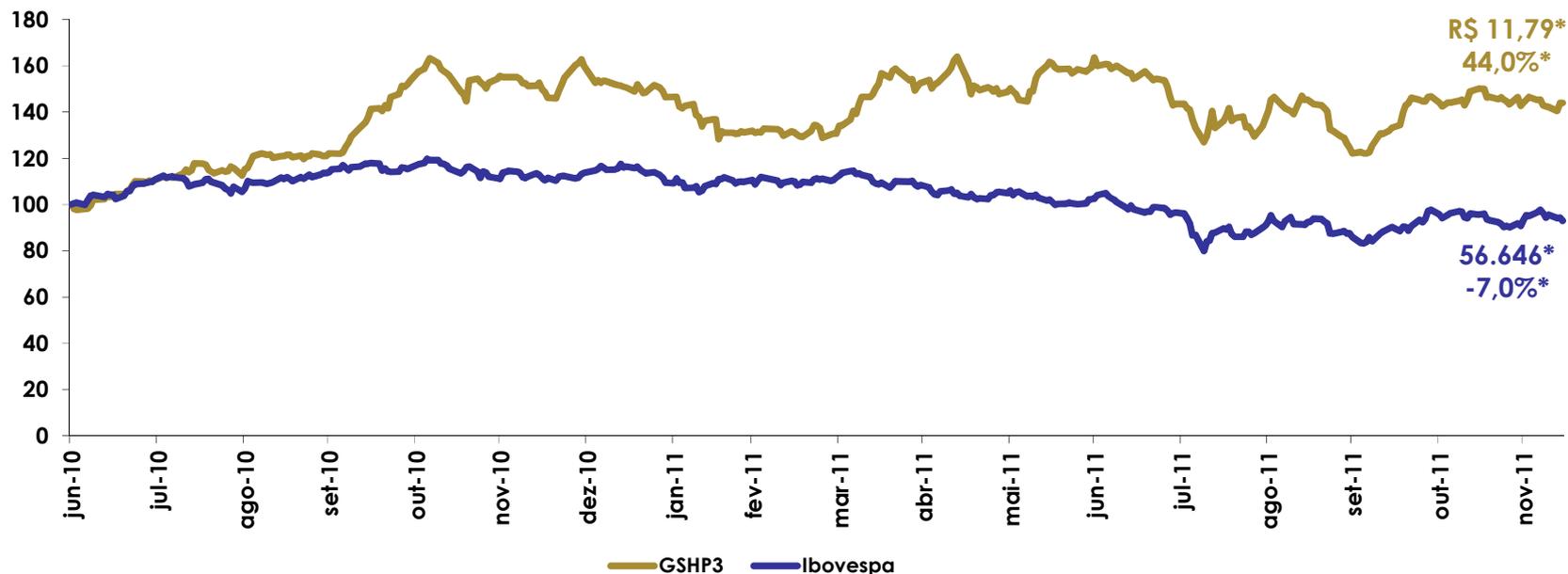
Atlas			Administração	Estacionamento	Água	Energia	
			ISG	✓	✓	✓	✓
			Auto	✓	✓	✓	✓
			Poli	✓	✓	✓	✓
100%	Energy	▶ Responsável pelo suprimento de energia e locação de equipamento para transmissão e distribuição	Light	✓	✓	✓	✓
			Santana	✓*	✓	✓	✓
100%	Wass	▶ Responsável pelo planejamento do fornecimento de água, tratamento e distribuição	Suzano	✓	✓	✓	✓
			Cascavel	✓	✓	✓	✓
100%	I Park	▶ Controla e administra estacionamentos	Prudente Parque	✓	✓	✓	✓
			Poli Shopping Osasco	✓	✓		
100%	GSB Adm	▶ Administra as operações de shopping centers	Top Center	✓		✓	
			Do Vale	✓	✓	✓	✓
100%	ASG Adm	▶ Administra as operações do Auto Shopping	Unimart Campinas	✓	✓	✓	✓
			Outlet Premium São Paulo	✓	✓	✓	✓
			Parque Shopping Barueri	✓	✓	✓	✓

