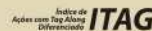
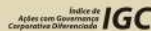


GeneralShopping ^{BRASIL}



Resultados do 4T10



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.

Visão Geral da GSB

Desempenho Financeiro

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 84,3%**

Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

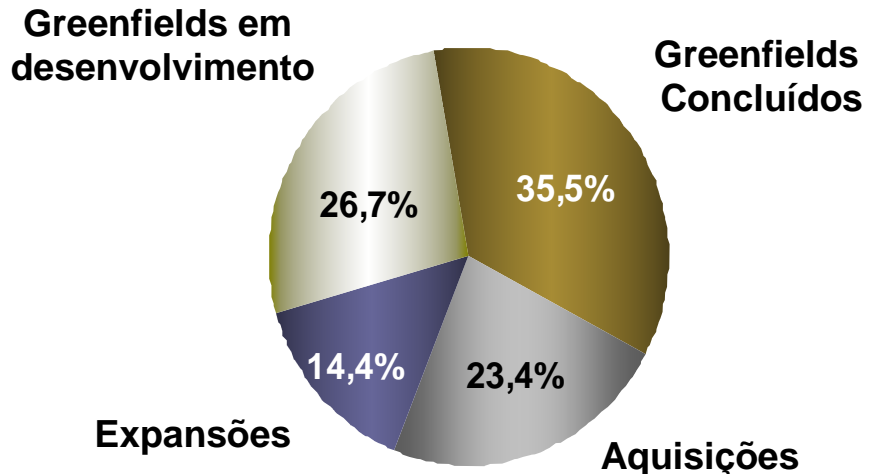
Expansão

- 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⁽¹⁾



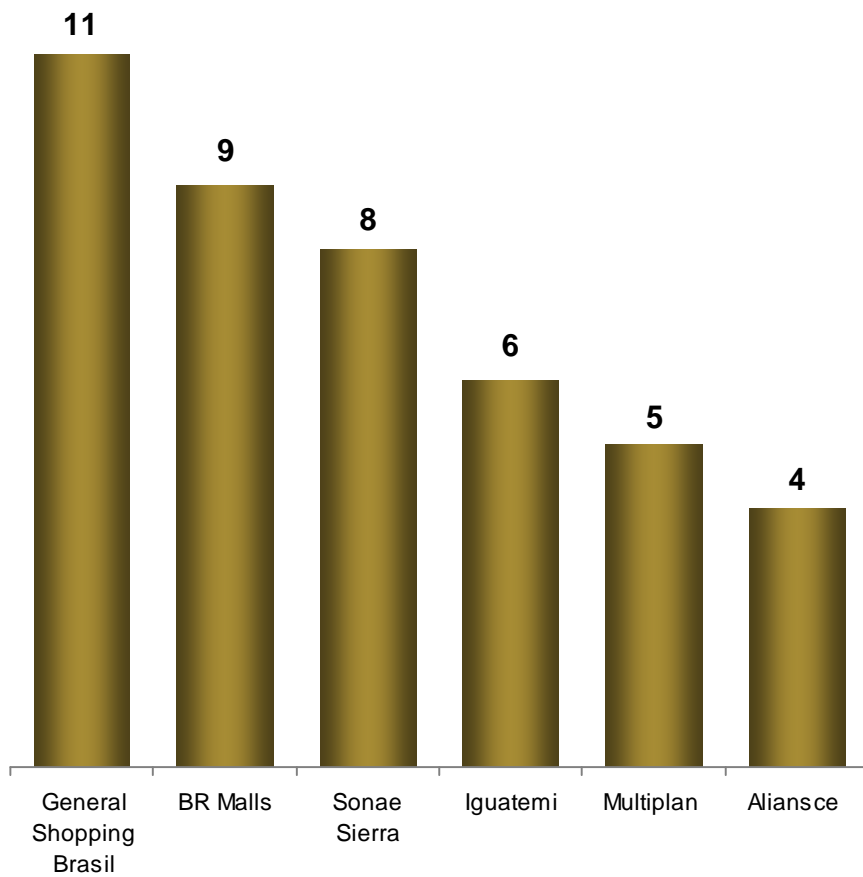
⁽¹⁾ Considerando atuais shopping centers, expansões e greenfields anunciados.



