

GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



Apresentação dos Resultados  
1T14

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

## Aviso importante

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**

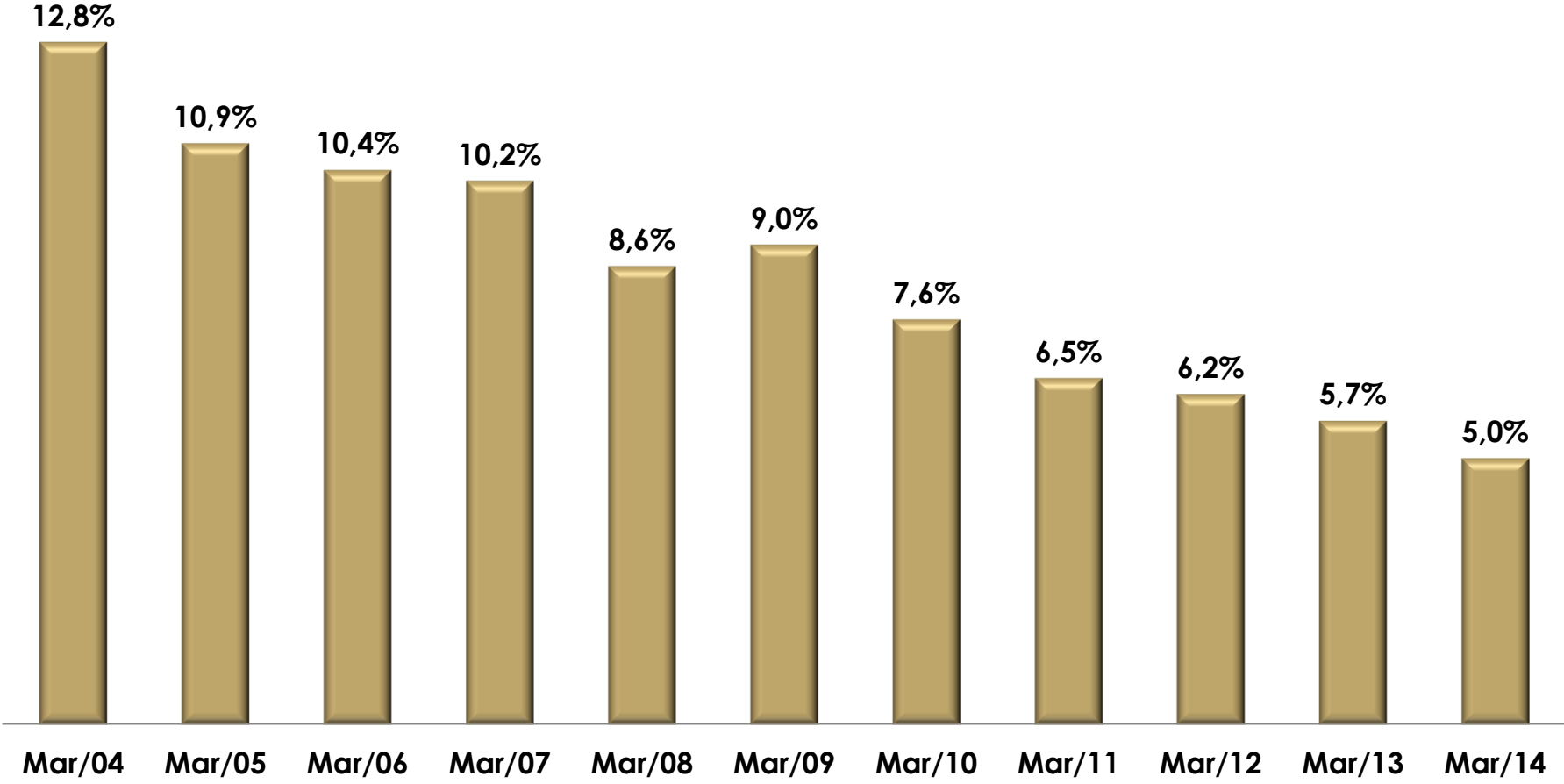
---

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



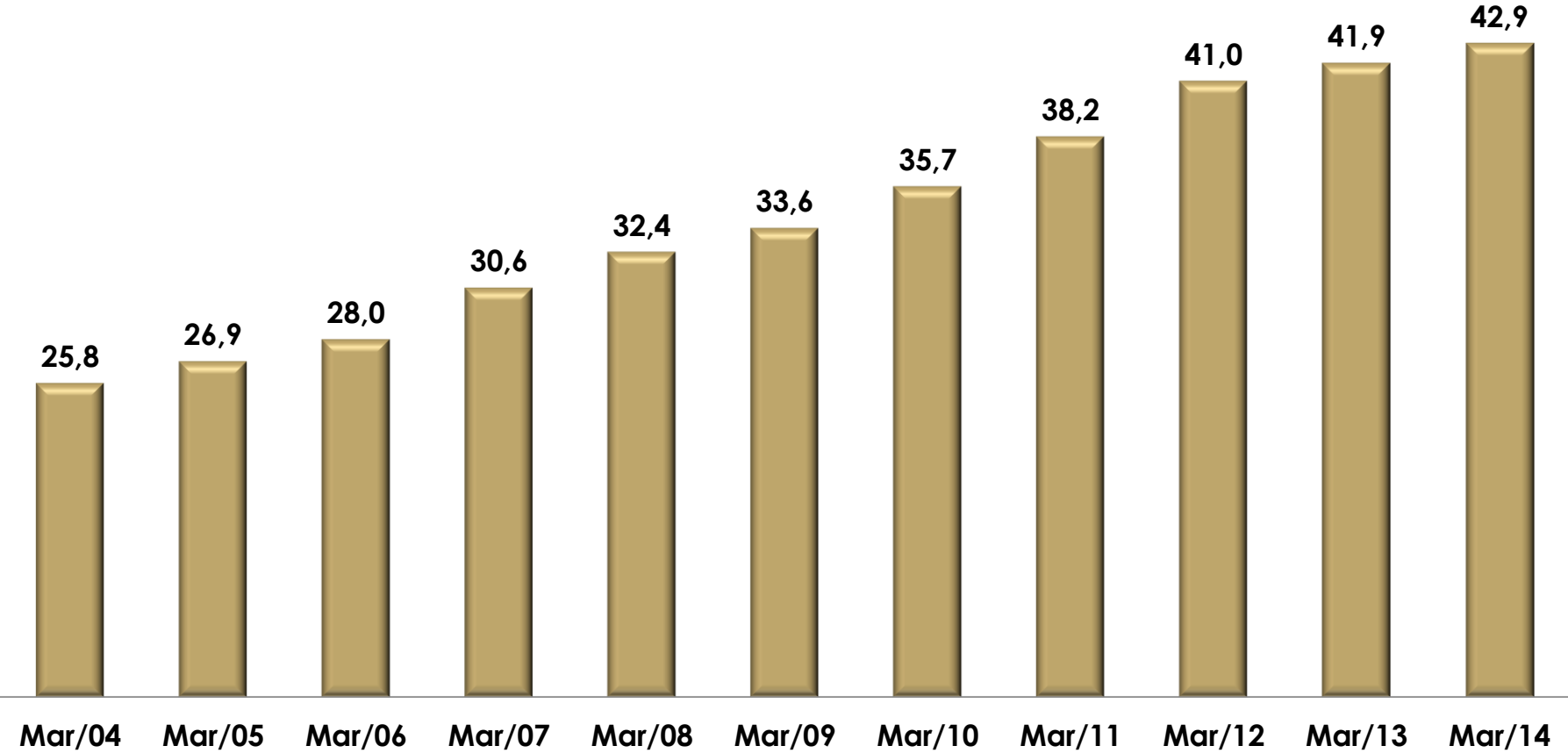