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

- 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

Desempenho Acionário

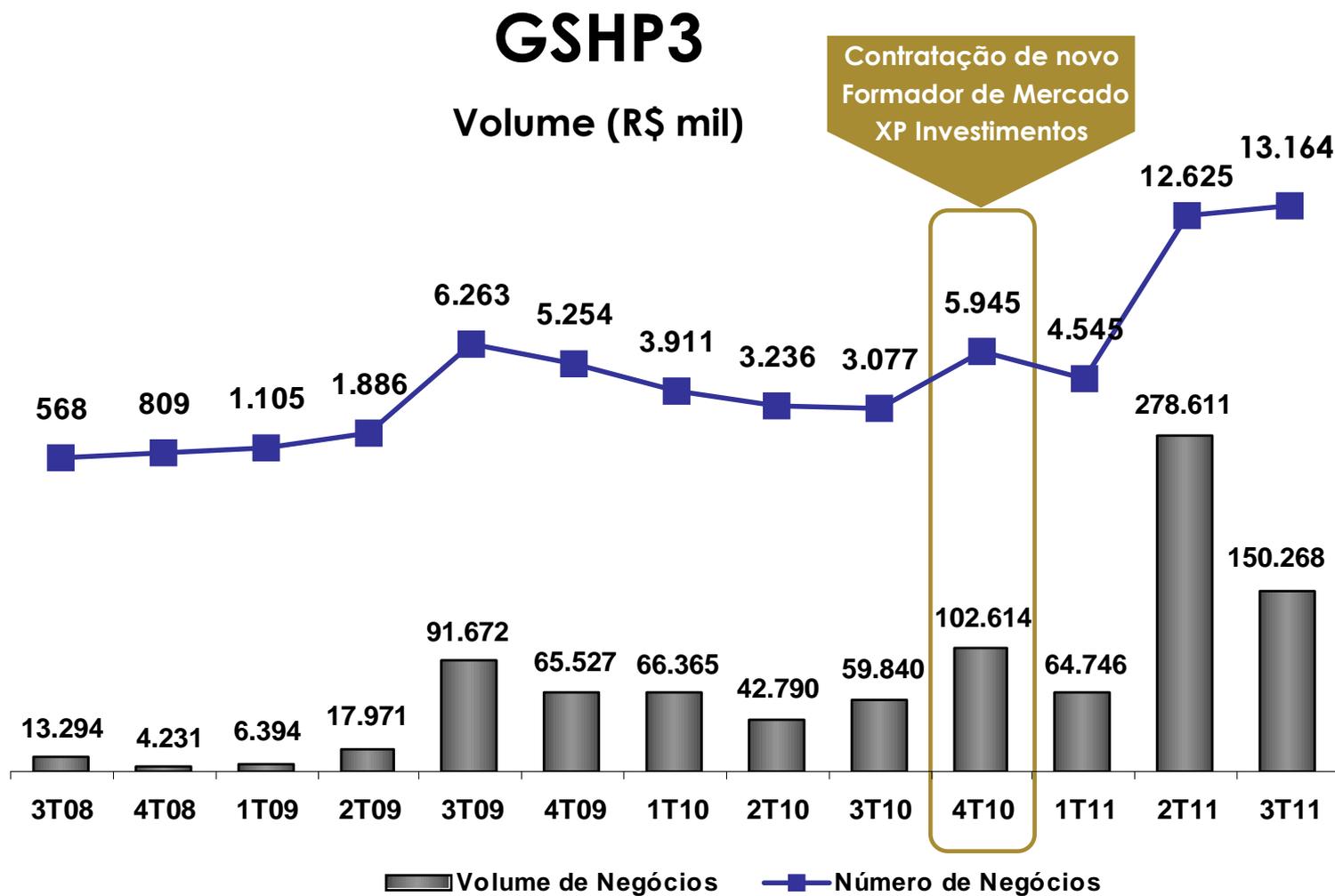
(Base 100 – 30/06/2010)

