



GeneralShopping ^{BRASIL}



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

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

abrasca
companhia associada

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

2013

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.

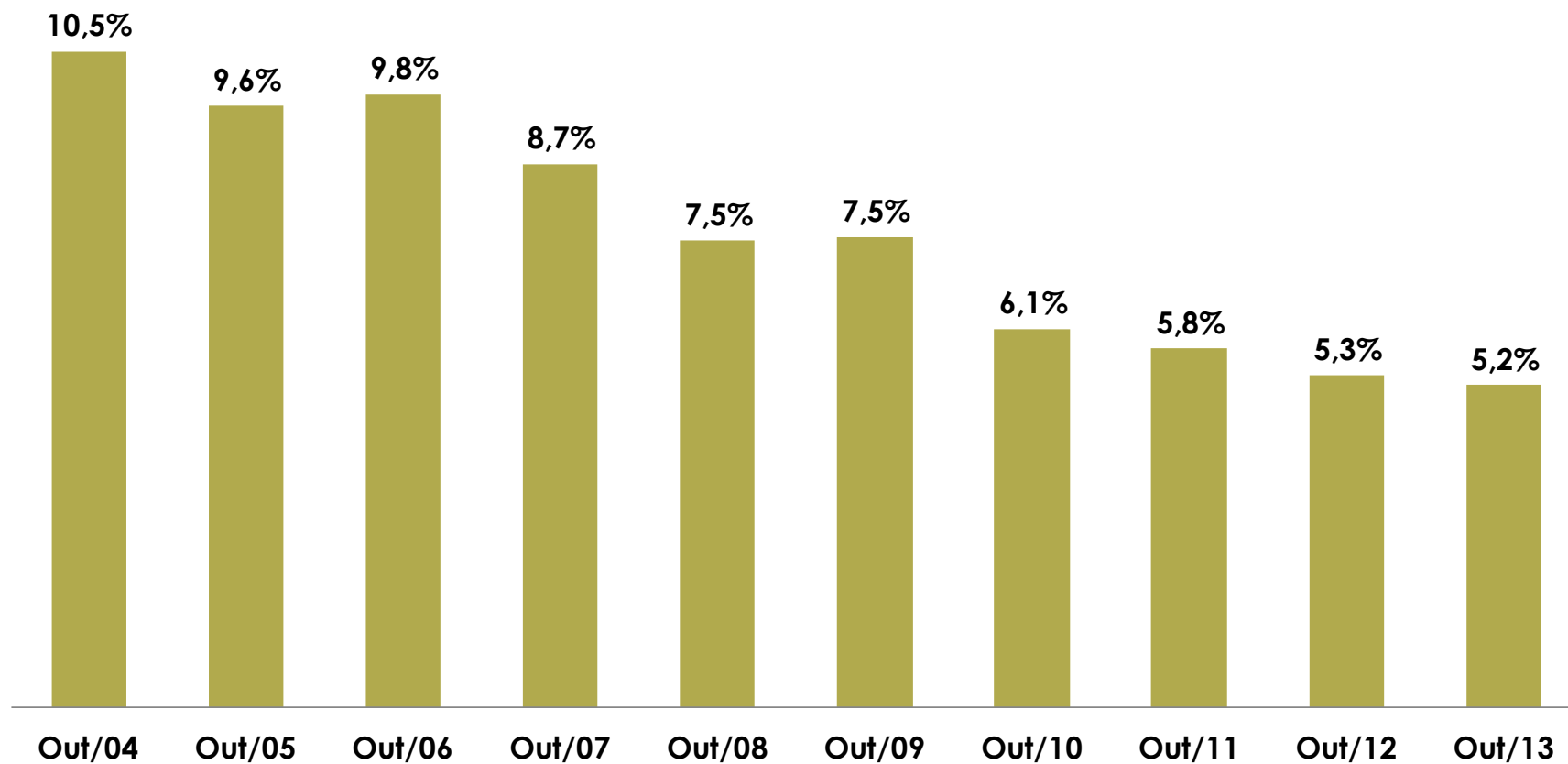
Esta apresentação não constitui oferta, convite ou solicitação de oferta de subscrição ou compra de quaisquer valores mobiliários. Esta apresentação e seu conteúdo não constituem a base de um contrato ou compromisso de qualquer espécie.

Panorama do Setor

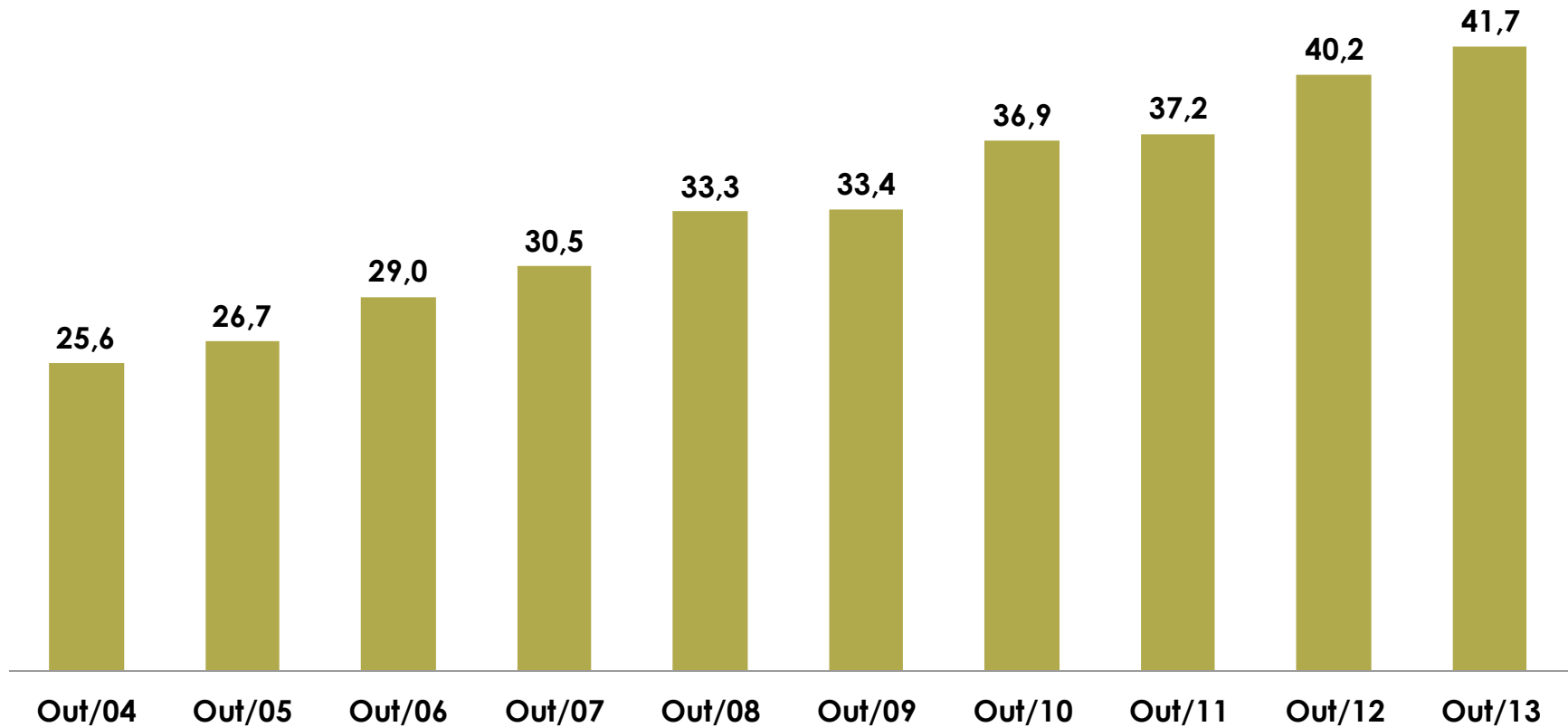
Visão Geral da GSB

Desempenho Financeiro

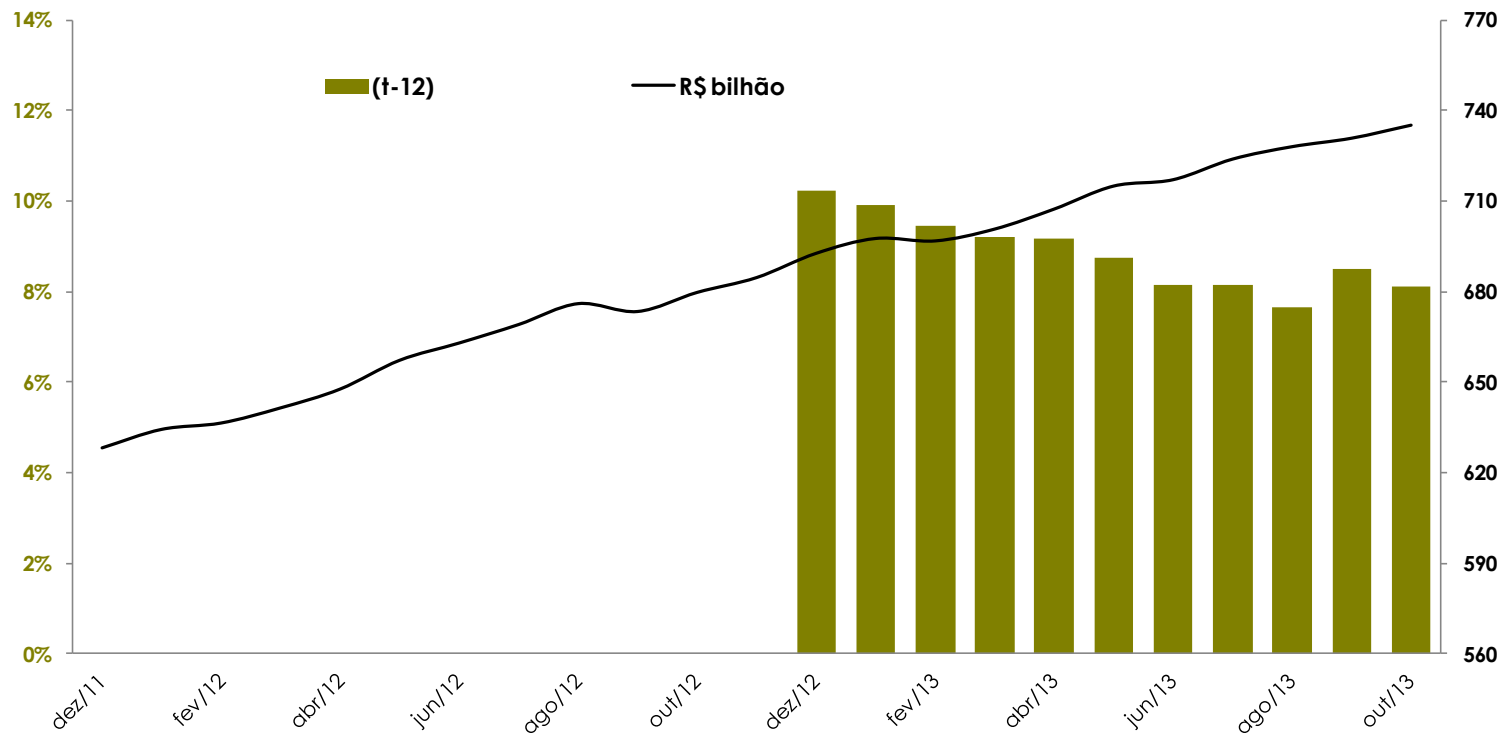
Evolução da taxa de desocupação para os meses de outubro