## Panorama do Setor

## Evolução da taxa de desocupação para os meses de Março



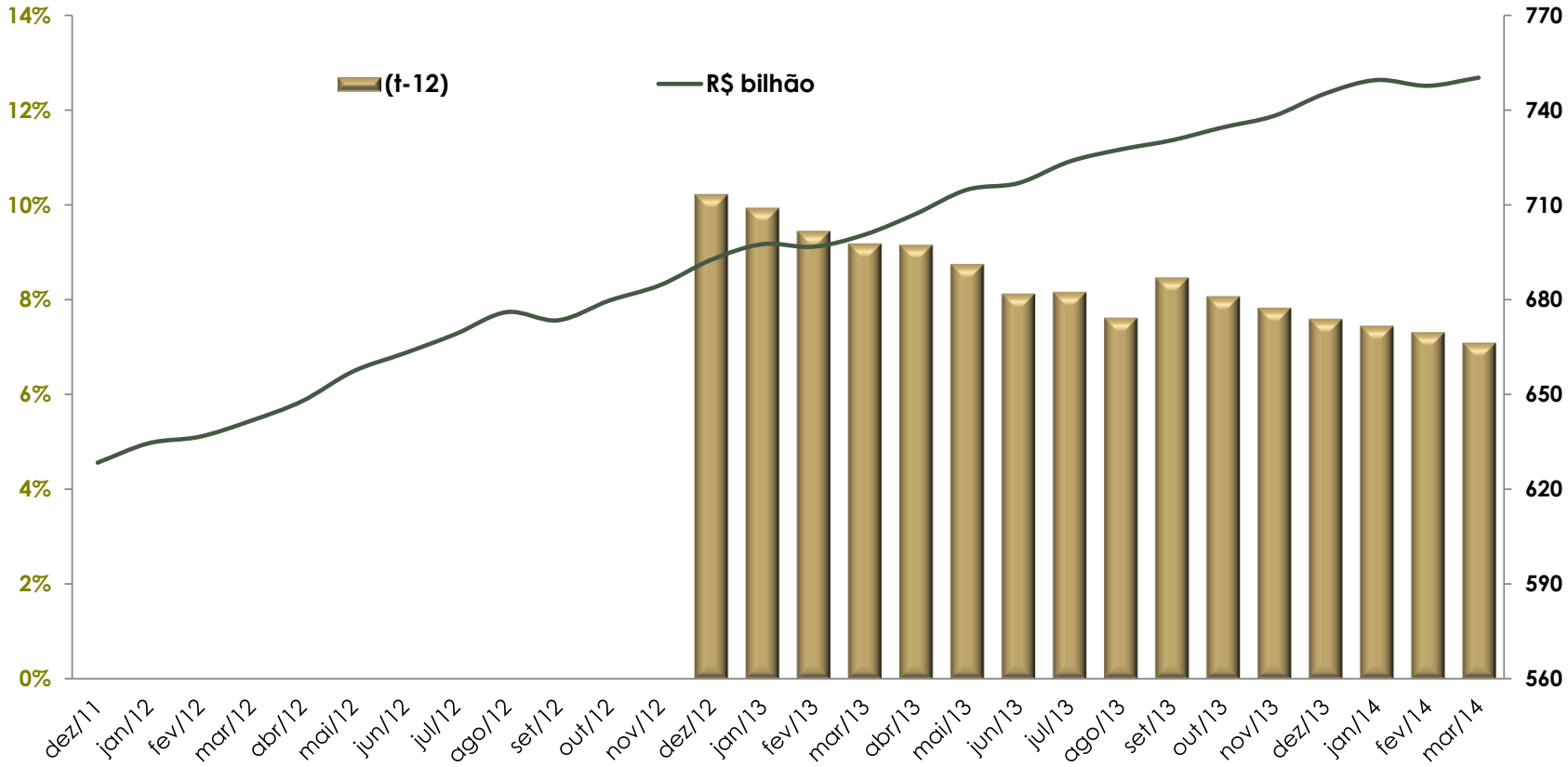
Fonte: PME – IBGE  
Elaboração: GSB

## Massa de rendimento real habitual dos ocupados<sup>1</sup> R\$ bilhão

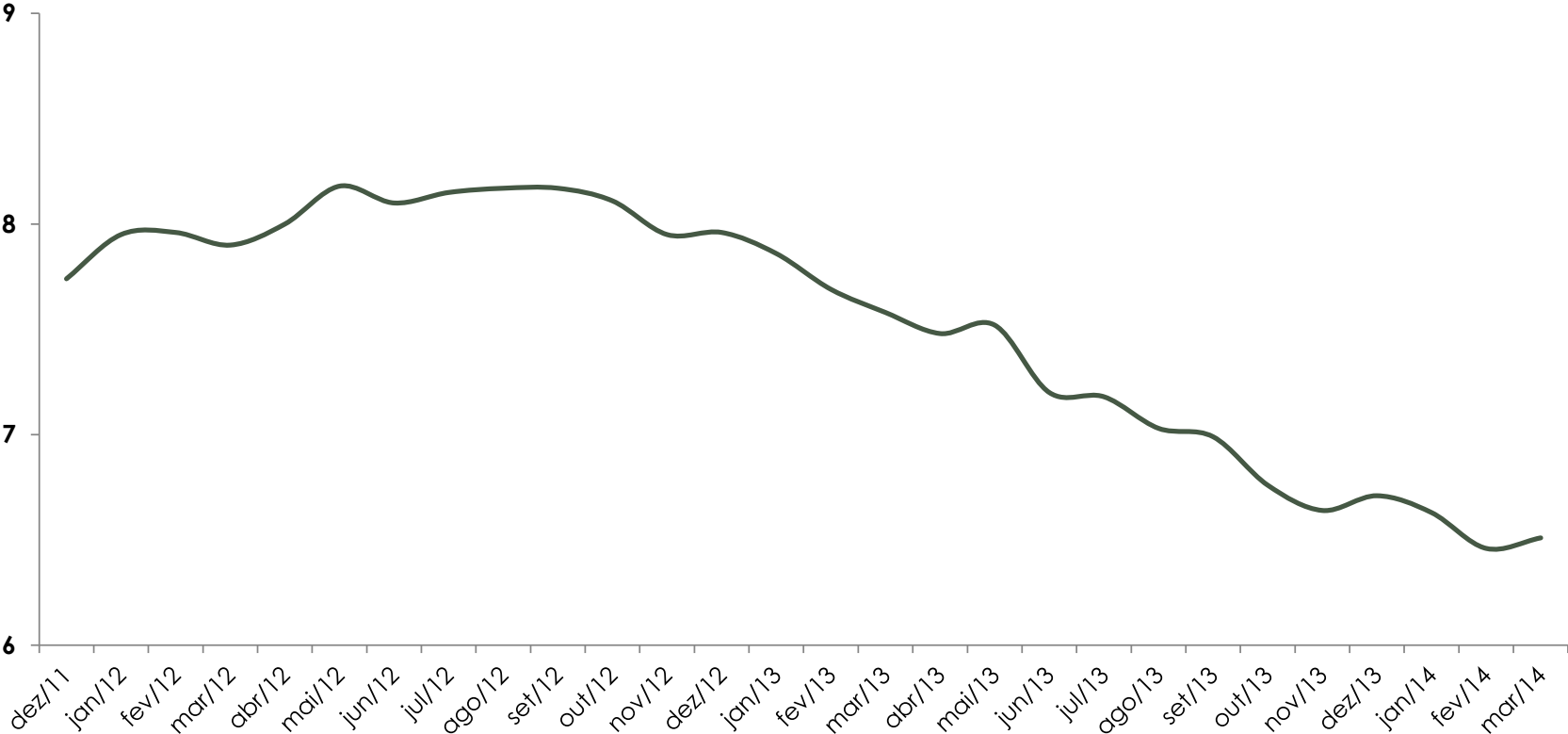


Fonte: PME – IBGE - Elaboração: GSB  
<sup>1</sup>Massa de rendimento calculada com base na população ocupada e rendimento médio real habitual dos ocupados