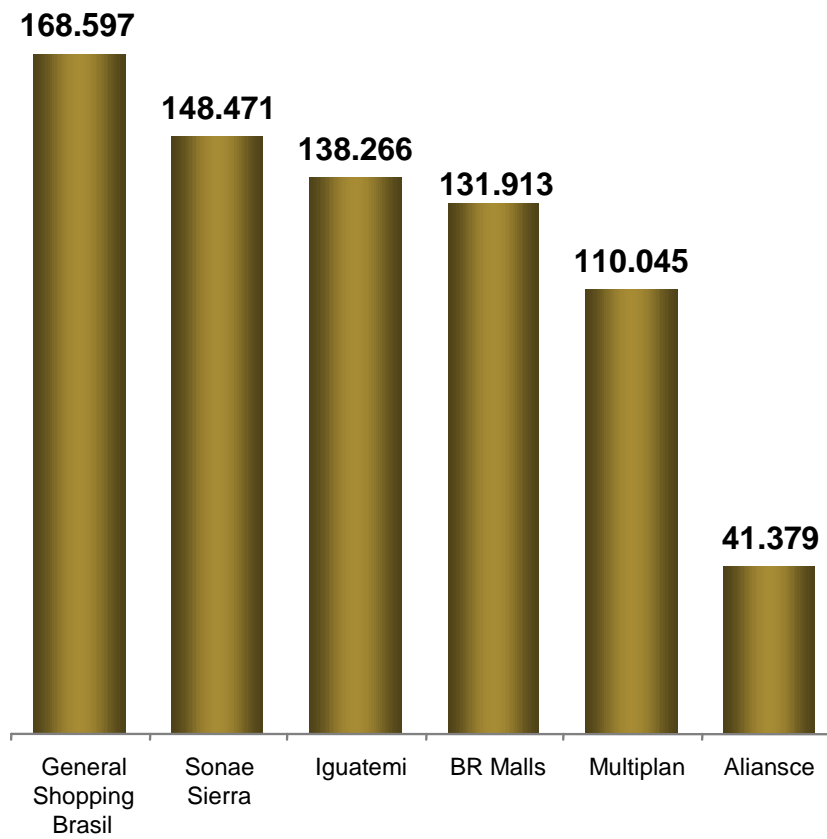
Shopping Center	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)	Nº de Lojas	Expansão ABL Própria (m ²)
Poli Shopping	50,0%	4.527	2.264	52	15.400
Internacional Shopping	100,0%	75.958	75.958	292	-
Auto Shopping	100,0%	11.477	11.477	80	-
Shopping Light	50,1%	14.140	7.092	134	-
Santana Parque Shopping	50,0%	26.538	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	-
	84,3%	225.399	190.100	1.405	34.353

Greenfield	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)
Parque Shopping Barueri	48,0%	37.000	17.760
Outlet Premium Brasília	100,0%	16.479	16.479
Parque Shopping Sulacap	90,0%	32.000	28.800
Convention-Power Center	100,0%	25.730	25.730
	79,8%	111.209	88.769

Número de Operações de Shopping Center

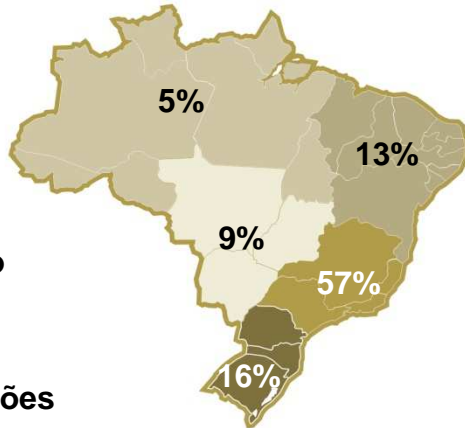


ABL Própria (m²)



PIB⁽¹⁾

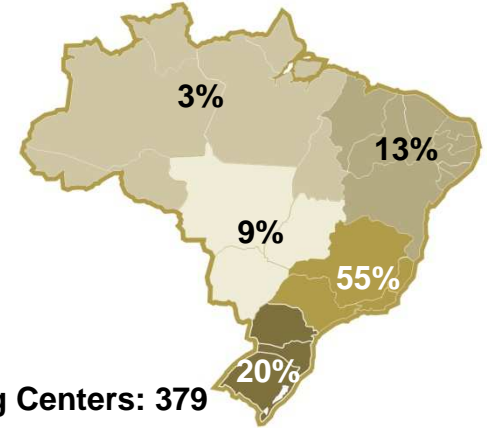
- R\$ 120 bilhões
- R\$ 311 bilhões
- R\$ 206 bilhões
- R\$ 1.346 bilhão
- R\$ 387 bilhões