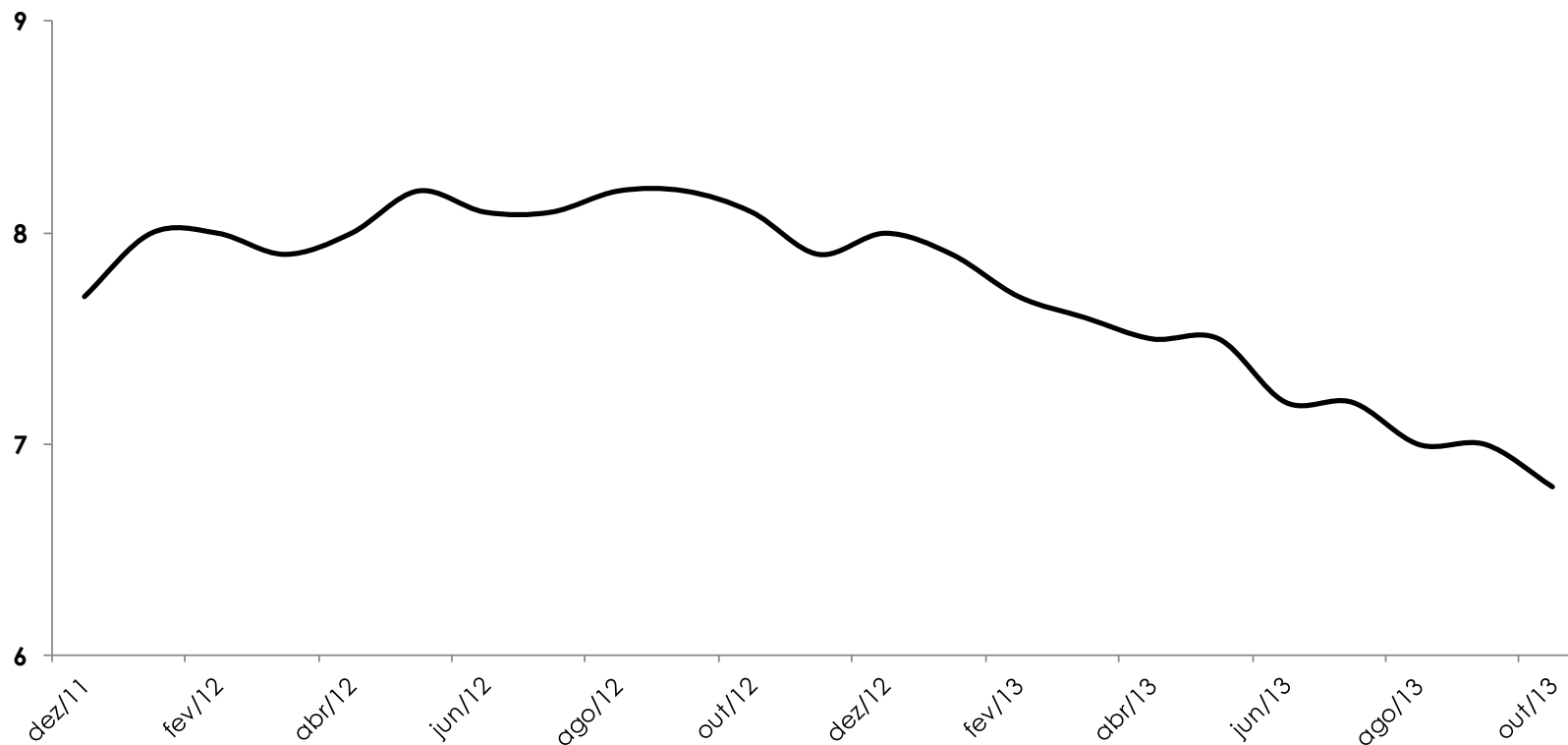
Massa de rendimento real habitual dos ocupados¹ R\$ bilhão



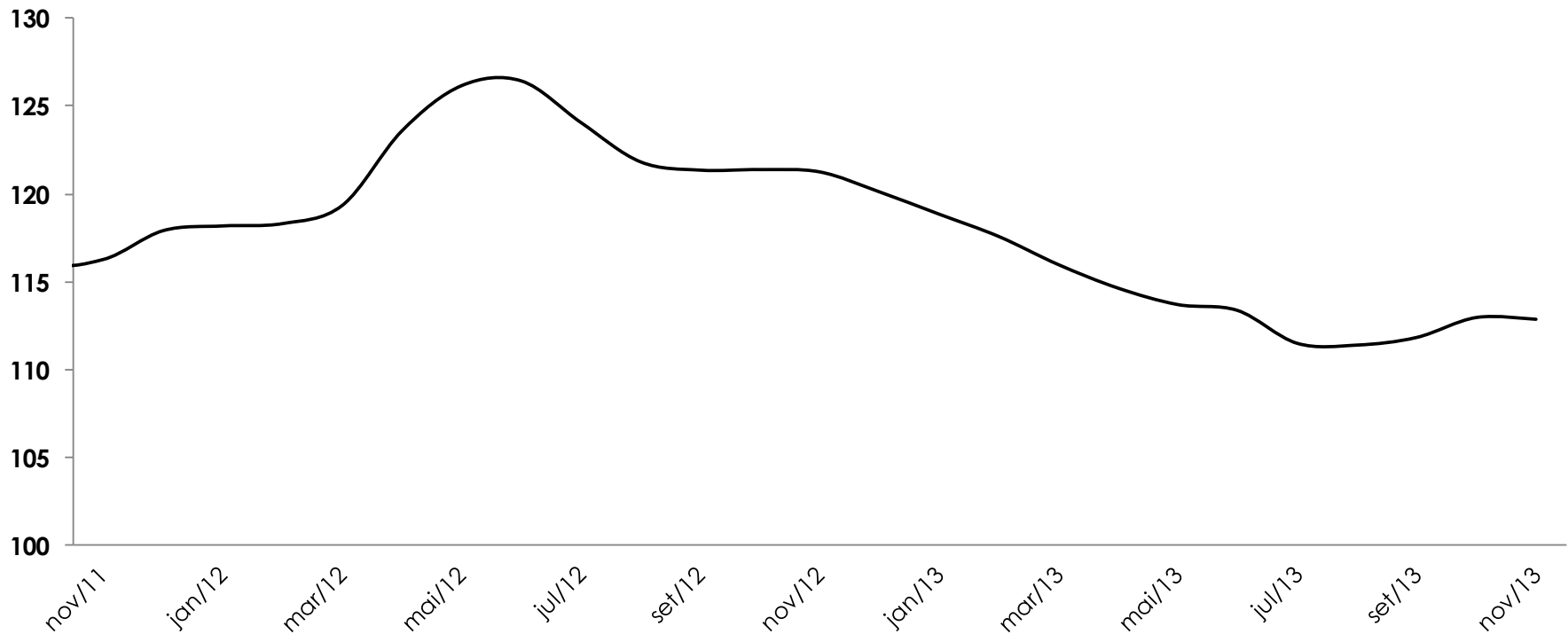
Volume de crédito destinado às famílias Estoque