## Volume de crédito destinado às famílias Estoque

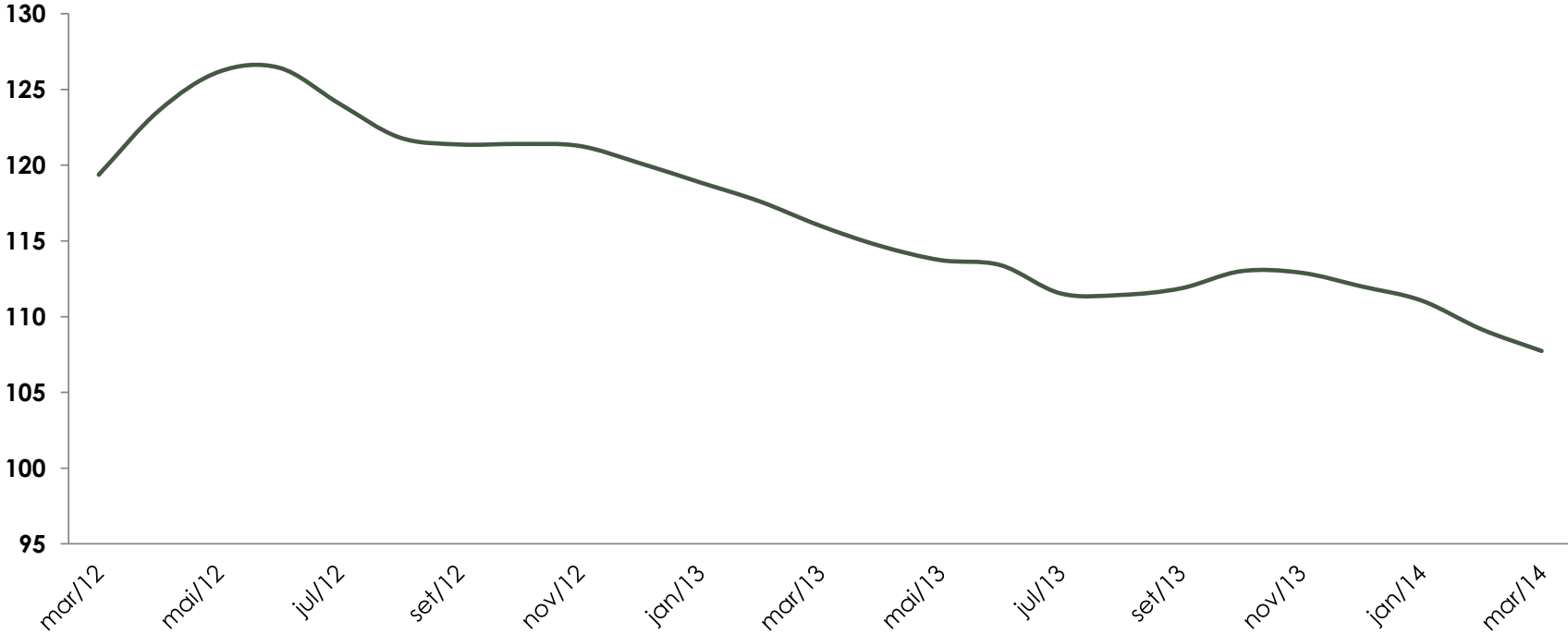


## Taxa de Inadimplência Pessoas Físicas - %





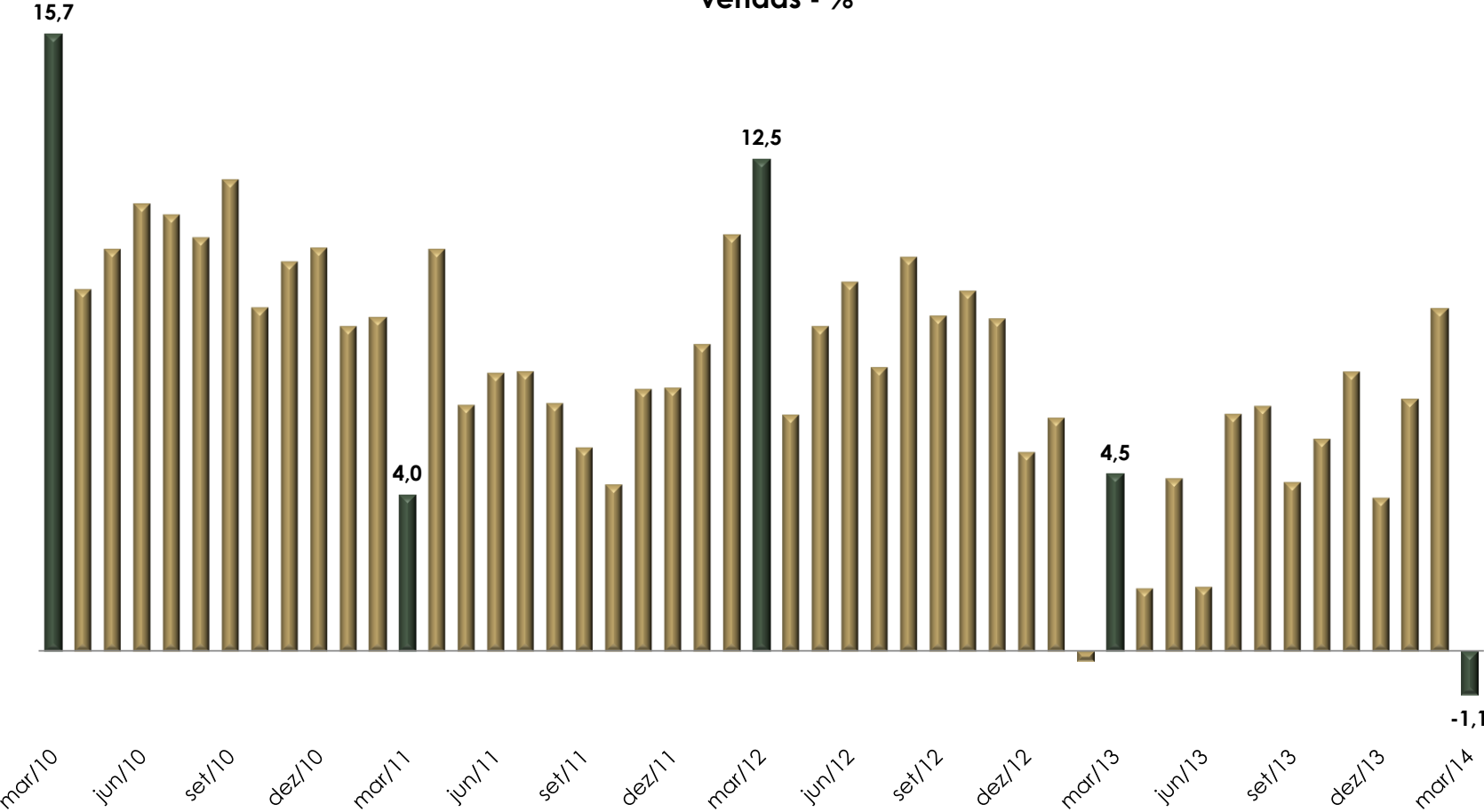
## Índice de Confiança do Consumidor média móvel trimestral



Fonte: Fundação Getúlio Vargas - FGV  
Elaboração: GSB

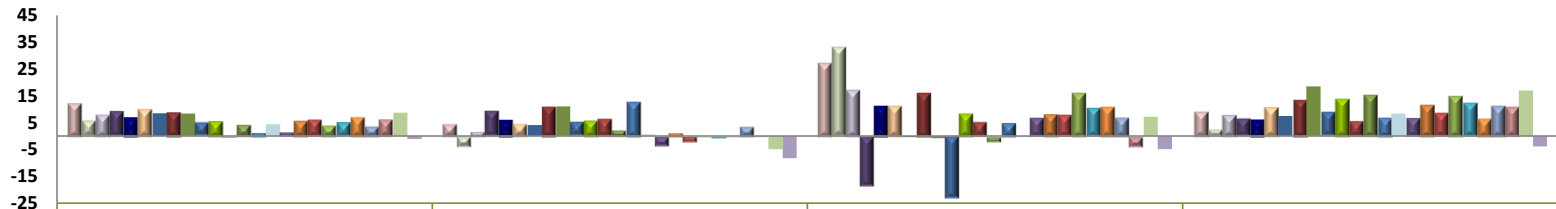
## Desempenho do Comércio Varejista

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



# Crescimento do Varejo

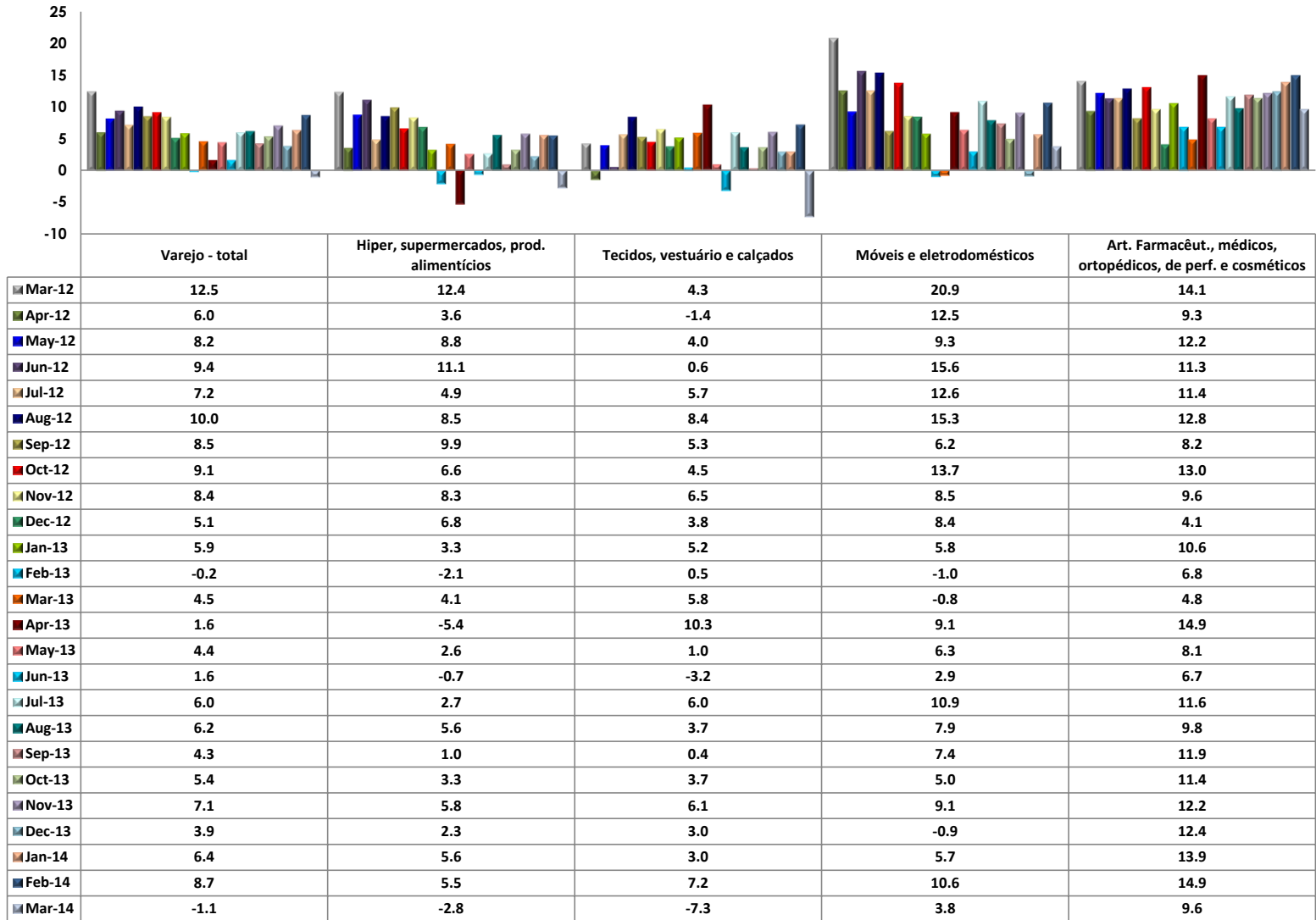
## Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Mar/12-Mar/14