PIB Total: R\$ 2.370 bilhões

Número de Shopping Centers⁽²⁾

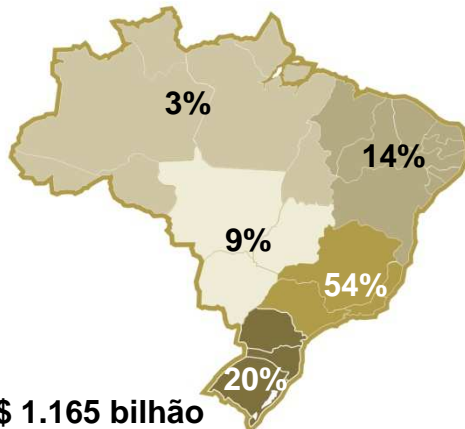
- 10
- 51
- 35
- 209
- 74



Número Total de Shopping Centers: 379

Vendas do Varejo⁽¹⁾

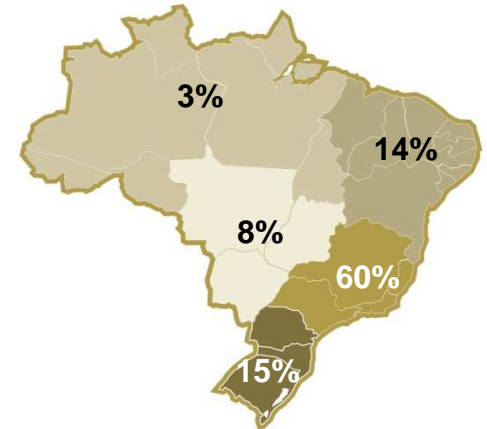
- R\$ 38 bilhões
- R\$ 161 bilhões
- R\$ 101 bilhões
- R\$ 634 bilhões
- R\$ 231 bilhões