Taxa de Inadimplência Pessoas Físicas - %

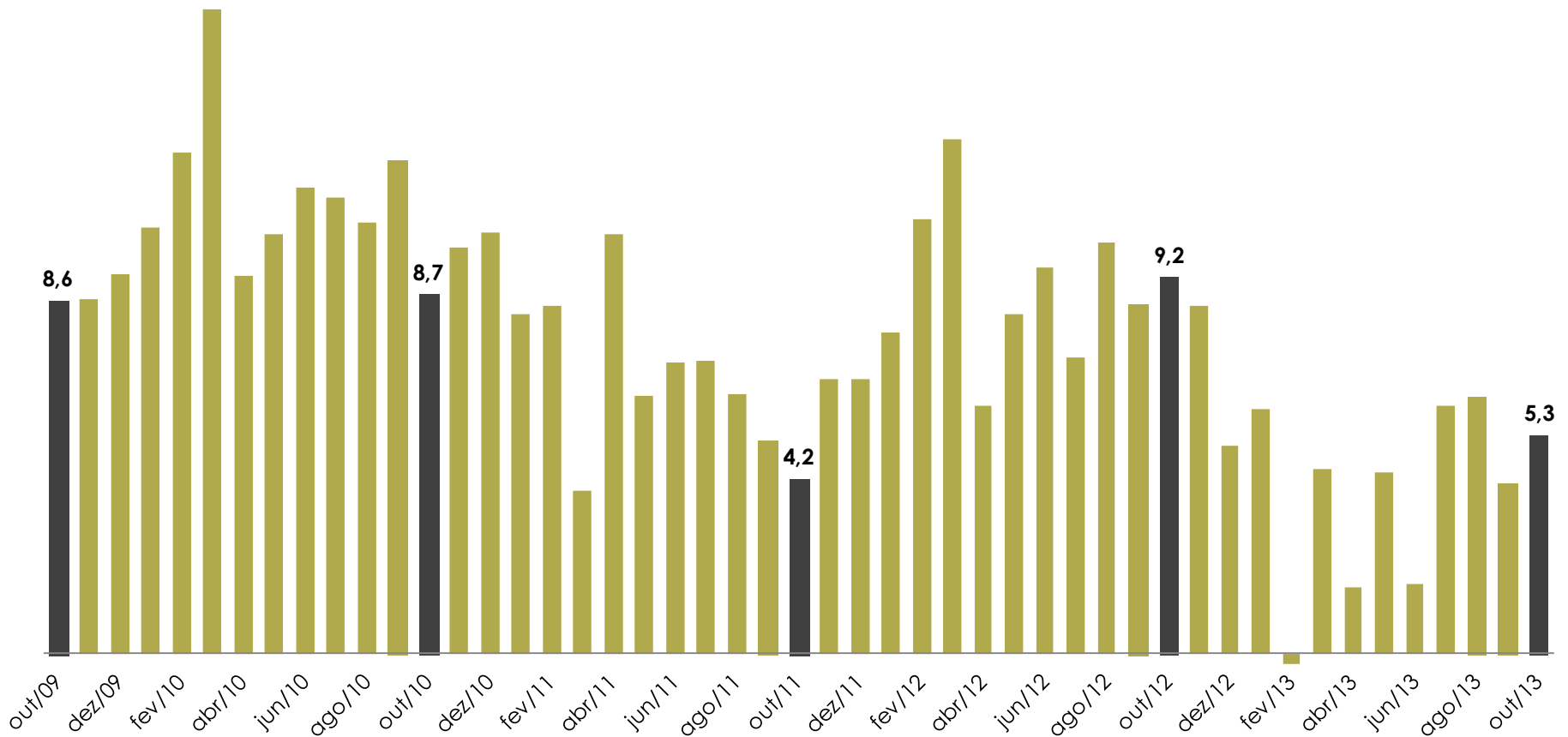


Índice de Confiança do Consumidor média móvel trimestral



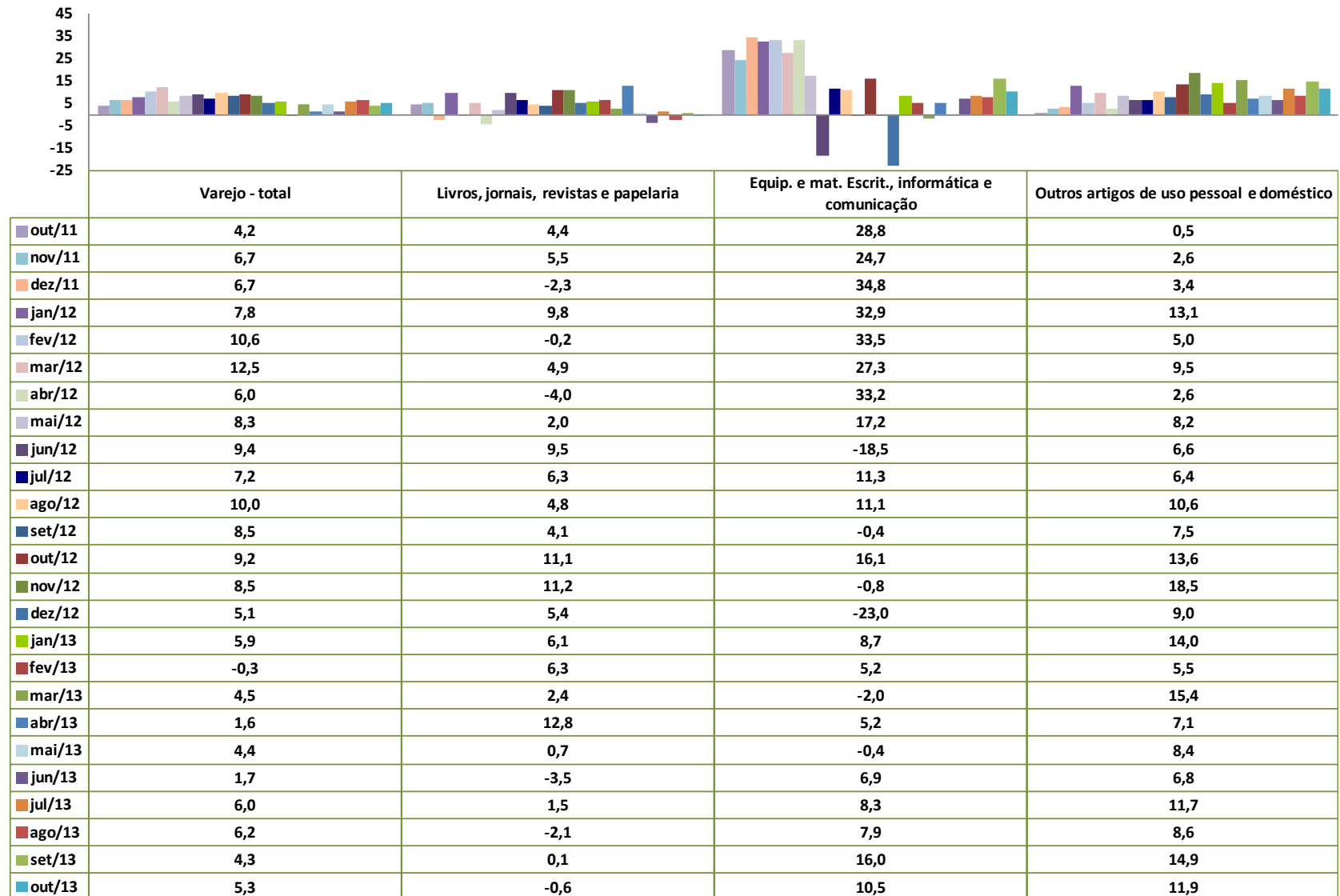
Desempenho do Comércio Varejista

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



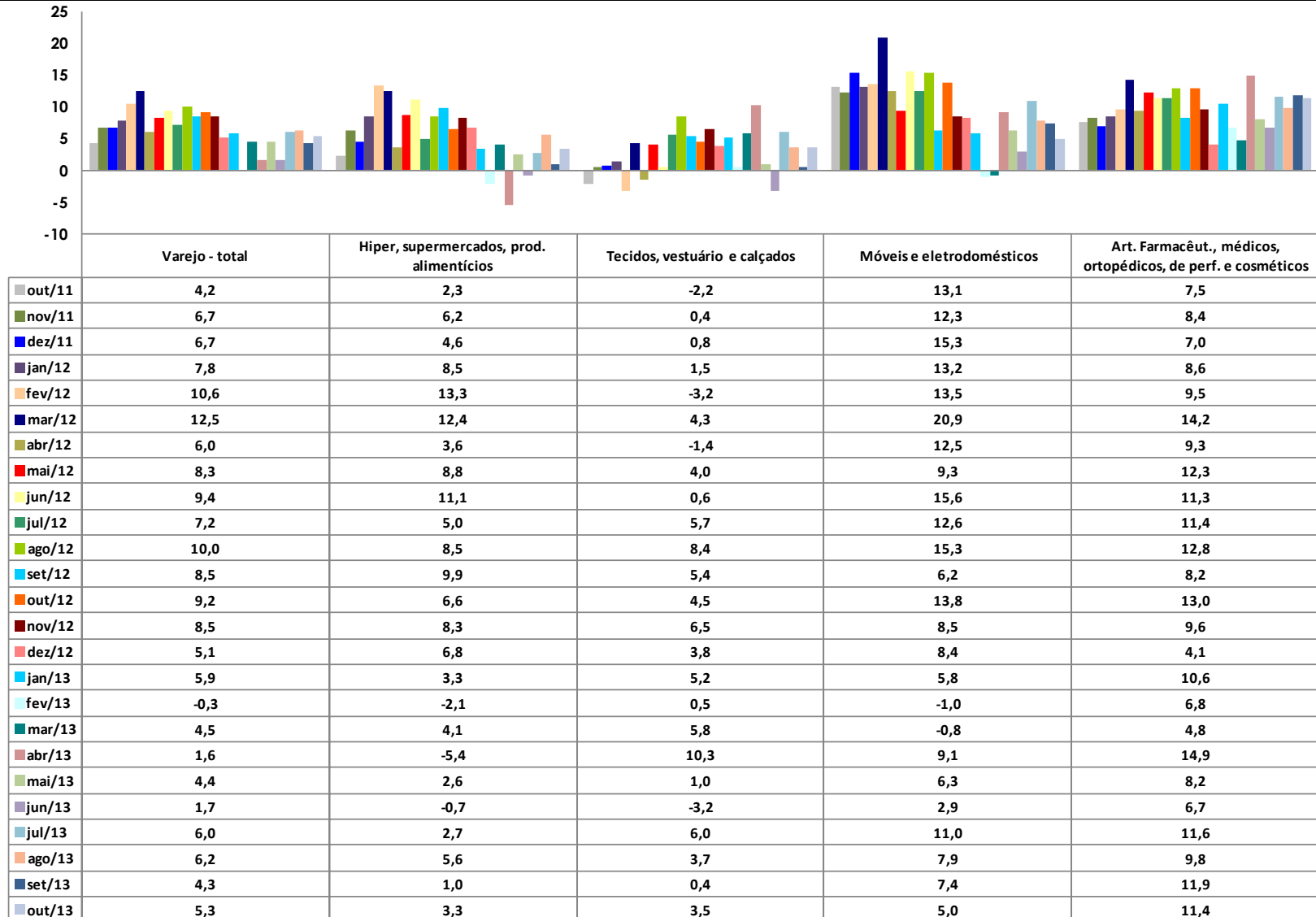
Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Out/11-Out/13



Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Out/11-Out/13



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 75,3%

- 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.”

General Shopping Brasil

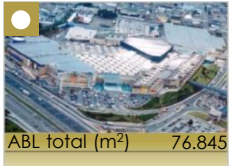
Shopping Center	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)	Expansões ABL Própria (m ²)
Poli Shopping Guarulhos	50,0%	4.527	2.264	15.400
Internacional Shopping	100,0%	76.845	76.845	-
Auto Shopping	100,0%	11.477	11.477	-
Shopping Light	85,0%	14.140	12.019	-
Santana Parque Shopping	50,0%	26.538	13.269	-
Suzano 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	-
	75,3%	357.860	269.342	18.353

Greenfield	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)
Outlet Premium Rio de Janeiro*	98,0%	32.000	31.360
Parque Shopping Maia	60,0%	30.492	18.295
Parque Shopping Atibaia	100,0%	24.043	24.043
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
	88,6%	112.265	99.428

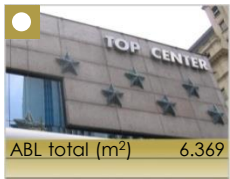
*Empresa pode vender até 48% para a BR Partners.