	Varejo - total	Livros, jornais, revistas e papelaria	Equip. e mat. Escrit., informática e comunicação	Outros artigos de uso pessoal e doméstico
mar/12	12,5	4,9	27,3	9,5
abr/12	6,0	-4,0	33,2	2,6
mai/12	8,2	2,0	17,2	8,1
jun/12	9,4	9,5	-18,5	6,6
jul/12	7,2	6,3	11,3	6,4
ago/12	10,0	4,7	11,1	10,6
set/12	8,5	4,1	-0,4	7,5
out/12	9,1	11,1	16,1	13,6
nov/12	8,4	11,1	-0,8	18,5
dez/12	5,1	5,3	-23,0	9,0
jan/13	5,9	6,1	8,7	14,0
fev/13	-0,2	6,3	5,2	5,5
mar/13	4,5	2,4	-2,0	15,4
abr/13	1,6	12,8	5,2	7,1
mai/13	4,4	0,7	-0,4	8,4
jun/13	1,6	-3,5	6,9	6,8
jul/13	6,0	1,5	8,3	11,7
ago/13	6,2	-2,1	7,9	8,6
set/13	4,3	0,1	16,0	14,9
out/13	5,4	-0,6	10,6	12,4
nov/13	7,1	0,1	10,8	6,6
dez/13	3,9	3,8	7,0	11,2
jan/14	6,4	0,3	-3,8	11,0
fev/14	8,7	-4,8	7,2	17
mar/14	-1,1	-8,2	-4,9	-3,8

# Crescimento do Varejo

## Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas – Mar/12-Mar/14



Fonte: IBGE  
Elaboração: GSB

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



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 75,3%

# General Shopping Brasil

Shopping Center	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )	Expansões ABL Própria (m <sup>2</sup> )
Poli Shopping Guarulhos	50,0%	4.527	2.264	15.400
Internacional Shopping	100,0%	76.845	76.845	-
Auto Shopping	100,0%	11.477	11.477	-
Shopping Light	85,0%	14.140	12.019	-
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	-
Parque Shopping Prudente	100,0%	15.148	15.148	-
Poli Shopping Osasco	100,0%	3.218	3.218	-
Shopping do Vale	84,4%	16.487	13.913	-
Unimart Shopping Campinas	100,0%	14.961	14.961	-
Outlet Premium São Paulo	50,0%	17.716	8.858	-
Parque Shopping Barueri	48,0%	37.420	17.962	-
Outlet Premium Brasília	50,0%	16.094	8.047	-
Shopping Bonsucesso	63,5%	24.437	15.517	-
Outlet Premium Salvador	50,0%	14.964	7.482	-
Parque Shopping Sulacap	51,0%	29.059	14.820	-
	<b>75,3%</b>	<b>357.860</b>	<b>269.342</b>	<b>18.353</b>

Greenfield	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )
Outlet Premium Rio de Janeiro*	98,0%	32.000	31.360
Parque Shopping Maia	63,5%	30.492	19.362
Parque Shopping Atibaia	100,0%	24.043	24.043
	<b>86,4%</b>	<b>86.535</b>	<b>74.765</b>

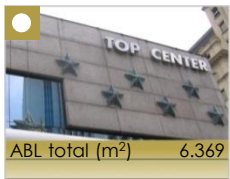
\*Empresa pode vender até 48% para a BR Partners.

# Distribuição Geográfica

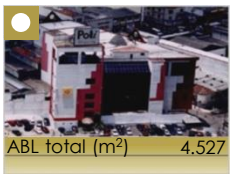
Internacional Shopping Guarulhos



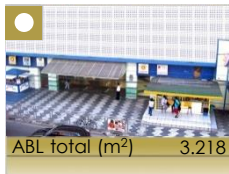
Top Center Shopping



Poli Shopping Guarulhos



Poli Shopping Osasco



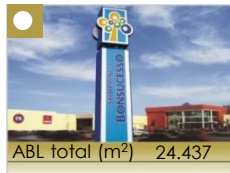
Santana Parque Shopping



Suzano Shopping



Shopping Bonsucesso



Parque Shopping Atibaia



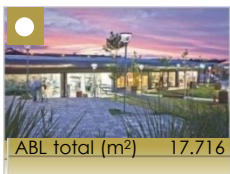
Shopping Light



Shopping do Vale



Outlet Premium São Paulo



Parque Shopping Prudente



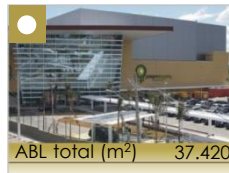
Cascavel JI Shopping



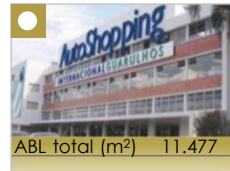
Parque Shopping Sulacap



Parque Shopping Barueri



Auto Shopping



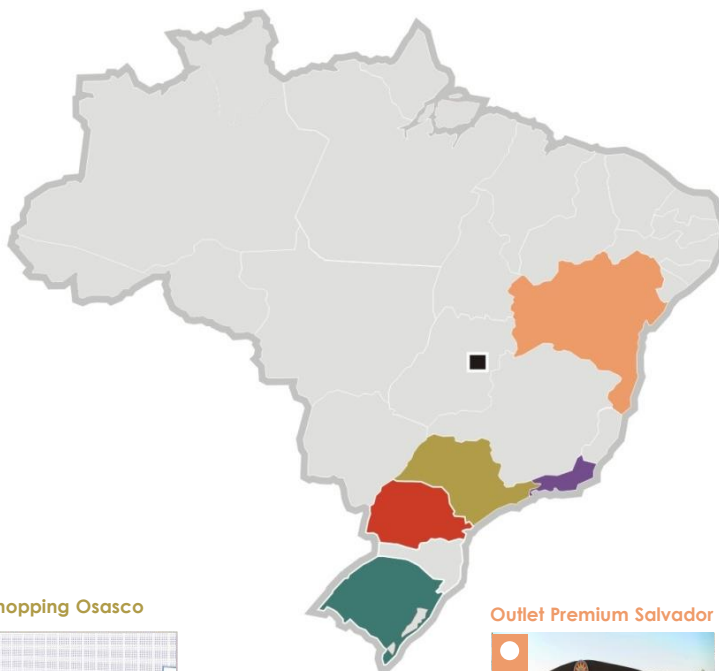
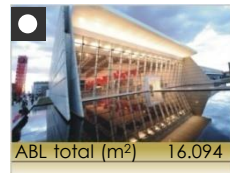
Unimart Shopping Campinas