Total Vendas Varejo: R\$ 1.165 bilhão

ABL⁽²⁾

- 262.220 m²
- 1.213.918 m²
- 719.912 m²
- 5.219.190 m²
- 1.320.228 m²

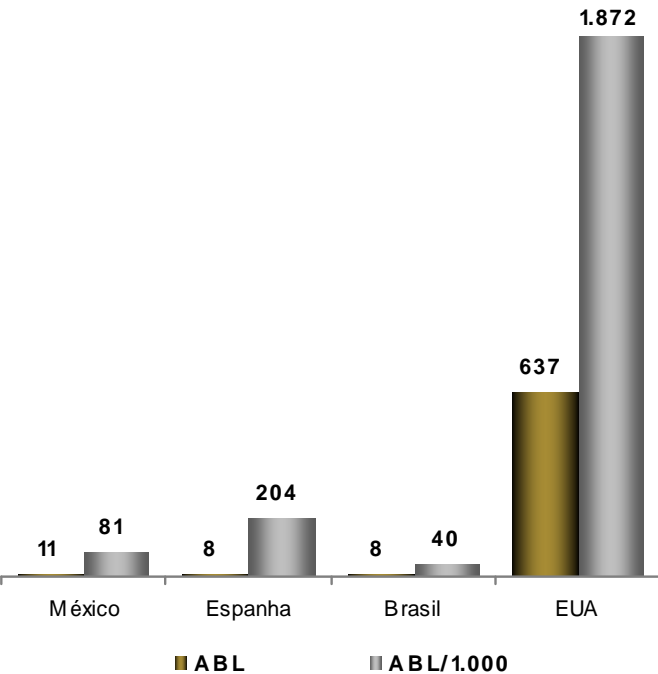


Total ABL: 8.735.468 m²

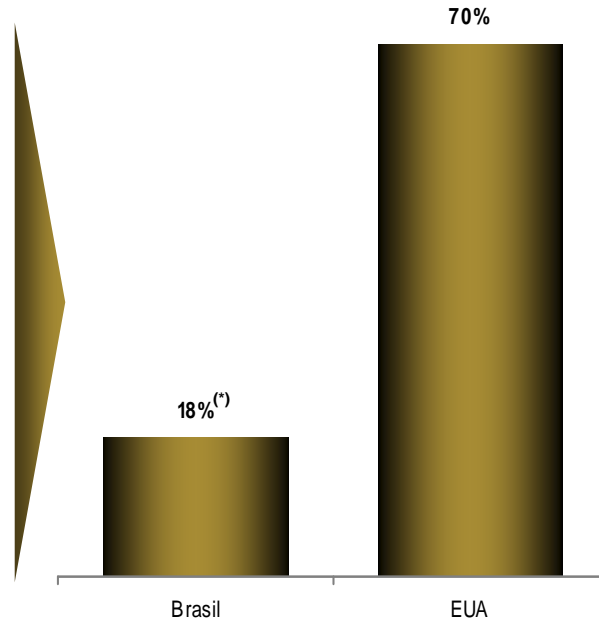
⁽¹⁾ Fonte: IBGE, de 2006

⁽²⁾ Fonte: ABRASCE, de abril de 2009

Área e Área/Habitante por País



Vendas do Varejo nos Shopping Centers



Tipos de Shopping Centers nos EUA

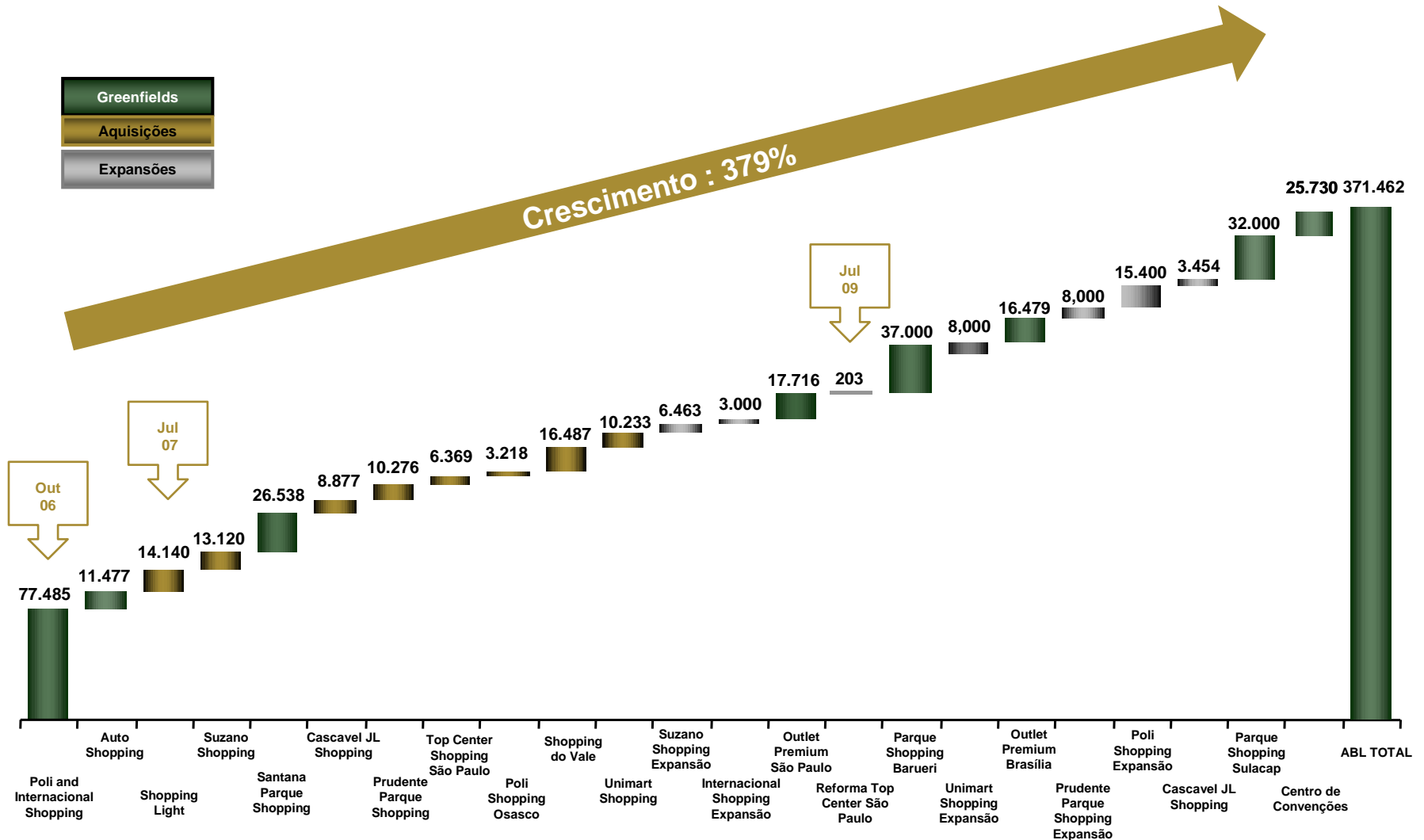
- Regional
- Super Regional
- Vizinhança
- Comunitário
- Lifestyle
- Power Center
- Temático
- Outlet