Distribuição Geográfica

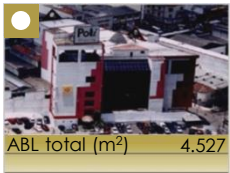
Internacional Shopping Guarulhos



Top Center Shopping



Poli Shopping Guarulhos



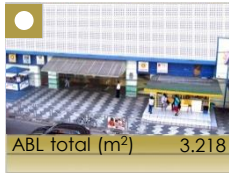
Santana Parque Shopping



Outlet Premium Rio de Janeiro



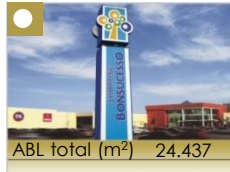
Poli Shopping Osasco



Suzano Shopping



Shopping Bonsucesso



Outlet Premium Salvador



Parque Shopping Atibaia



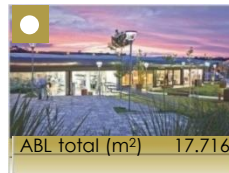
Shopping Light



Shopping do Vale



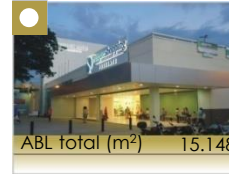
Outlet Premium São Paulo



Parque Shopping Maia



Parque Shopping Prudente



Cascavel JI Shopping



Parque Shopping Sulacap



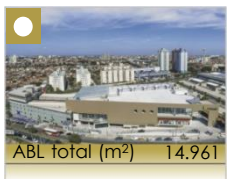
Parque Shopping Barueri



Auto Shopping



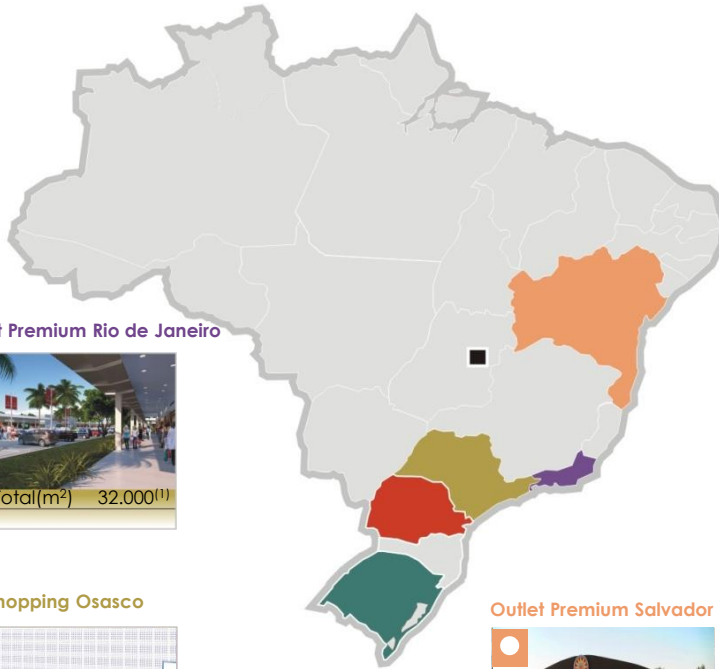
Unimart Shopping Campinas



Centro de Convenções



Outlet Premium Brasília



- Shopping em operação
- ▲ Shopping em construção

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

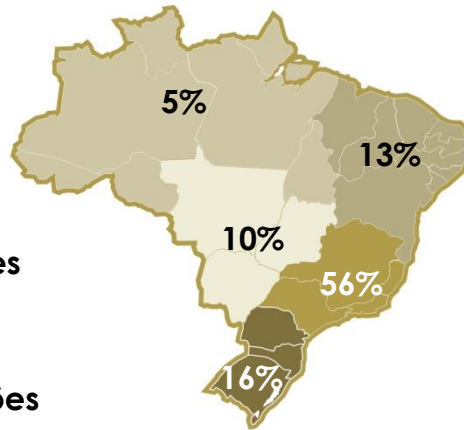
Fonte: IBGE 2011

⁽¹⁾ Estimativa

Distribuição Geográfica

PIB(1)

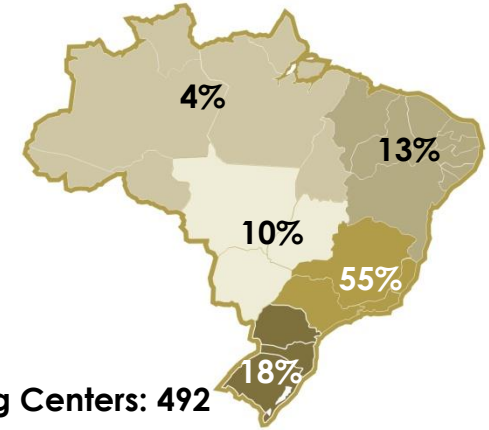
- R\$ 224 bilhões
- R\$ 555 bilhões
- R\$ 396 bilhões
- R\$ 2.296 bilhões
- R\$ 672 bilhões



PIB Total: R\$ 4.143 bilhões

Número de Shopping Centers(2)

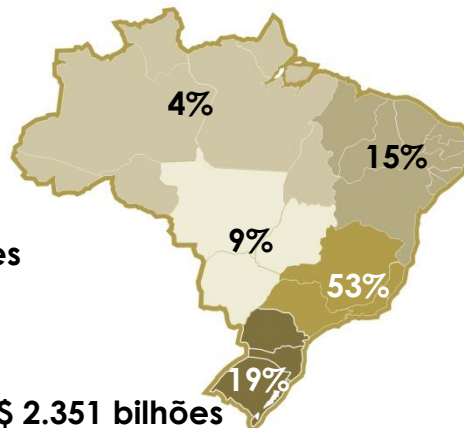
- 21
- 66
- 50
- 269
- 86



Número Total de Shopping Centers: 492

Vendas do Varejo(1)

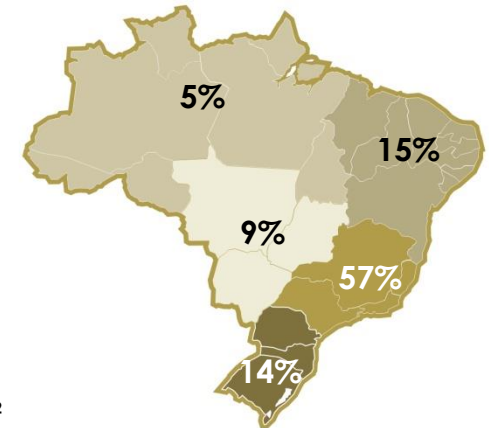
- R\$ 84 bilhões
- R\$ 350 bilhões
- R\$ 216 bilhões
- R\$ 1.249 bilhões
- R\$ 452 bilhões



Total Vendas Varejo: R\$ 2.351 bilhões

ABL(2)

- 560.407 m²
- 1.908.944 m²
- 1.183.653 m²
- 7.189.768 m²
- 1.789.106 m²



Total ABL: 12.631.879 m²

(1) Fonte: IBGE 2011

(2) Fonte: ABRASCE - dezembro de 2013

Estimado para 2016

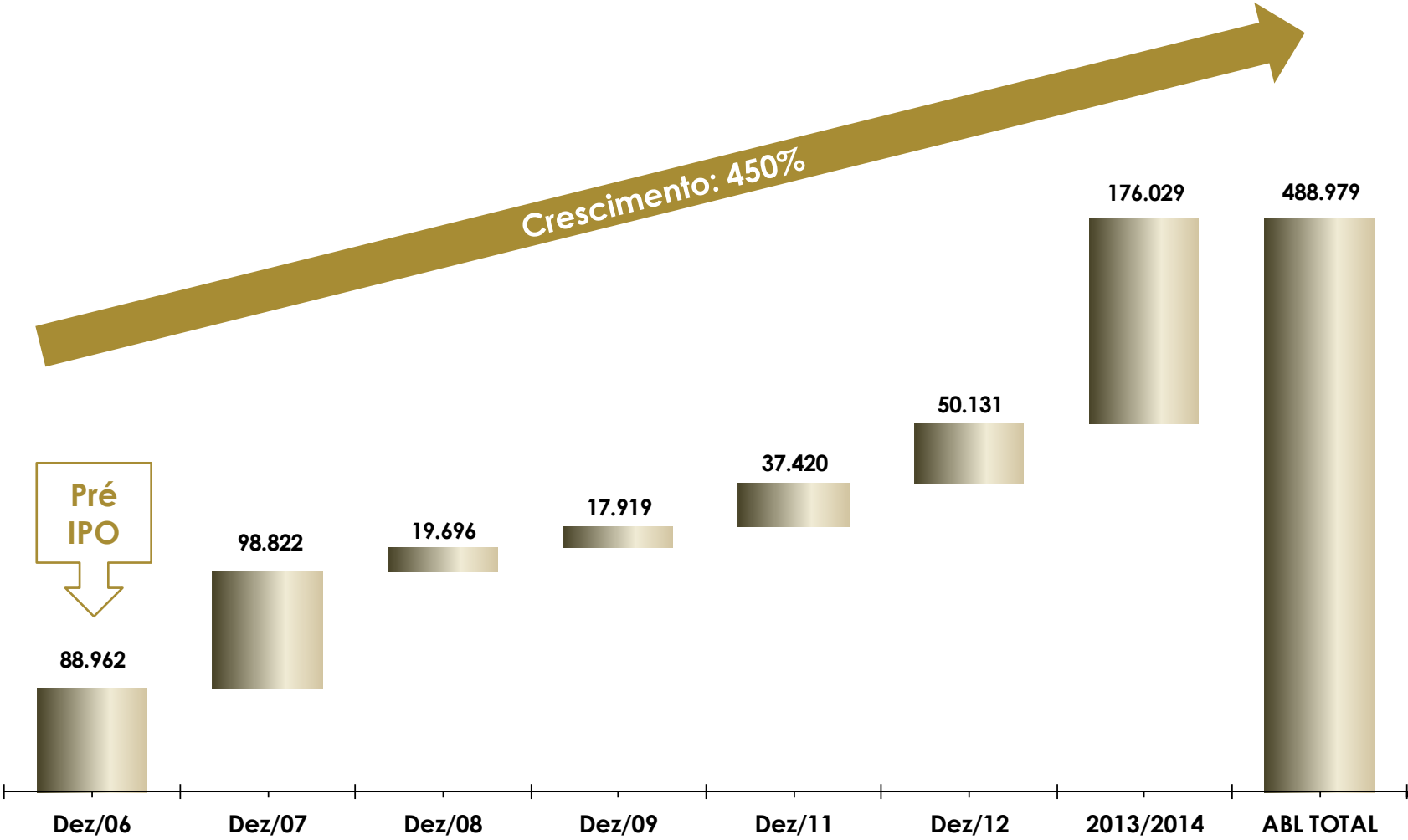
Número de Shopping Centers



Total de ABL (m²)



Evolução da ABL (m²)