Outlet Premium Rio de Janeiro



Outlet Premium Brasília



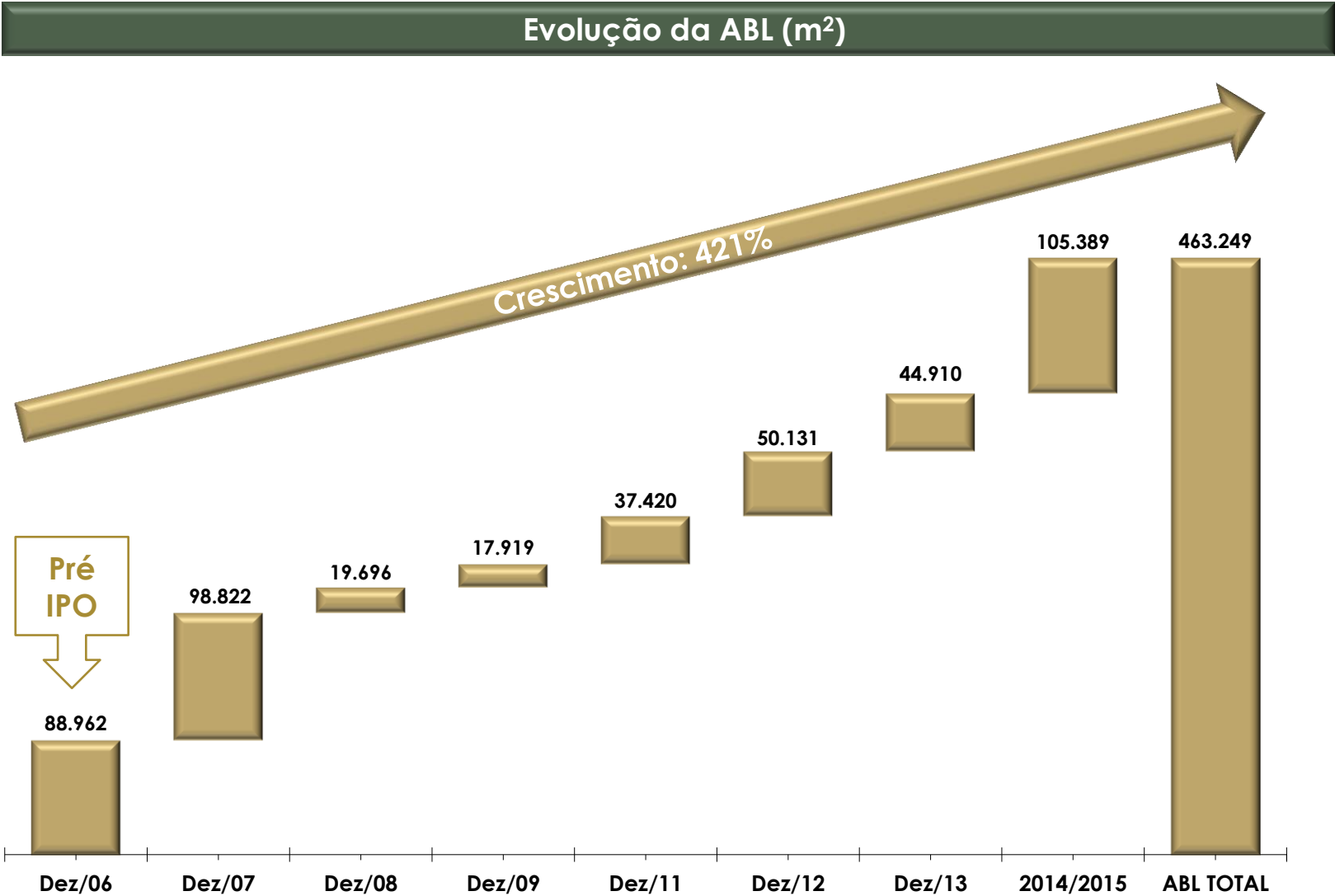
- Shopping em operação
- ▲ Shopping em construção

Região	PIB	Varejo
Sul e Sudeste	71,6%	72,3%

<sup>(1)</sup> Estimativa

Fonte: IBGE 2011





# Estratégia de Crescimento Diversificada

## Consolidação

- Aquisição de shopping centers

## Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

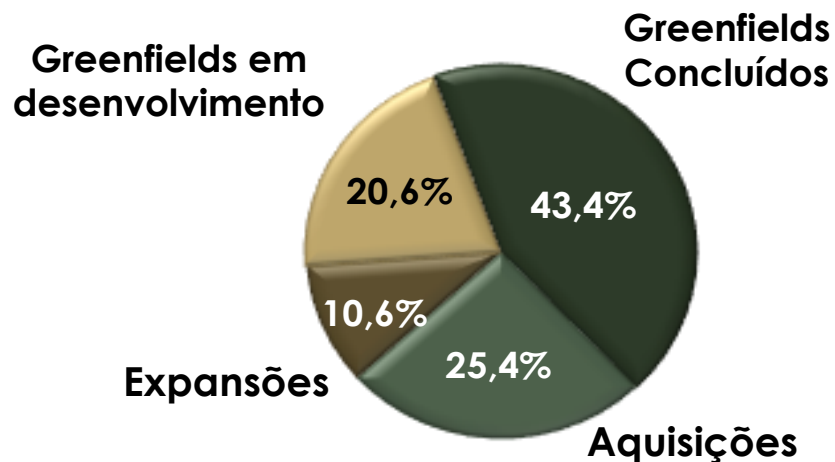
## Expansão

- 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>



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



## Parque Shopping Maia

**Tipo:** Vizinhança

**Participação:** 63,5%

**ABL Total:** 30.492 m<sup>2</sup>

**Classe Social:** A, B e C

**População Total (raio de 5Km):** 737 mil pessoas

**Evento:** Em 28 de junho de 2013 firmamos Promessa de Venda e Compra de fração ideal de 36,5% do imóvel e Instrumento Particular de Venda e Compra de 36,5% de Projeto, Benfeitorias, Acessões e Outras Avenças com o Fundo de Investimento Imobiliário General Shopping Ativo e Renda – FII pelo valor de R\$ 167,0 milhões

# Parque Shopping Maia- Greenfield





# Outlet Premium Salvador

**Tipo:** Outlet

**Participação:** 50%

**ABL Total:** 14.964 m<sup>2</sup>

**Inauguração:** Outubro de 2013

**Área de influência (habitantes):** Super Regional

**Descrição:** Terceiro Outlet da General Shopping, localizado próximo a Salvador, a maior cidade do Nordeste, na rodovia de ligação ao litoral norte do estado, caminho dos resorts

**Evento:** Em 18 de junho de 2013 firmamos com BR Partners Bahia Empreendimentos Imobiliários S.A, Compromisso de Compra e Venda de fração ideal de 48% do terreno por R\$ 5,0 milhões, onde os mesmos realizarão 48% do investimento total do empreendimento

# Outlet Premium Salvador - Greenfield







## Parque Shopping Sulacap

**Tipo:** Vizinhança

**Participação:** 51%

**ABL Total:** 29.059 m<sup>2</sup>

**Inauguração:** Outubro de 2013

**Evento:** Primeiro Empreendimento da General Shopping construído no estado do Rio de Janeiro. Está localizado no Jardim Sulacap, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro