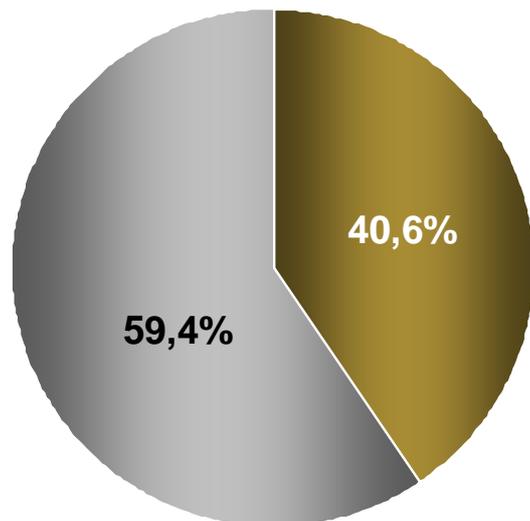


(*) Em 14/12/2011

Até 30/09/2011: GSHP3 = 22,1%

Ibovespa = -14,1%





■ Free float ■ Controlador

	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	57,7% - Brasileiros
		38,2% - Estrangeiros
		4,1% - Varejo
Total	50.480.600	-

Listada desde Julho de 2007

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



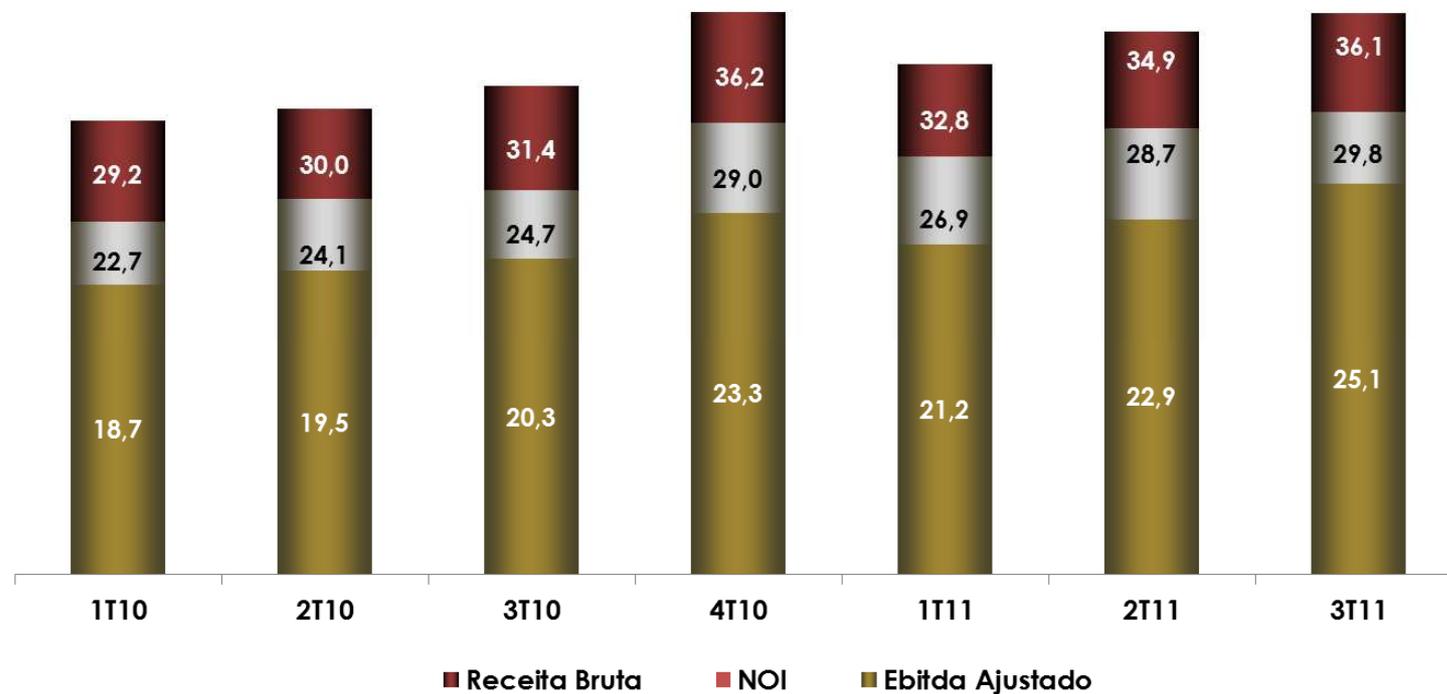
(*) Posição em 08/12/2011

GeneralShopping^{BRASIL}

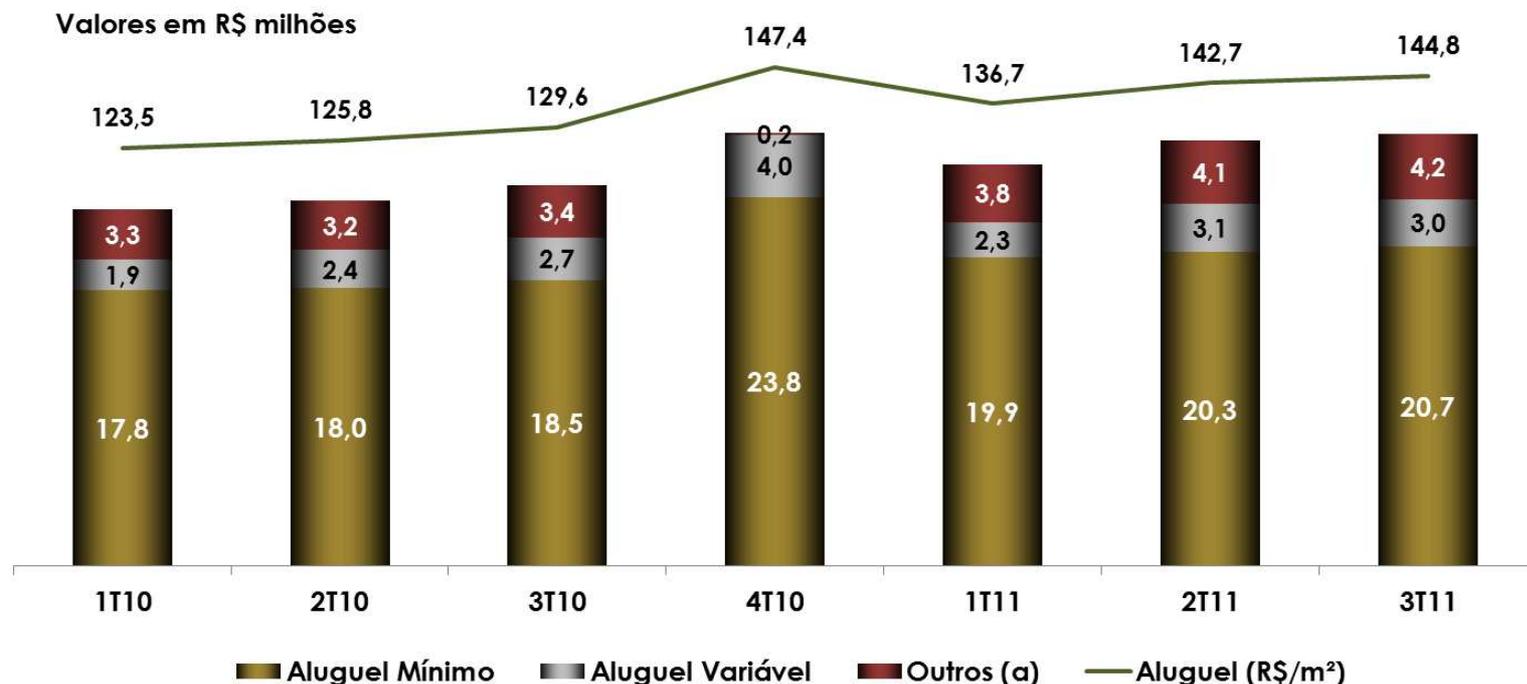


Desempenho Financeiro

Valores em R\$ milhões



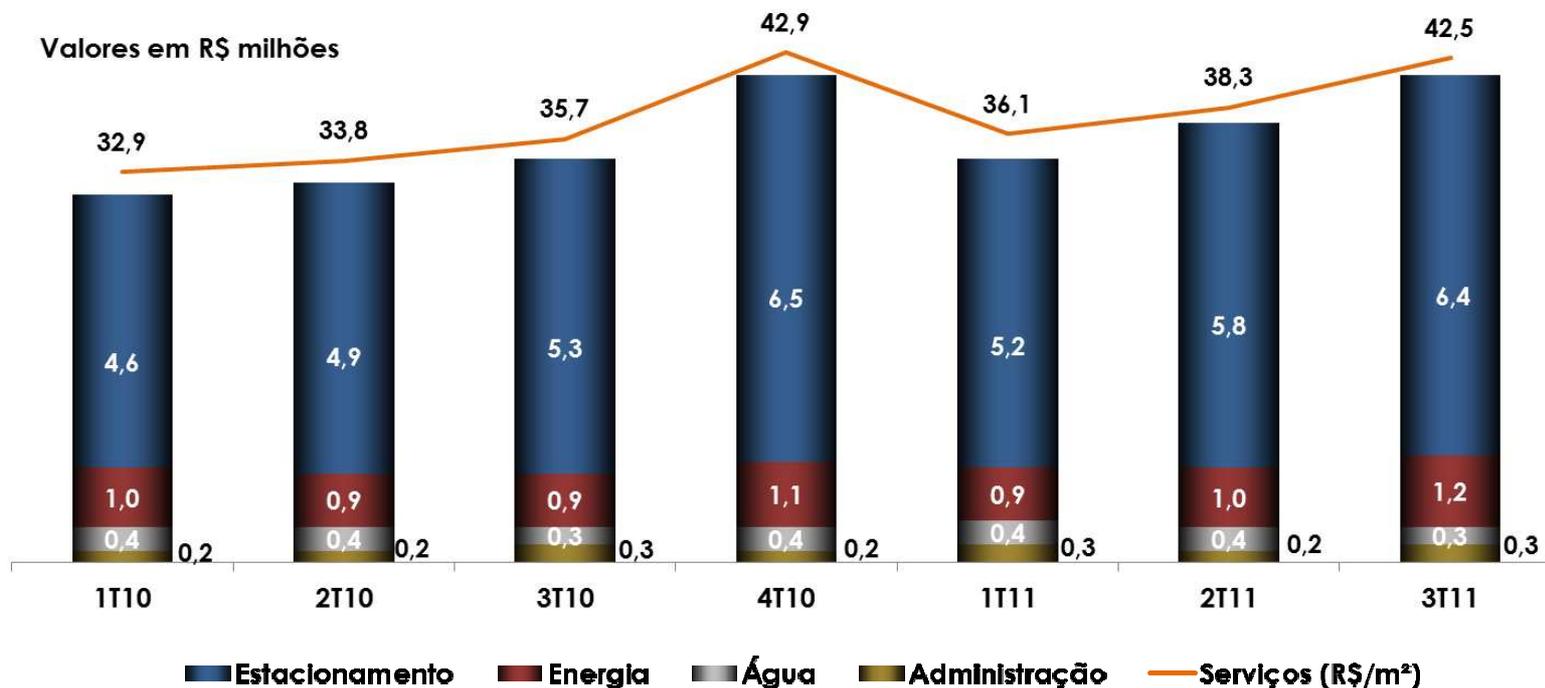
	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11
Receita Bruta	29,2	30,0	31,4	36,2	32,8	34,9	36,1
NOI	22,7	24,1	24,7	29,0	26,9	28,7	29,8
Ebitda Ajustado	18,7	19,5	20,3	23,3	21,2	22,9	25,1
NOI Margem	85,6%	87,2%	85,5%	87,9%	87,8%	88,3%	88,1%
Ebitda Margem	70,3%	70,5%	70,3%	70,4%	69,3%	70,3%	74,4%