Estratégia de Crescimento Diversificada

Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

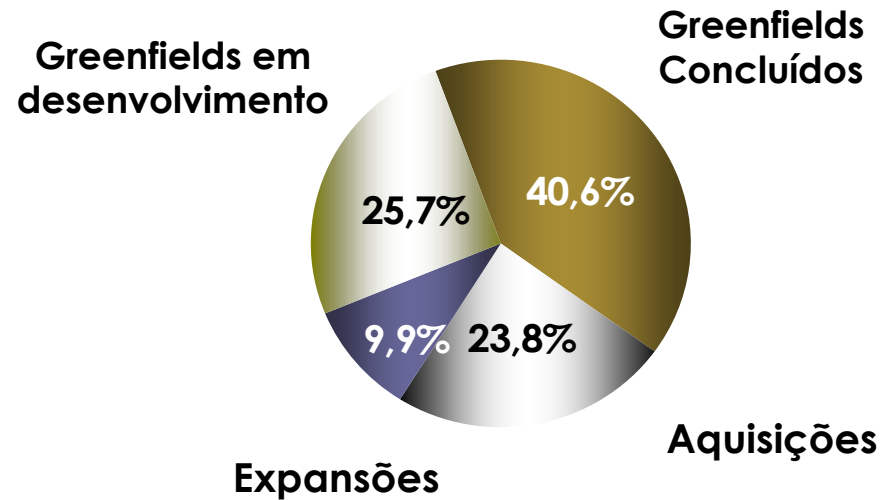
Expansão

- 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⁽¹⁾



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



Poli Shopping Guarulhos

Tipo: Centralidade

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 50,0%

ABL Total: 4.527 m²

ABL Própria: 2.264 m²

Nº de Lojas: 52



Internacional Shopping Guarulhos

Tipo: Regional

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 76.845 m²

ABL Própria: 76.845 m²

Nº de Lojas: 292



Auto Shopping

Tipo: Temático

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 11.477 m²

ABL Própria: 11.477 m²

Nº de Lojas: 71



Shopping Light

Tipo: Centralidade

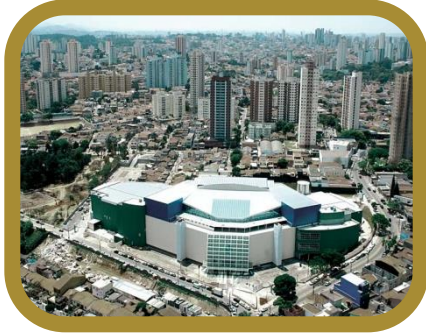
Cidade/Estado: São Paulo/SP

Participação: 85,0%

ABL Total: 14.140 m²

ABL Própria: 12.019 m²

Nº de Lojas: 134



Santana Parque Shopping

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: São Paulo/SP

Participação: 50,0%

ABL Total: 26.538 m²

ABL Própria: 13.269 m²

Nº de Lojas: 174



Suzano Shopping

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Suzano/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 19.583 m²

ABL Própria: 19.583 m²

Nº de Lojas: 174



Cascavel JL Shopping

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Cascavel/PR

Participação: 85,5%

ABL Total: 8.877 m²

ABL Própria: 7.590 m²

Nº de Lojas: 74



Top Center Shopping São Paulo

Tipo: Centralidade

Cidade/Estado: São Paulo/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 6.369 m²

ABL Própria: 6.369 m²

Nº de Lojas: 67

Parque Shopping Prudente



Parque Shopping Prudente

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Presidente Prudente/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 15.148 m²

ABL Própria: 15.148 m²

Nº de lojas: 68



Poli Shopping Osasco

Tipo: Centralidade

Cidade/Estado: Osasco/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 3.218 m²

ABL Própria: 3.218 m²

Nº de Lojas: 13



Shopping do Vale

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Cachoeirinha/RS

Participação: 84,4%

ABL Total: 16.487 m²

ABL Própria: 13.913 m²

Nº de Lojas: 103



Unimart Shopping Campinas

Tipo: Open Lifestyle Center

Cidade/Estado: Campinas/SP

Participação: 100%

ABL Total: 14.961 m²

ABL Própria: 14.961 m²

Nº de lojas: 132

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.



Outlet Premium São Paulo

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Itupeva/SP

Participação: 50%

ABL Total: 17.716 m²

ABL Própria: 8.858 m²

Nº de lojas: 96

Área de influência: Super Regional

Descrição: 1º Outlet do país. Entrada das principais marcas no país 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.



Parque Shopping Barueri

Tipo: Regional

Cidade/Estado: Barueri /SP

Participação: 48%

ABL Total: 37.420 m²

ABL Própria: 17.962 m²

Nº de lojas: 174



Outlet Premium Brasília

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Alexânia/GO

Participação: 50%

ABL Total: 16.094 m²

ABL Própria: 8.047 m²

Nº de lojas: 73

Área de influência: Super Regional

Descrição: 2º Outlet do país. Localizado na rodovia que liga Brasília (DF) a Goiânia (GO), as duas maiores cidades do centro-oeste.



Shopping Bonsucesso

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 63,5%

ABL Total: 24,437 m²

ABL Própria: 15.517 m²

Nº de lojas: 132



Outlet Premium Salvador

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Camaçari/BA

Participação: 50%

ABL Total: 14.964 m²

ABL Própria: 7.482 m²

Nº de lojas: 71

Área de influência: Super Regional

Descrição: Terceiro Outlet da Companhia, inaugurado em outubro de 2013. Localizado próximo a Salvador, a maior cidade do Nordeste, na rodovia de ligação ao litoral norte do estado, caminho dos resorts.

Parque Shopping Sulacap



Parque Shopping Sulacap

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Rio de Janeiro/RJ

Participação: 51%

ABL Total: 29.059 m²

ABL Própria: 14.820 m²

Nº de Lojas: 170

Descrição: Inaugurado em outubro de 2013.



Outlet Premium Rio de Janeiro

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Duque de Caxias/RJ

Participação: 98%

ABL Total estimada: 32.000 m²

ABL Própria estimada: 31.360 m²

Área de influência: Super Regional

Descrição: Quarto outlet da Companhia. Localizado próximo a cidade do Rio de Janeiro, com fácil acesso da cidade do Rio de Janeiro, cidades serranas, aeroporto Santos Dumont e Galeão e próximo ao futuro arco rodoviário metropolitano.



Parque Shopping Maia

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 60%

ABL Total: 30.492 m²

Abi Própria: 18.295 m²

Descrição: Previsão de inauguração em 2014.



Parque Shopping Atibaia

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Atibaia/SP

Participação: 100%

ABL Total: 24.043 m²

ABL Própria: 24.043 m²

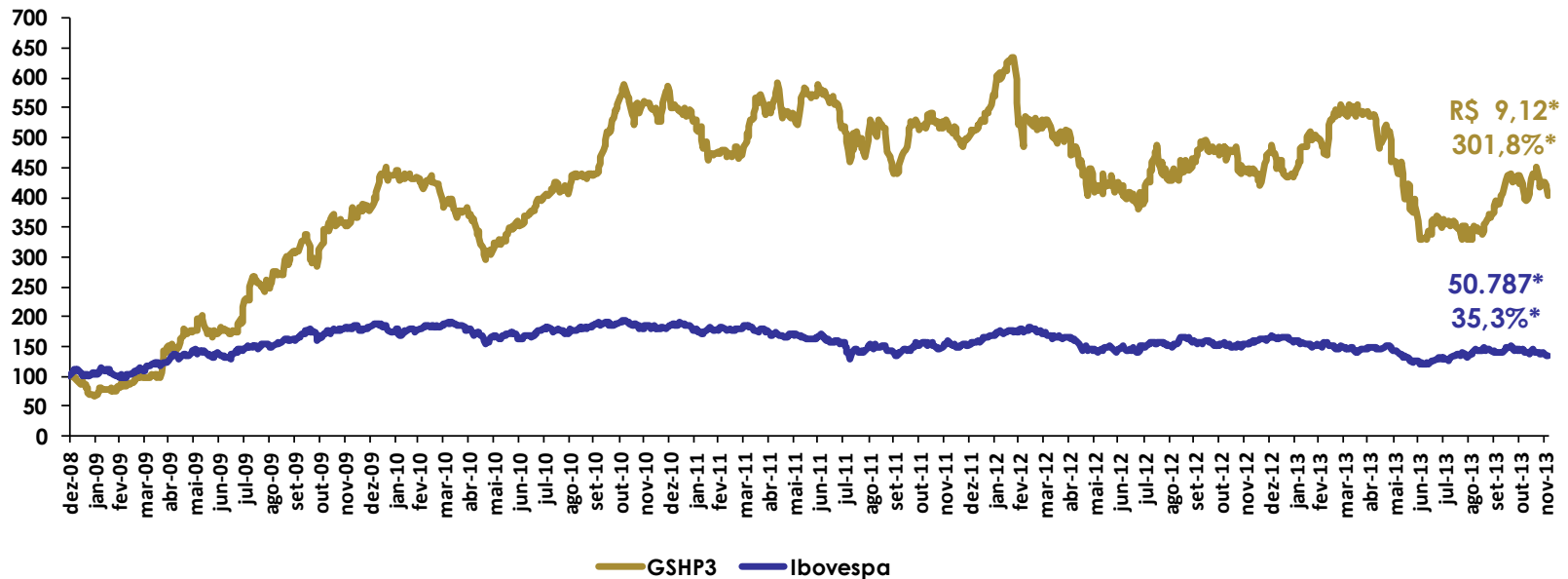
Descrição: Previsão de inauguração em 2014.

Serviços Complementares Crescentes

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

Desempenho Acionário

(Base 100 – 30/12/2008)