# Parque Shopping Sulacap - Greenfield





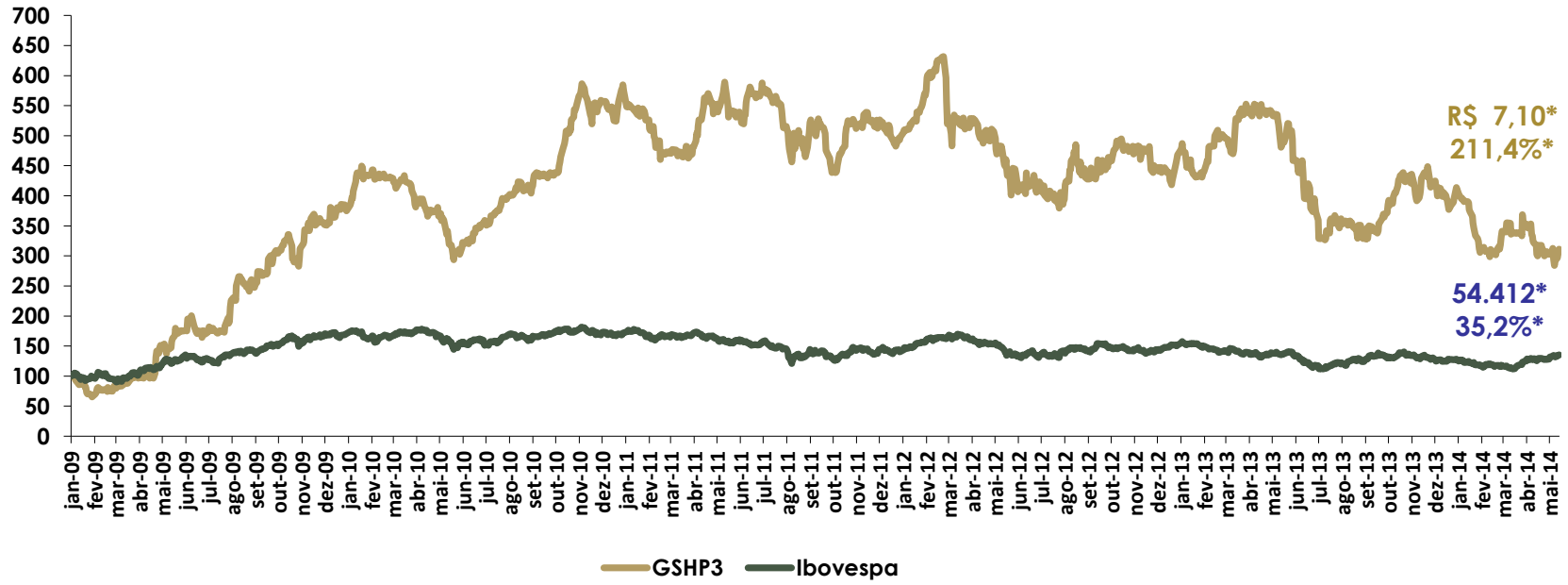
# Serviços Complementares Crescentes



	Administração	Estacionamento	Água	Energia
Internacional	✓	✓	✓	✓
Auto	✓	✓	✓	✓
Poli	✓	✓	✓	✓
Light	✓	✓	✓	✓
Santana	✓*	✓	✓	✓
Suzano	✓	✓	✓	✓
Cascavel	✓	✓	✓	✓
Prudente	✓	✓	✓	✓
Poli Osasco	✓	✓		
Top Center	✓		✓	
Do Vale	✓	✓	✓	✓
Unimart Campinas	✓	✓	✓	✓
Outlet São Paulo	✓	✓	✓	✓
Barueri	✓	✓	✓	✓
Outlet Brasília	✓	✓	✓	✓
Bonsucesso	✓	✓	✓	✓
Outlet Salvador	✓	✓	✓	✓
Sulacap	✓	✓	✓	✓

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

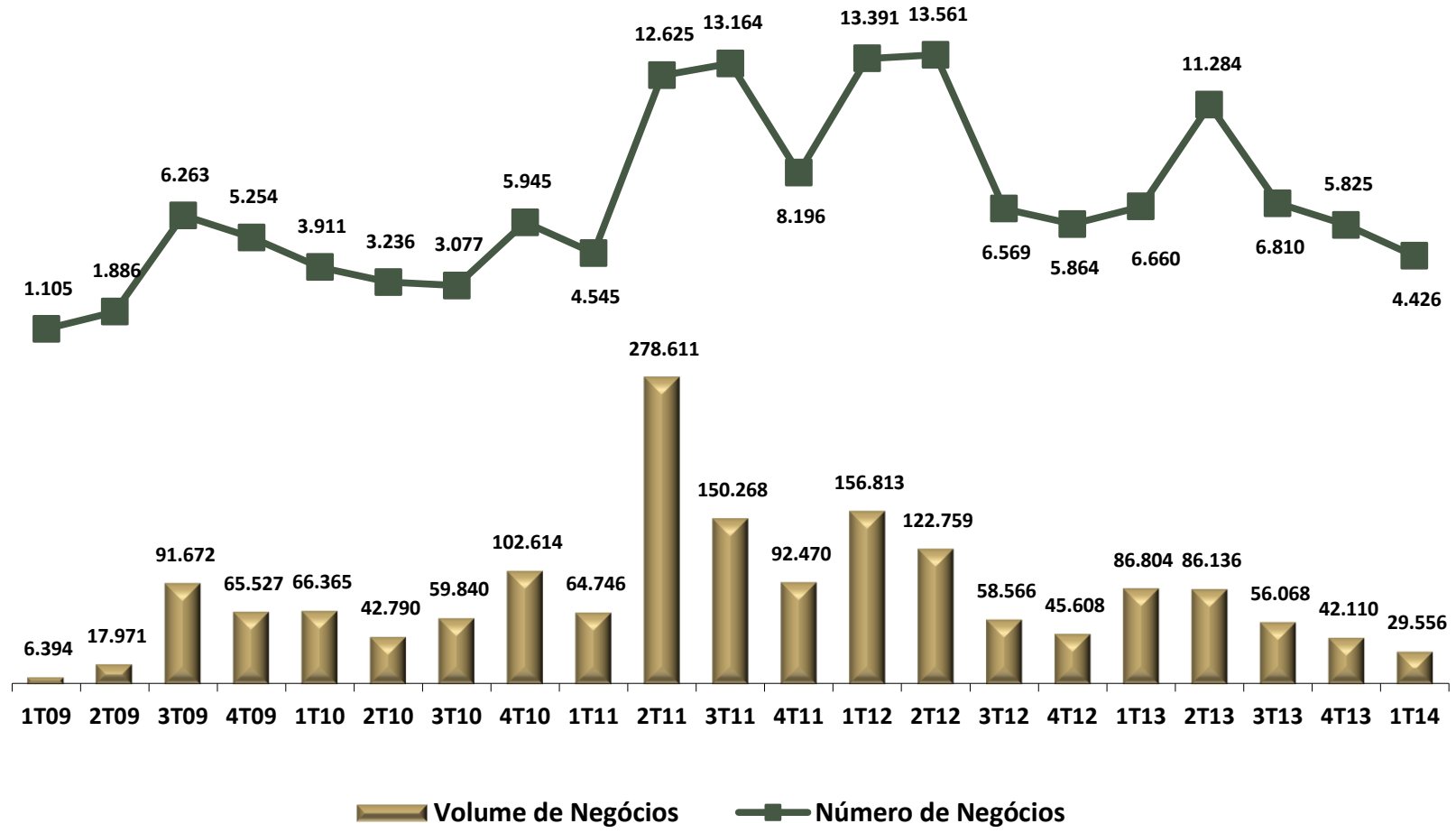
## Desempenho Acionário (Base 100 – 02/01/2009)



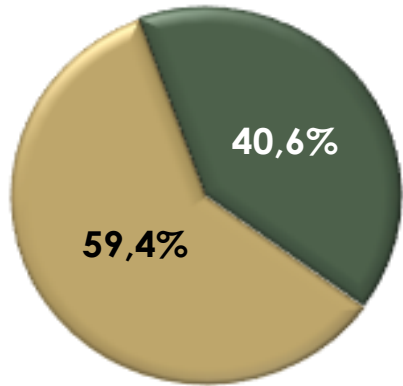
(\*) Em 14/05/2014  
Até 31/03/2014: GSHP3 = 250,9%  
Ibovespa = 25,3%

# GSHP3

Volume (R\$ mil)



# Estrutura Acionária



■ Free Float ■ Controlador

	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	30,5% - Brasileiros 66,0% - Estrangeiros 3,5% - Varejo
Total	50.480.600	-

Listada desde Julho de 2007



(\*) Posição em 07/05/2014

GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>

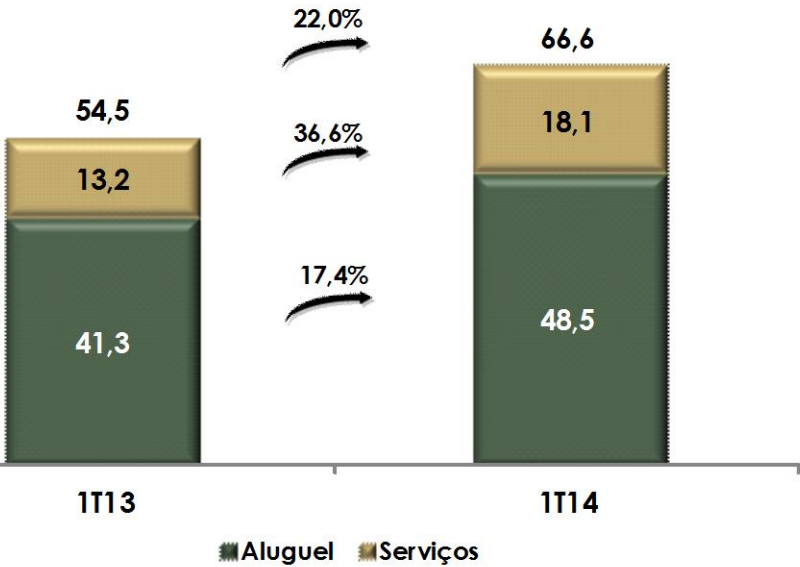


Desempenho Financeiro

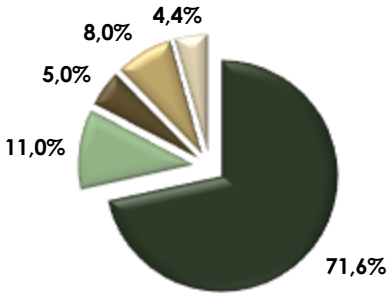
[www.generalshopping.com.br](http://www.generalshopping.com.br)

# Receita Bruta Total – R\$ milhões

**EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA**

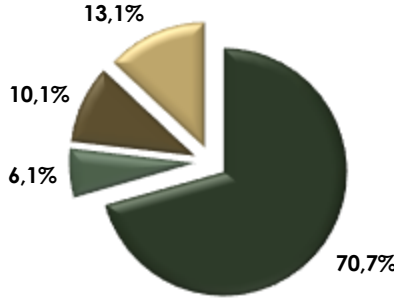


**Receita de Aluguéis - 1T14**



- Aluguel Mínimo
- Aluguel Percentual de Vendas
- Luvas
- Merchandising
- Linearização da Receita