RECEITA DE ALUGUEL	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11
Aluguel Mínimo	17,8	18,0	18,5	23,8	19,9	20,3	20,7
Aluguel Variável	1,9	2,4	2,7	4,0	2,3	3,1	3,0
Outros ^(a)	3,3	3,2	3,4	0,2	3,8	4,1	4,2
Taxa de Ocupação ^(b)	95,9%	95,9%	96,2%	96,1%	96,3%	96,3%	96,6%

(a) Inclui: Mall/Merchandising, Luvas e Linearização

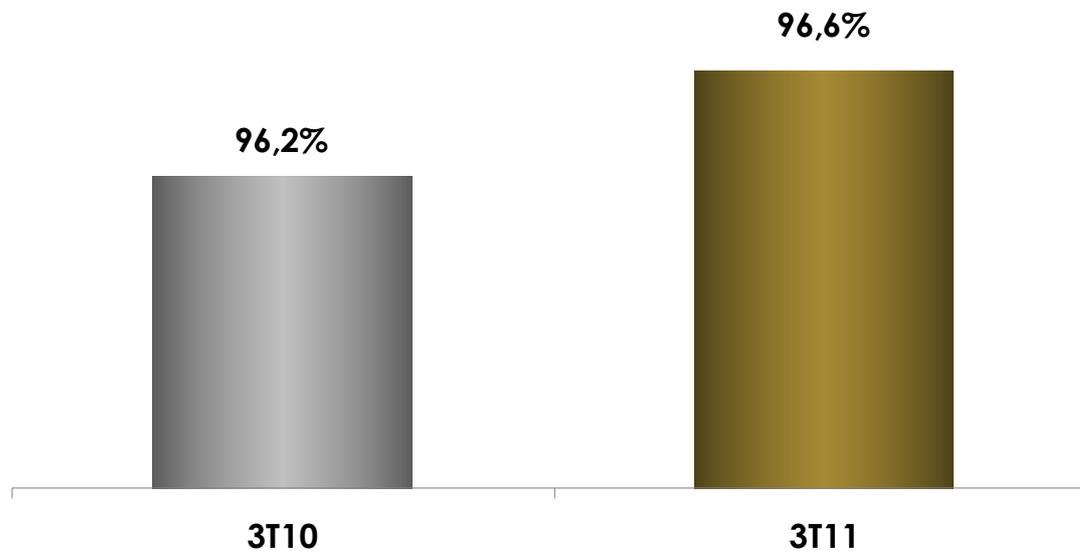
(b) Exceto Auto Shopping



RECEITA DE SERVIÇOS	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11
Estacionamento	4,6	4,9	5,3	6,5	5,2	5,8	6,4
Energia	1,0	0,9	0,9	1,1	0,9	1,0	1,2
Água	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3
Administração	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3