R\$ 9,12*
301,8%*

50.787*
35,3%*

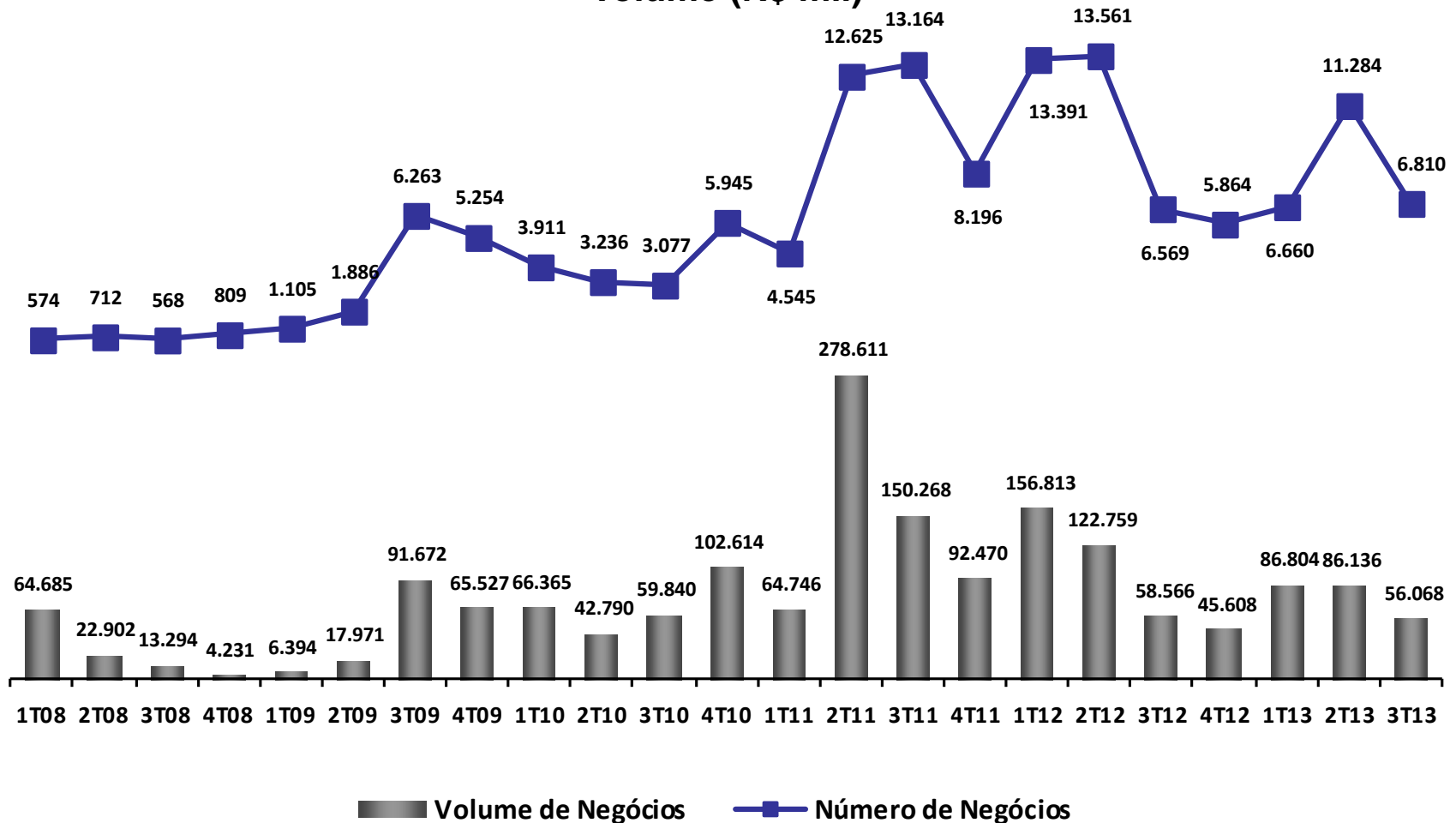
— GSHP3 — Ibovespa

(*) Em 05/12/2013

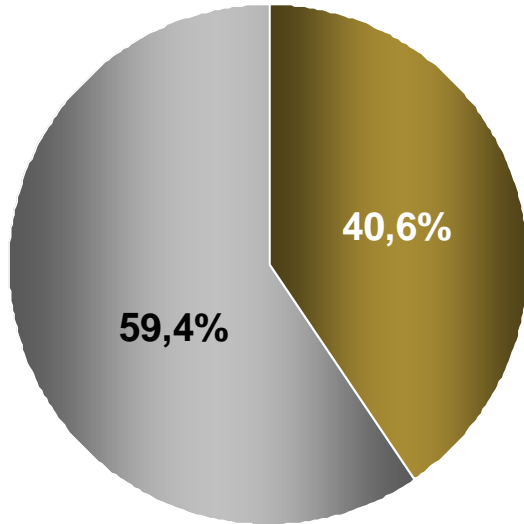
Até 30/09/2013: GSHP3 = 273,6%
Ibovespa = 39,4%

GSHP3

Volume (R\$ mil)



Estrutura Acionária



■ Free float ■ Controlador

	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	40,5% - Brasileiros
		56,3% - Estrangeiros
		3,2% - Varejo
Total	50.480.600	-

Listada desde Julho de 2007



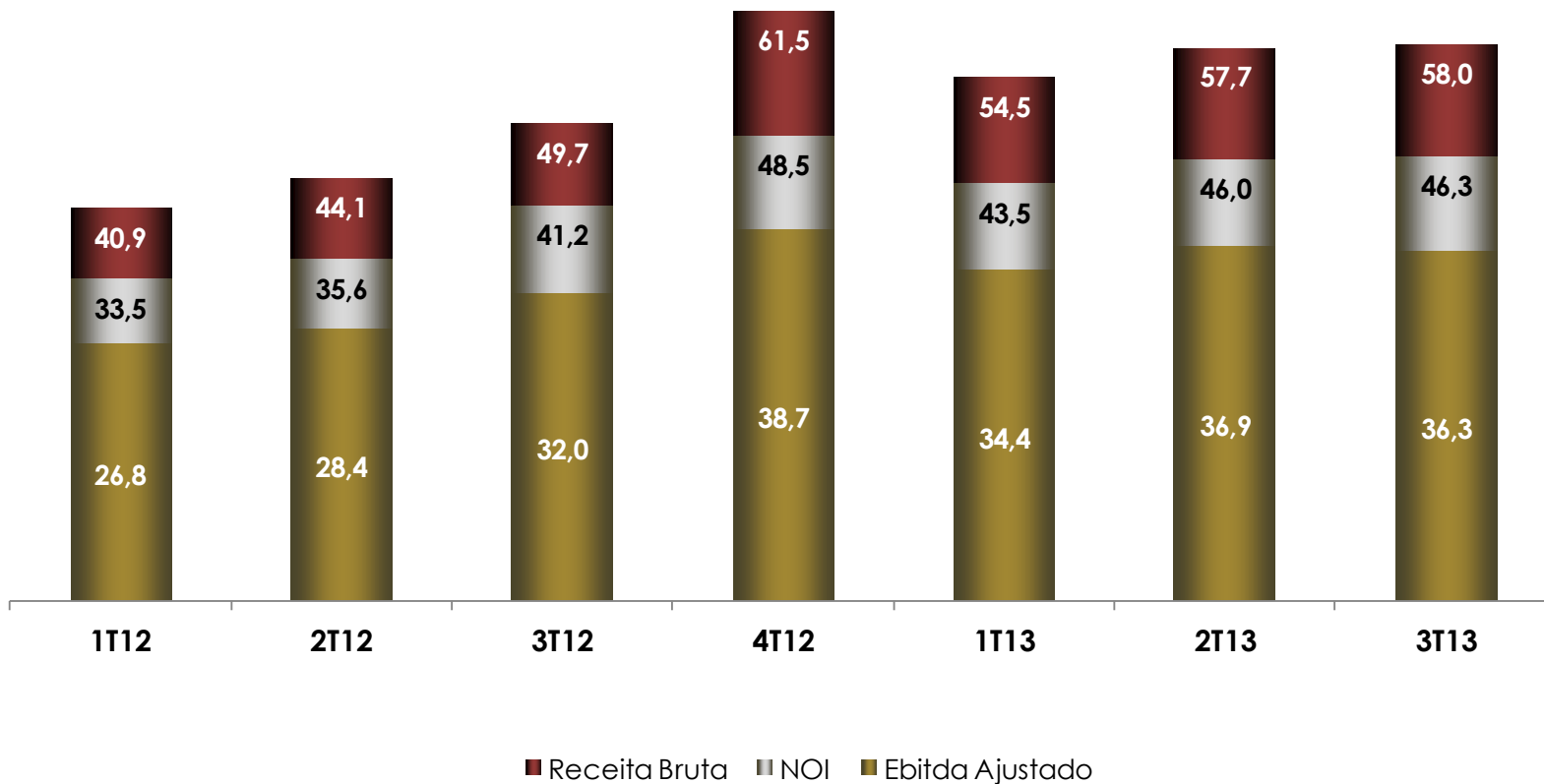
GeneralShopping^{BRASIL}

Desempenho Financeiro



Receita Bruta, NOI e EBITDA Ajustado

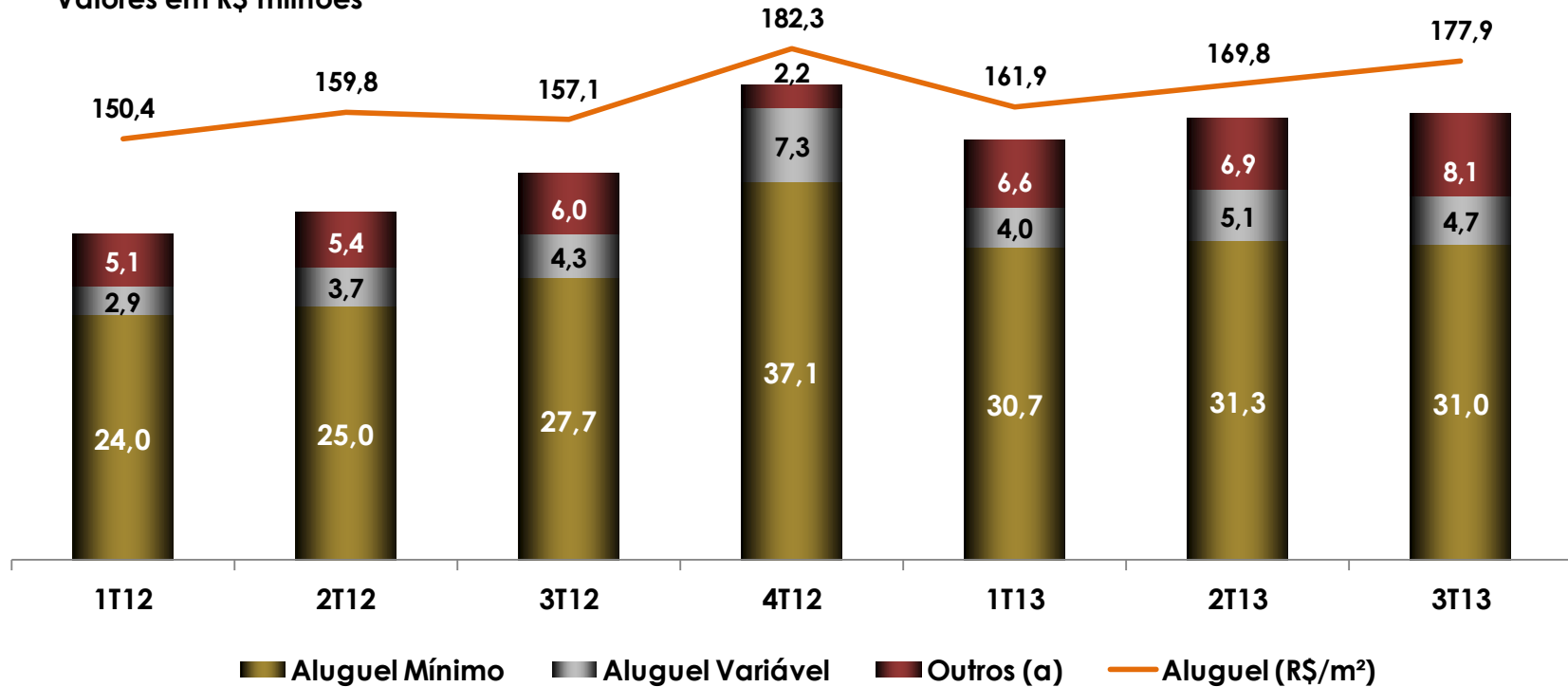
Valores em R\$ milhões



	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13
Receita Bruta	40,9	44,1	49,7	61,5	54,5	57,7	58,0
NOI	33,5	35,6	41,2	48,5	43,5	46,0	46,3
Ebitda Ajustado	26,8	28,4	32,0	38,7	34,4	36,9	36,3
NOI Margem	88,0%	86,3%	89,0%	85,5%	87,2%	87,3%	87,8%
Ebitda Margem	70,4%	68,7%	69,2%	68,3%	69,0%	70,0%	68,8%