**Receita de Serviços - 1T14**

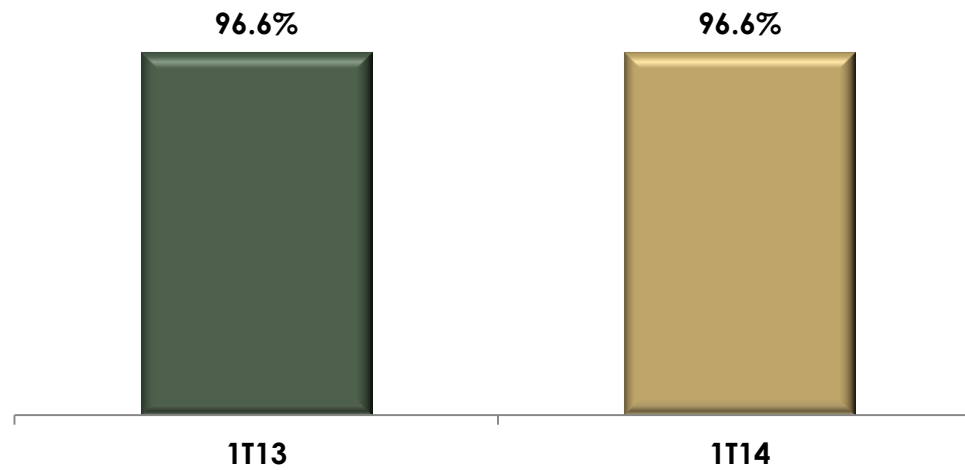


- Estacionamento
- Energia
- Água
- Administração

# Performance

Descrição	1T13	1T14	Var %
<b>GSB (Total)</b>			
ABL Média (m <sup>2</sup> )	255.073	269.342	5,6%
Aluguel (R\$/m <sup>2</sup> )	161,89	179,93	11,1%
Serviços (R\$/m <sup>2</sup> )	51,96	67,21	29,3%
<b>Total (R\$/m<sup>2</sup>)</b>	<b>213,85</b>	<b>247,14</b>	<b>15,6%</b>