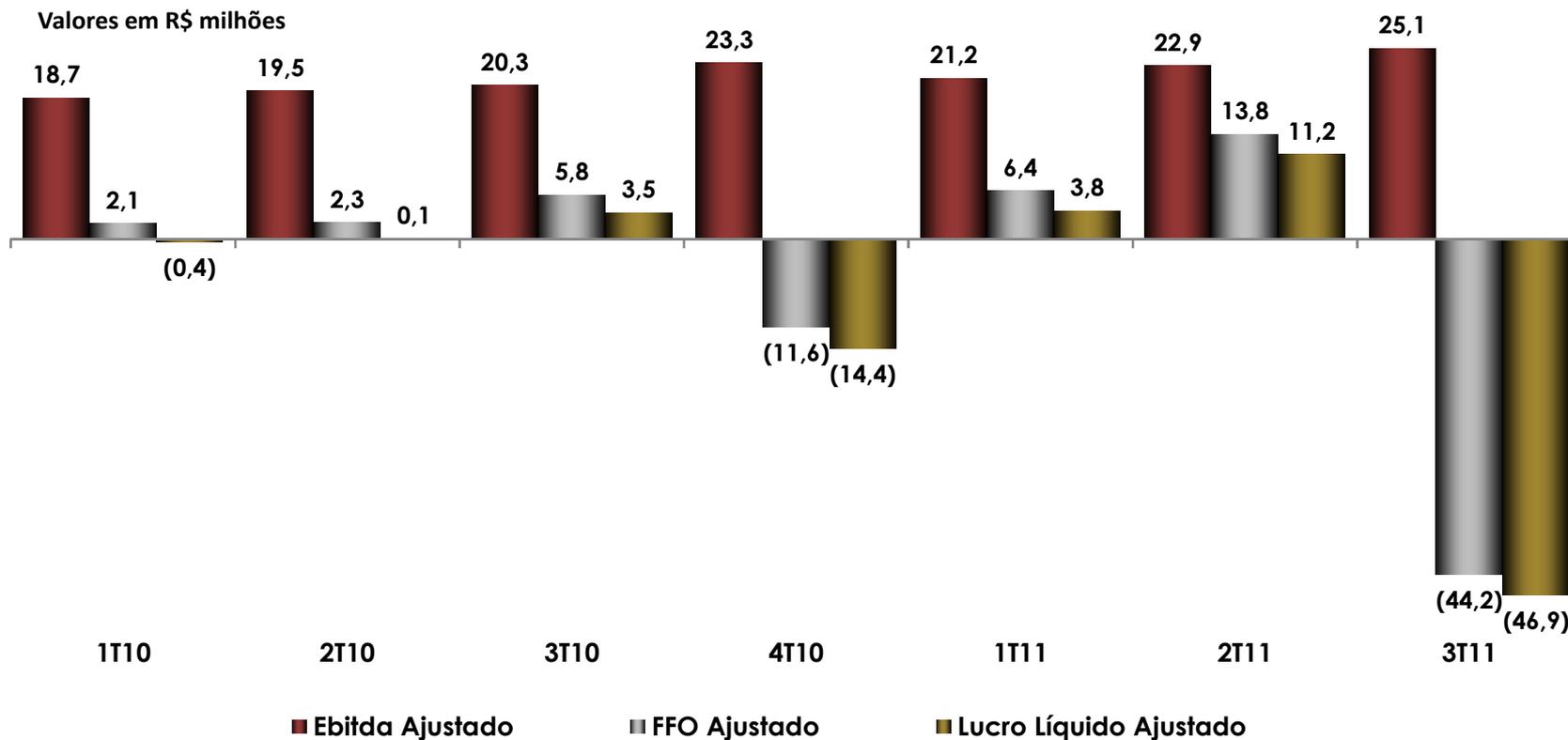
Descrição	3T10	3T11	Var %	9M10	9M11	Var %
GSB (Total)						
ABL Média (m ²)	190.100	192.906	1,5%	188.132	191.971	2,0%
Aluguel (R\$/m ²)	129,57	144,83	11,8%	378,91	424,30	12,0%
Serviços (R\$/m ²)	35,67	42,48	19,1%	102,39	116,90	14,2%
Total (R\$/m ²)	165,24	187,31	13,4%	481,31	541,20	12,4%

Evolução da Taxa de Ocupação (*)