Receita Bruta de Aluguel

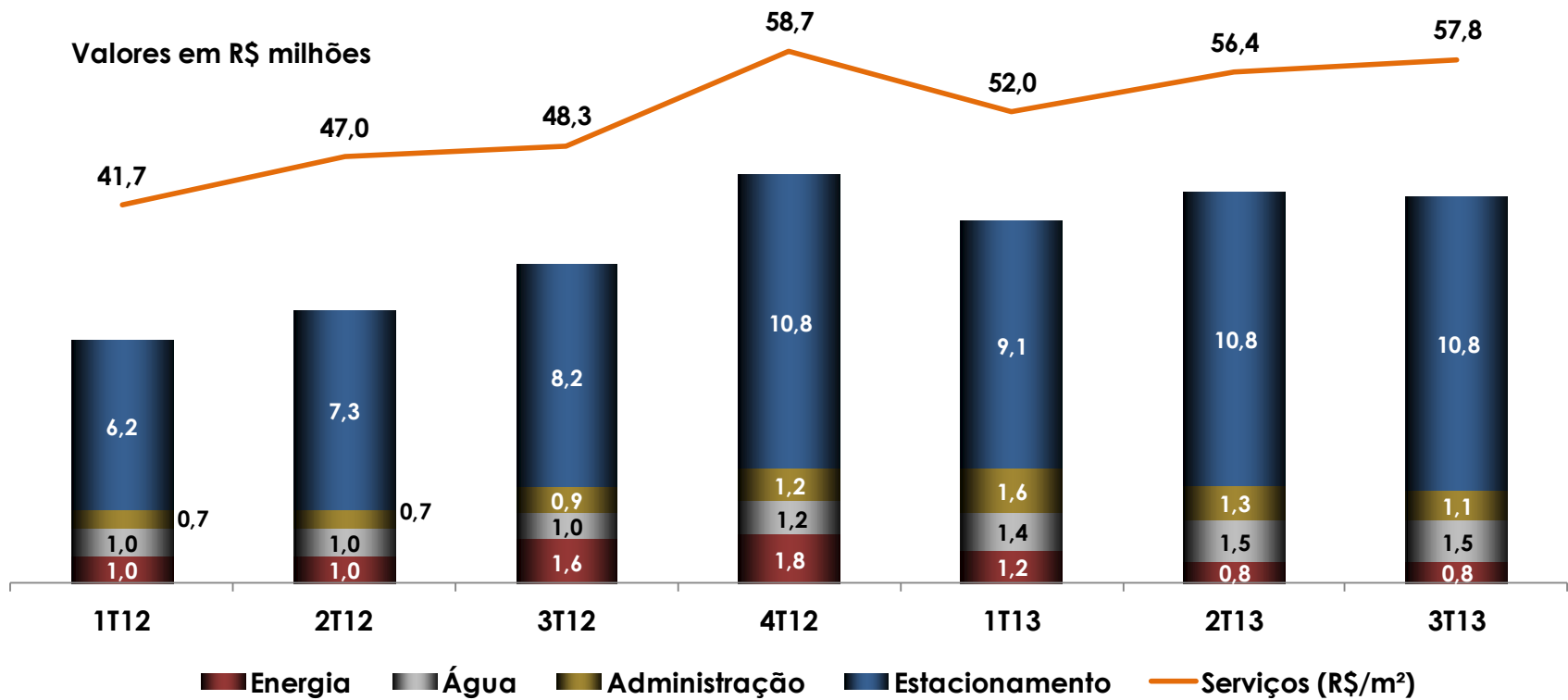
Valores em R\$ milhões



RECEITA DE ALUGUEL	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13
Aluguel Mínimo	24,0	25,0	27,7	37,1	30,7	31,3	31,0
Aluguel Variável	2,9	3,7	4,3	7,3	4,0	5,1	4,7
Outros ^(a)	5,1	5,4	6,0	2,2	6,6	6,9	8,1
Taxa de Ocupação	96,6%	96,4%	96,2%	96,7%	96,6%	96,7%	96,4%

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

Receita Bruta de Serviços

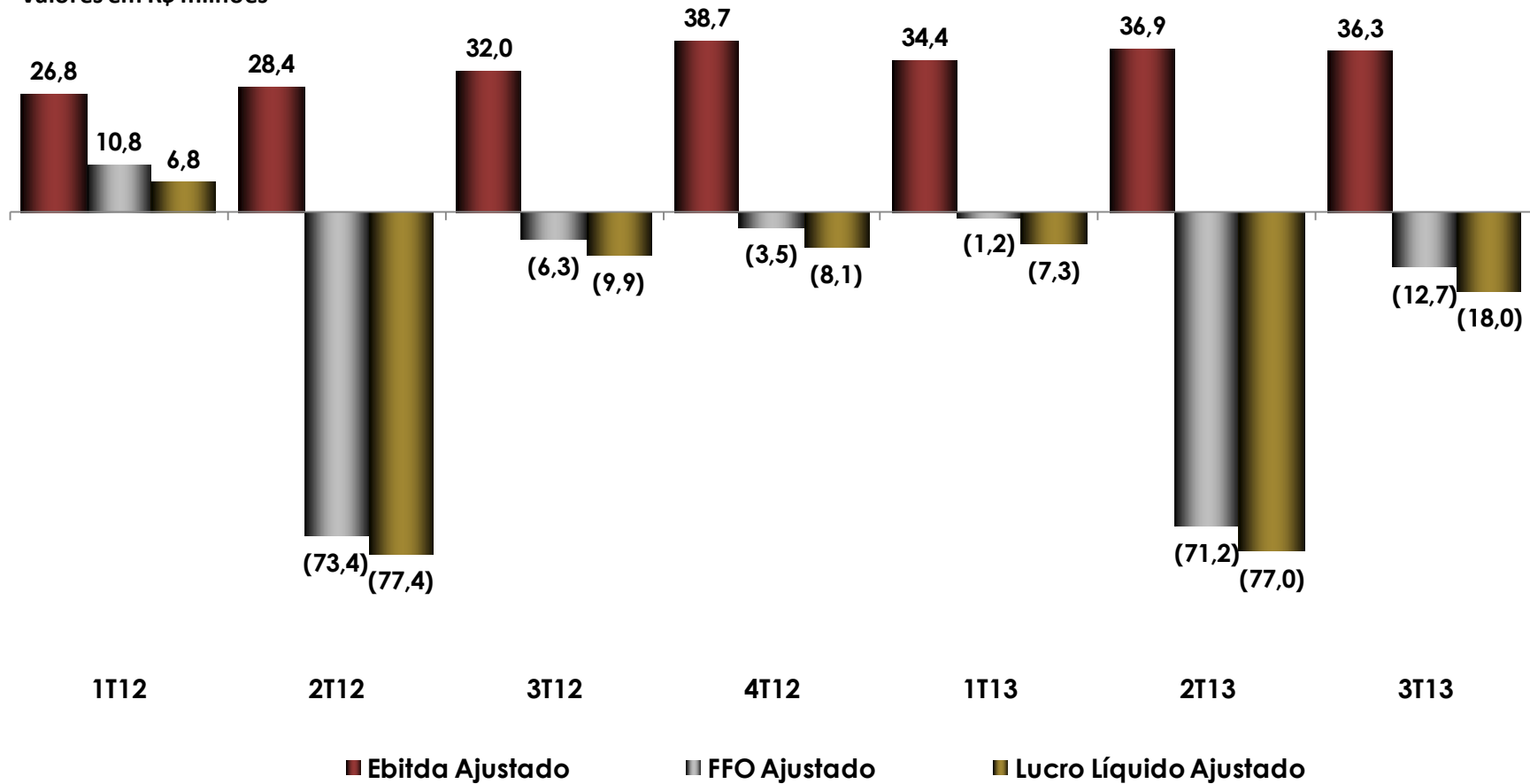


RECEITA DE SERVIÇOS	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13
Estacionamento	6,2	7,3	8,2	10,8	9,1	10,8	10,8
Energia	1,0	1,0	1,6	1,8	1,2	0,8	0,8
Água	1,0	1,0	1,0	1,2	1,4	1,5	1,5
Administração	0,7	0,7	0,9	1,2	1,6	1,3	1,1
Total	8,9	10,0	11,7	15,0	13,3	14,4	14,2

Descrição	3T12	3T13	Var %	9M12	9M13	Var %
GSB (Total)						
ABL Média (m ²)	241.789	246.153	1,8%	222.589	252.100	13,3%
Aluguel (R\$/m ²)	157,14	177,93	13,2%	467,48	509,33	8,9%
Serviços (R\$/m ²)	48,30	57,83	19,7%	137,37	166,06	20,9%
Total (R\$/m²)	205,44	235,76	14,8%	604,85	675,39	11,7%