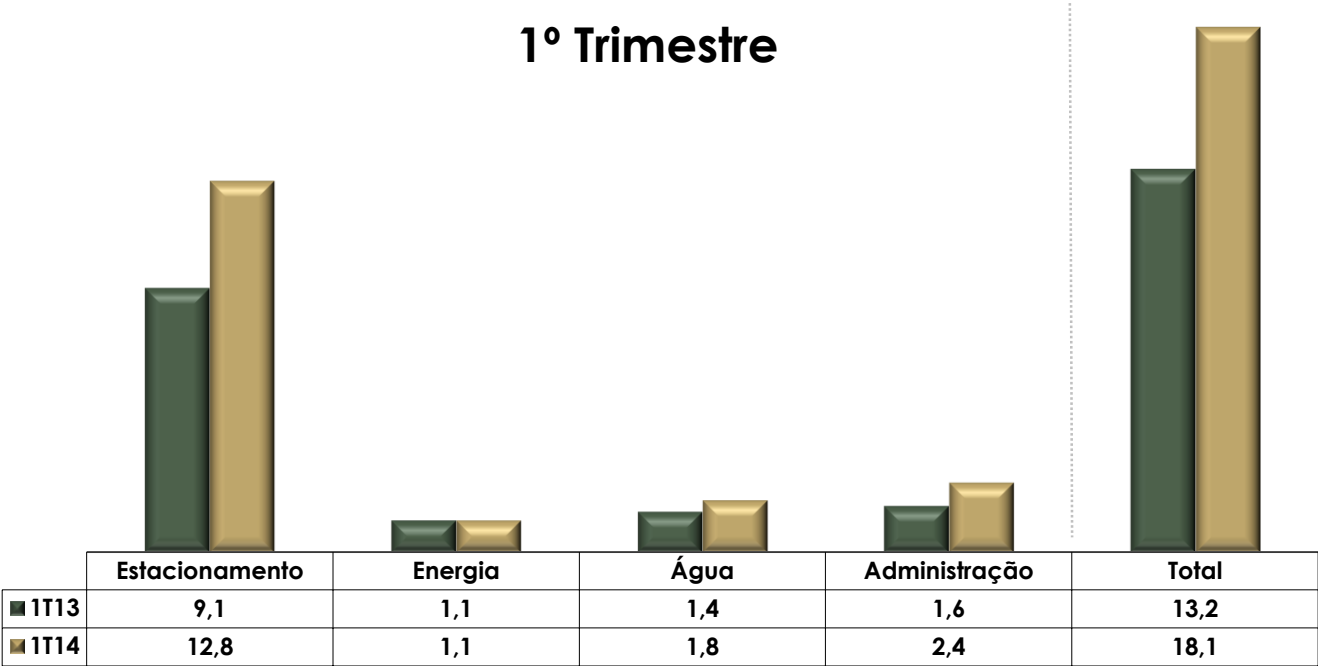
## Evolução da Taxa de Ocupação





# Receita de Serviços – R\$ milhões

## 1º Trimestre

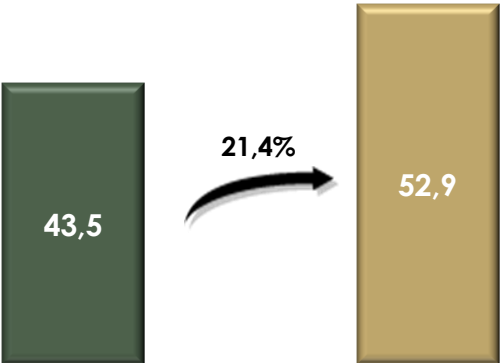


# Indicadores Financeiros – R\$ milhões

### NOI Consolidado e Margem

87,2%

86,6%



21,4%

1T13

1T14

### Resultado Líquido Ajustado

-7,3

9,7

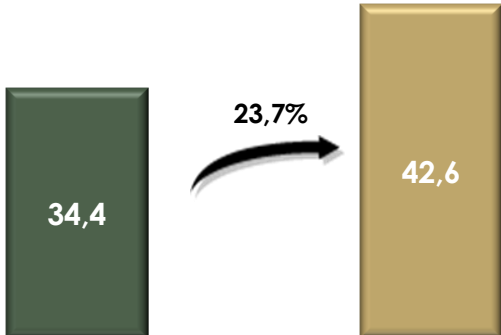
1T13

1T14

### EBITDA Ajustado e Margem

69,0%

69,8%



23,7%

1T13

1T14

### FFO Ajustado

-1,2

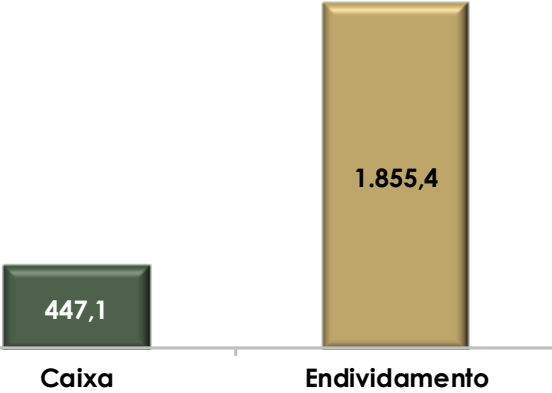
16,5

1T13

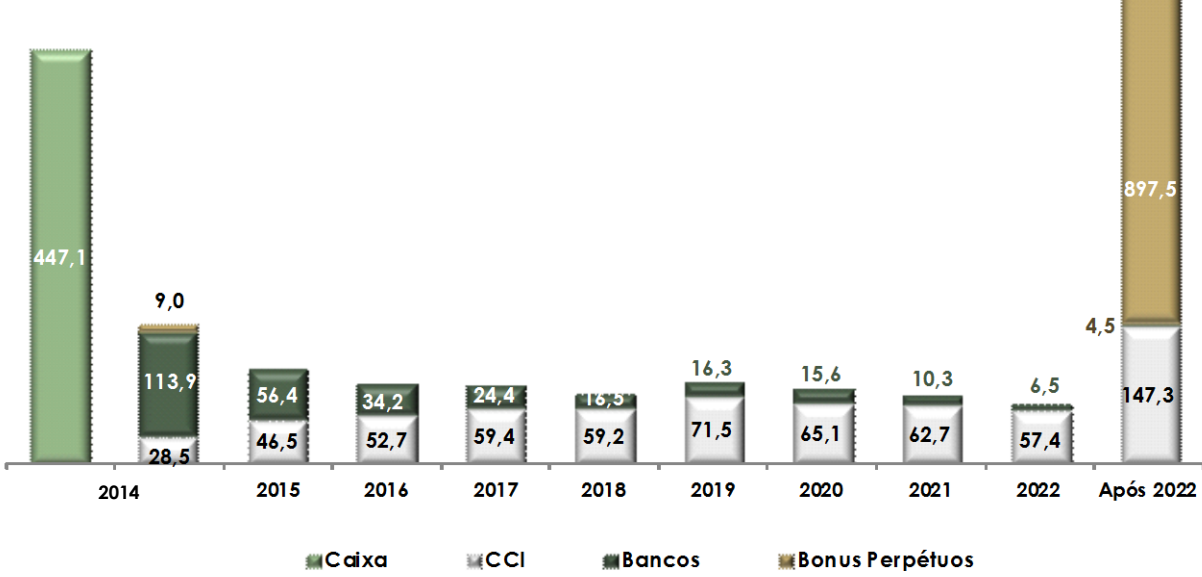
1T14

# Caixa X Endividamento - R\$ milhões

Caixa X Endividamento

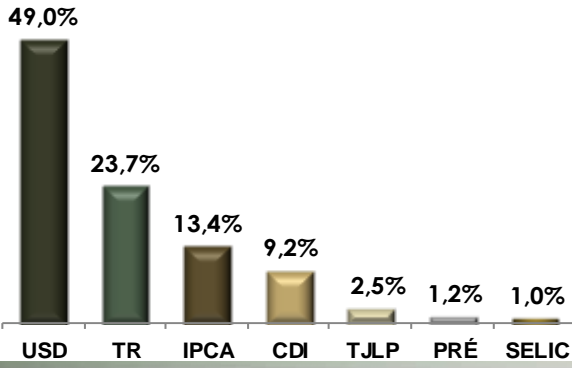


Cronograma de Amortização



Caixa CCI Bancos Bonus Perpétuos

Composição do Endividamento



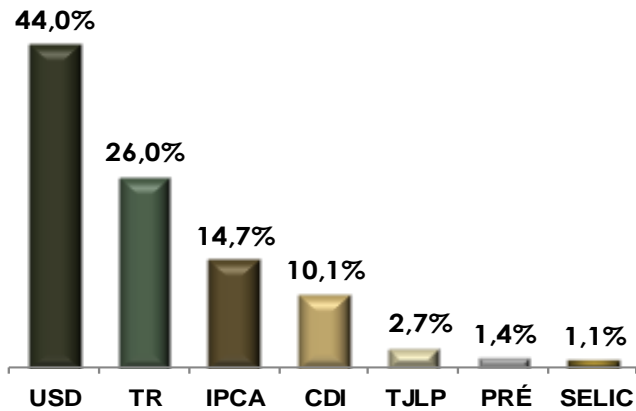
Cronograma de Amortização

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Após 2022	Total	%
CCI	28,5	46,5	52,7	59,4	59,2	71,5	65,1	62,7	57,4	147,3	650,3	35,0%
Bancos	113,9	56,4	34,2	24,4	16,5	16,3	15,6	10,3	6,5	4,5	298,6	16,1%
Bonus Perpétuos	9,0	-	-	-	-	-	-	-	-	897,5	906,5	48,9%
<b>Total</b>	<b>151,4</b>	<b>102,9</b>	<b>86,9</b>	<b>83,8</b>	<b>75,7</b>	<b>87,8</b>	<b>80,7</b>	<b>73,0</b>	<b>63,9</b>	<b>1.049,3</b>	<b>1.855,4</b>	<b>100,0%</b>

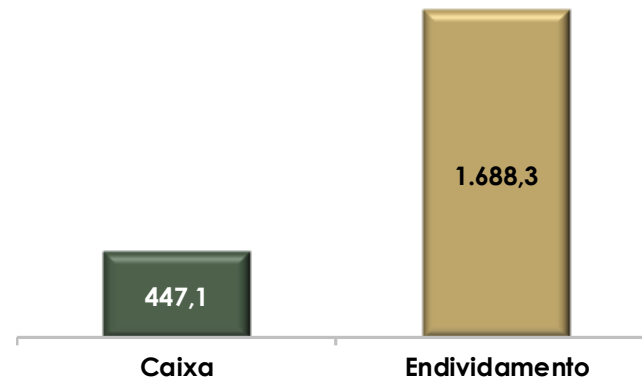
# Caixa X Endividamento - R\$ milhões

## Segundo critério das Agências de Rating\*

### Composição do Endividamento

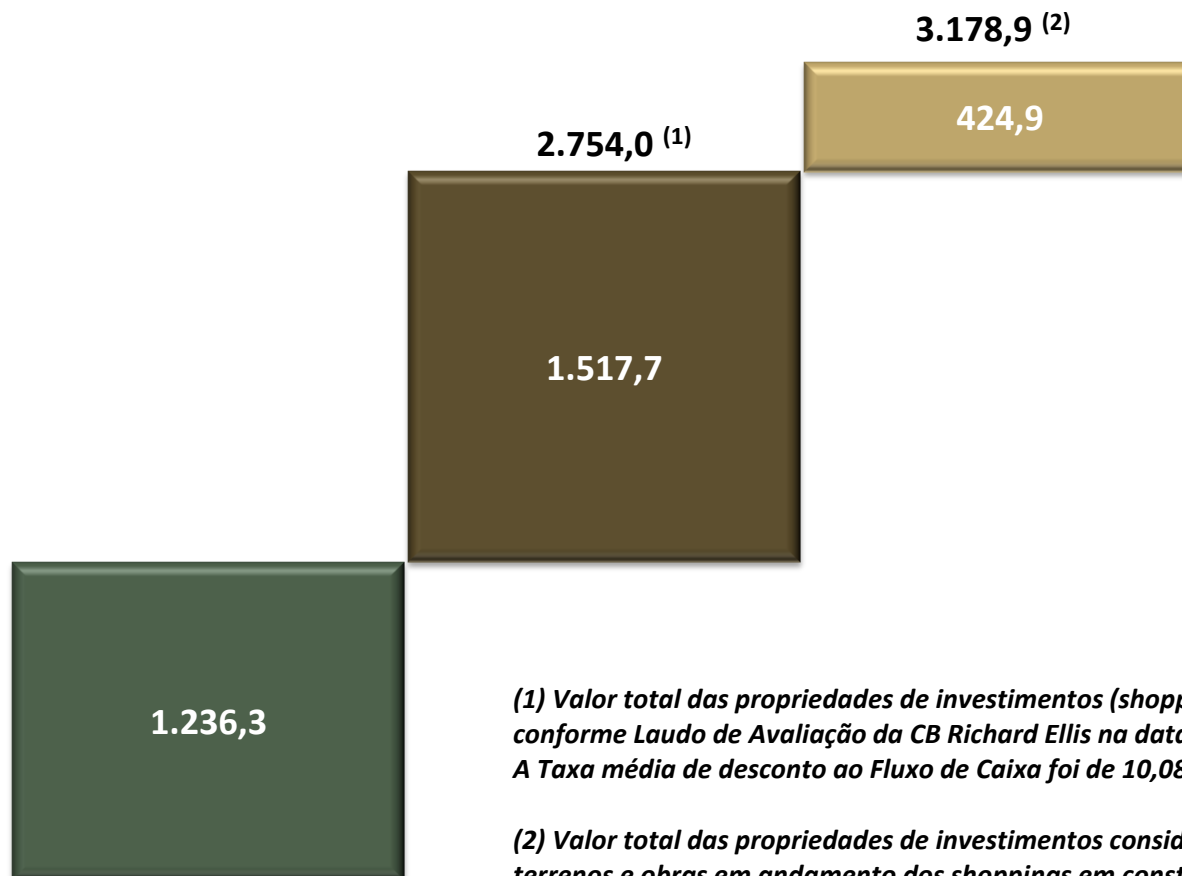


### Caixa X Endividamento



\*Considerado 50% do saldo do Bônus Perpétuo Subordinado como Equity, no valor de R\$ 167,1 milhões.

## Propriedade de Investimentos



(1) Valor total das propriedades de investimentos (shoppings em operação) conforme Laudo de Avaliação da CB Richard Ellis na data base de 31/12/2013. A Taxa média de desconto ao Fluxo de Caixa foi de 10,08%.

(2) Valor total das propriedades de investimentos considerando valores de terrenos e obras em andamento dos shoppings em construção.

■ Book Value

■ Ajuste para Fair Value (Ativos Operacionais)

■ Obras em Andamento

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES GSB

**Alessandro Poli Veronezi**

Diretor de RI

**Marcio Snioka**

Superintendente de RI

**Rodrigo Lepski Lopes**

Analista de RI

11 3159-5100

[dri@generalshopping.com.br](mailto:dri@generalshopping.com.br)

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