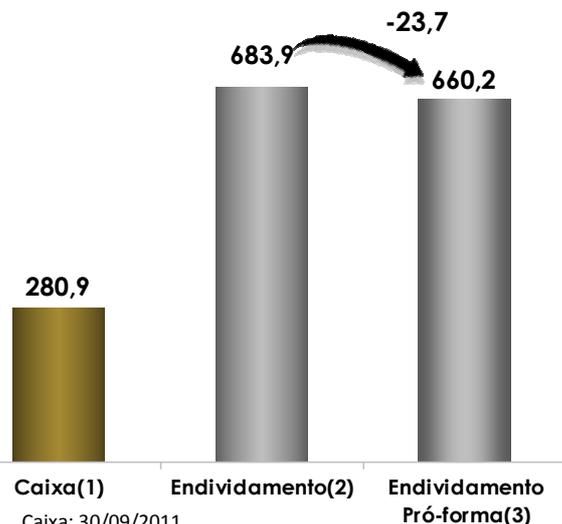
(*) exceto Auto Shopping

EBITDA, FFO e Lucro Líquido Ajustados

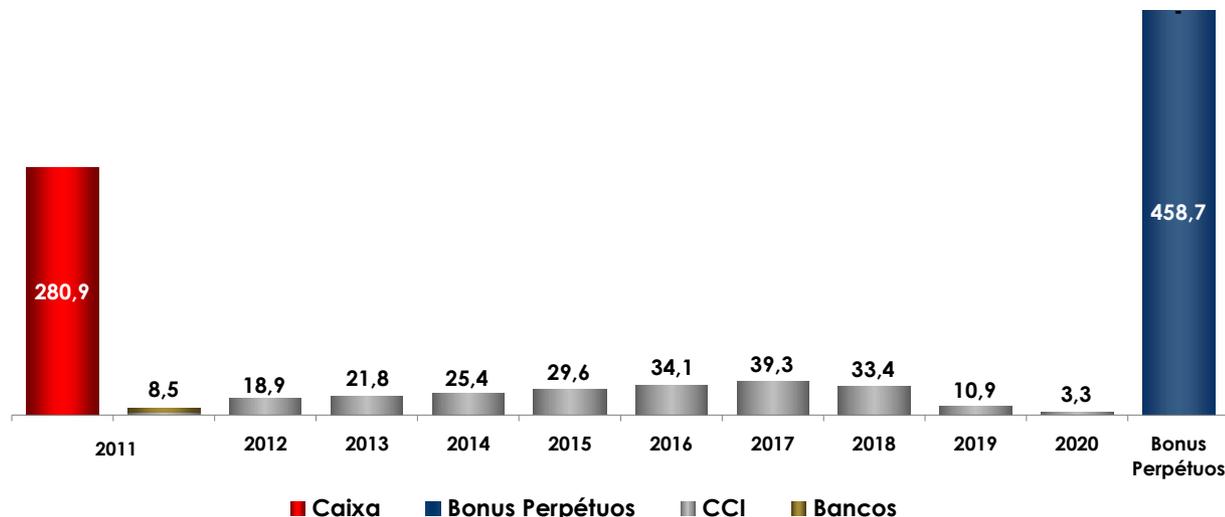


Dados	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11
Ebitda Ajustado	18,7	19,5	20,3	23,3	21,2	22,9	25,1
FFO Ajustado	2,1	2,3	5,8	(11,6)	6,4	13,8	(44,2)
Lucro Líquido Ajustado	(0,4)	0,1	3,5	(14,4)	3,8	11,2	(46,9)
Resultado Financeiro	(14,3)	(14,1)	(12,0)	(32,7)	(11,1)	(4,8)	(65,7)
IR/CS	2,3	3,2	2,4	2,1	3,7	4,2	3,6

Caixa X Endividamento

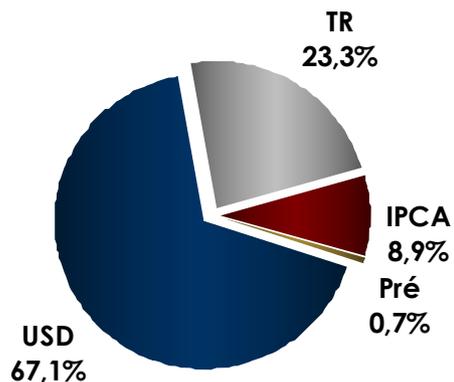


Cronograma de Amortização (R\$ milhões)



- (1) Caixa: 30/09/2011
- (2) Endividamento: Taxa do Dólar 30/09/2011 = R\$ 1,8544
- (3) Endividamento Pré-Forma: Taxa do Dólar 10/11/2011 = R\$ 1,7610

Composição do Endividamento



	Cronograma de Amortização											Bonus Perpétuos	Total	%
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020				
CCI	3,4	18,9	21,8	25,4	29,6	34,1	39,3	33,4	10,9	3,3	-	220,1	32,2%	
Bancos	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1	0,7%	
Bonus Perpétuos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	458,7	67,1%	
Total	8,5	18,9	21,8	25,4	29,6	34,1	39,3	33,4	10,9	3,3	458,7	683,9	100,0%	



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