EBITDA, FFO e Lucro Líquido Ajustados

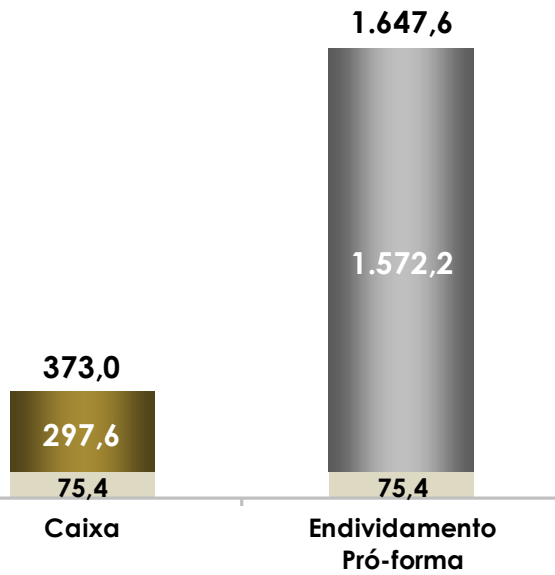
Valores em R\$ milhões



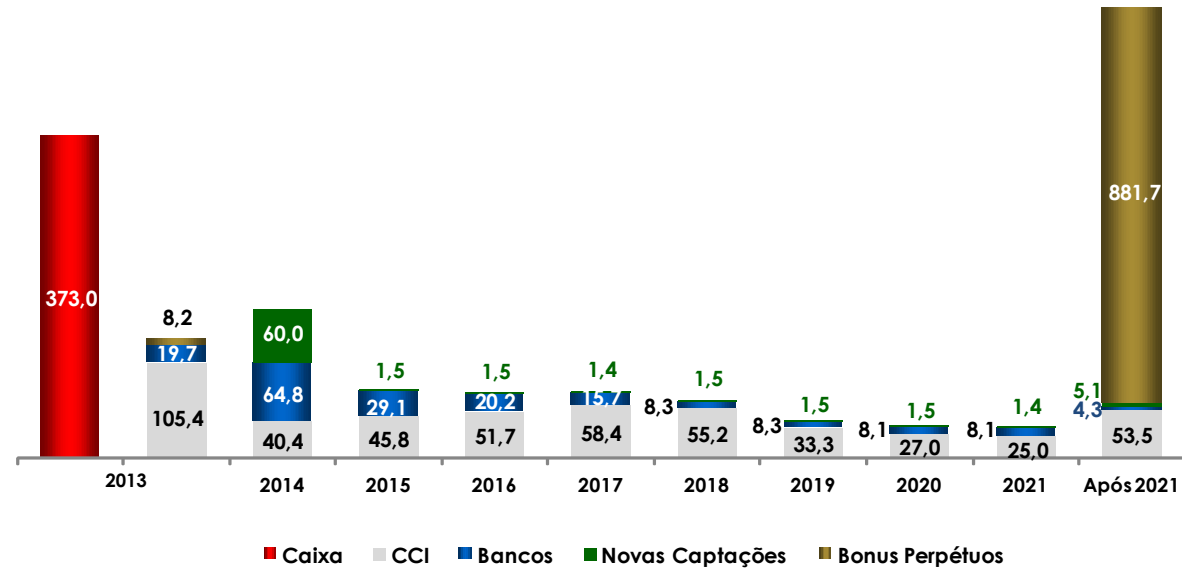
Dados	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13
Ebitda Ajustado	26,8	28,4	32,0	38,7	34,4	36,9	36,3
FFO Ajustado	10,8	(73,4)	(6,3)	(3,5)	(1,2)	(71,2)	(12,7)
Lucro Líquido Ajustado	6,8	(77,4)	(9,9)	(8,1)	(7,3)	(77,0)	(18,0)
Resultado Financeiro	(12,5)	(93,4)	(32,6)	(37,7)	(30,3)	(100,1)	(42,4)
IR/CS	(3,5)	(8,4)	(5,7)	(4,6)	(5,3)	(10,1)	(6,6)

Caixa X Endividamento - R\$ milhões

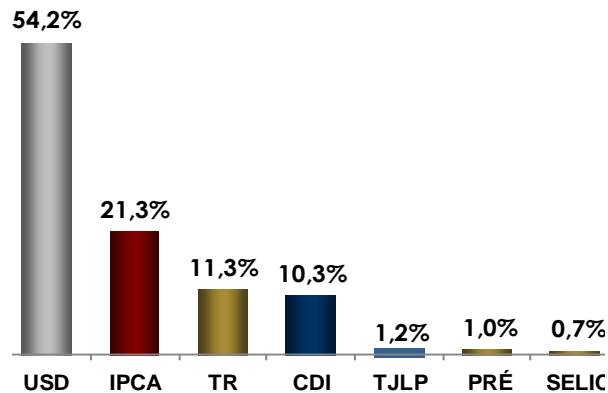
Caixa X Endividamento



Cronograma de Amortização



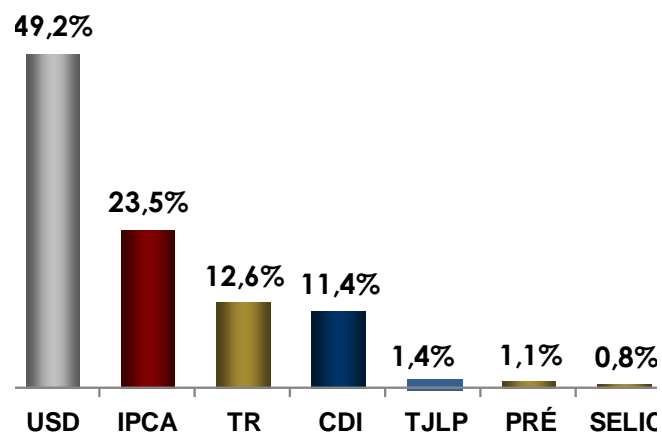
Composição do Endividamento



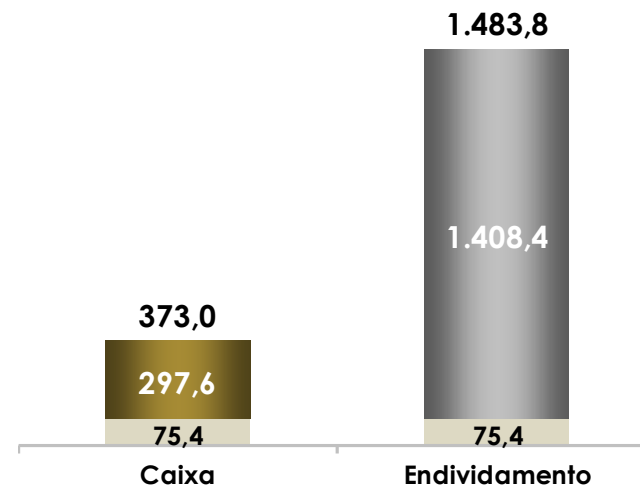
Cronograma de Amortização												
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Após 2021	Total	%
CCI	105,4	40,4	45,8	51,7	58,4	55,2	33,3	27,0	25,0	53,5	495,7	30,1%
Bancos	19,7	64,8	29,1	20,2	15,7	8,3	8,3	8,1	8,1	4,3	186,6	11,3%
Novas Captações	-	60,0	1,5	1,5	1,4	1,5	1,5	1,5	1,4	5,1	75,4	4,6%
Bonus Perpétuos	8,2	-	-	-	-	-	-	-	-	881,7	889,9	54,0%
Total	133,3	165,2	76,4	73,4	75,5	65,0	43,1	36,6	34,5	944,6	1.647,6	100,0%

* Posição de Caixa e Endividamento, considerando os valores da nova captação - R\$ 75,4 milhões.

Composição do Endividamento

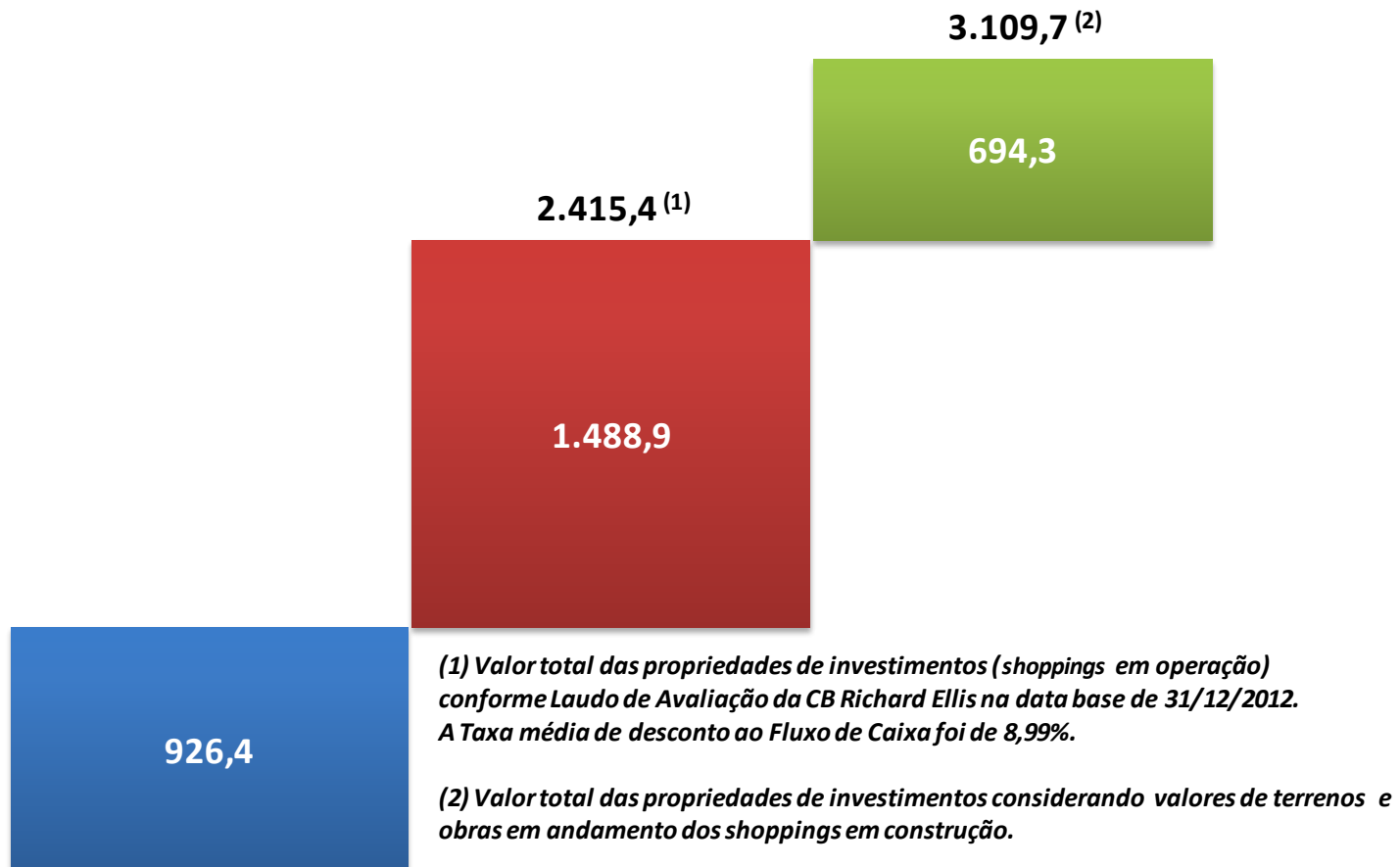


Caixa X Endividamento



* Considerado 50% do saldo do Bônus Perpétuo Subordinado como Equity, no valor de R\$ 163,8 milhões. Incluimos as operações de crédito, relacionadas aos Eventos Subsequentes, no valor de R\$ 75,4 milhões.

Propriedade de Investimentos



■ Book Value

■ Ajuste para Fair Value (Ativos Operacionais)

■ Projetos em Andamento



RELAÇÕES COM INVESTIDORES GSB

Alessandro Poli Veronezi

Diretor de RI

Marcio Snioka

Superintendente de RI

11 3159-5100

dri@generalshopping.com.br

www.generalshopping.com.br