O setor de shopping center brasileiro tem grande potencial de crescimento

Fonte: ABRASCE

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

Evolução da ABL (m²)





Obras em fevereiro de 2011

- Comercializado: 80% da ABL



Inauguração em novembro de 2011



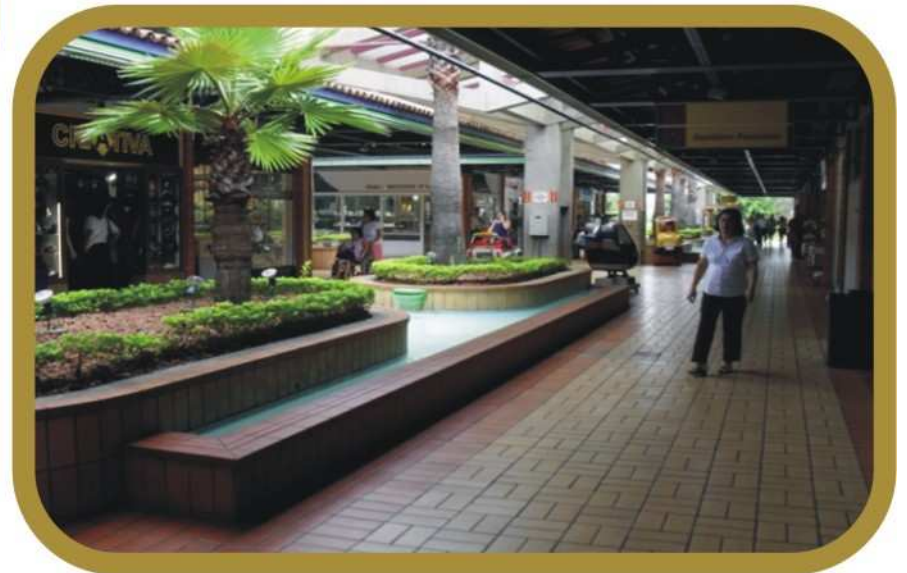
Implantação em São Paulo



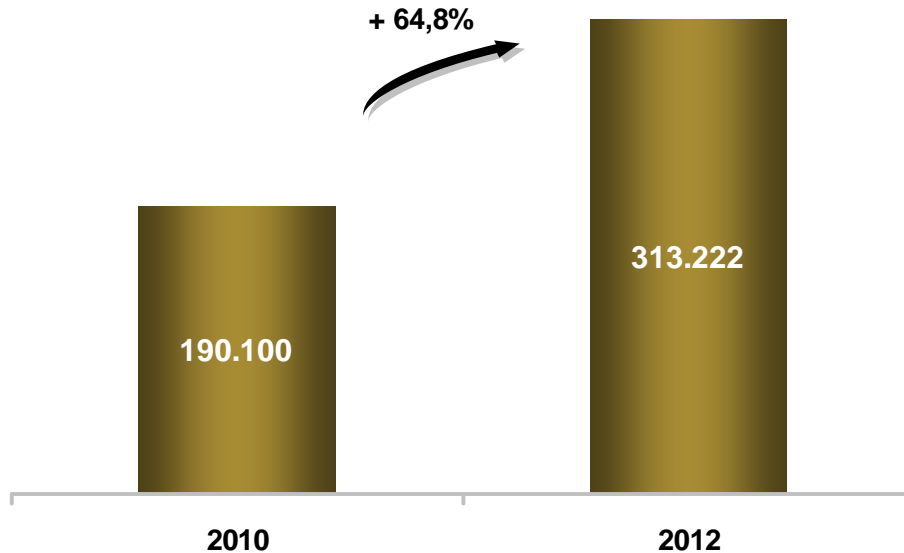
Sucesso Comercial



Inauguração em Brasília em março de 2012



ABL Própria (m²)



Venda de terreno em São Bernardo do Campo

Jan

Aumento de 20% na participação no Outlet Premium São Paulo

Mai

Jun

Contratação de novo Formador de Mercado – XP Investimentos

Set

Out

Nov

Operação de Securitização Imobiliária – captação de R\$ 60 milhões

Venda de 48% de participação no Projeto Barueri

Emissão de bônus perpétuo de dívida – USD 200 milhões

Anúncio de expansões no Shopping Unimart e no Prudente Parque Shopping

Anúncio do Novo Greenfield Outlet

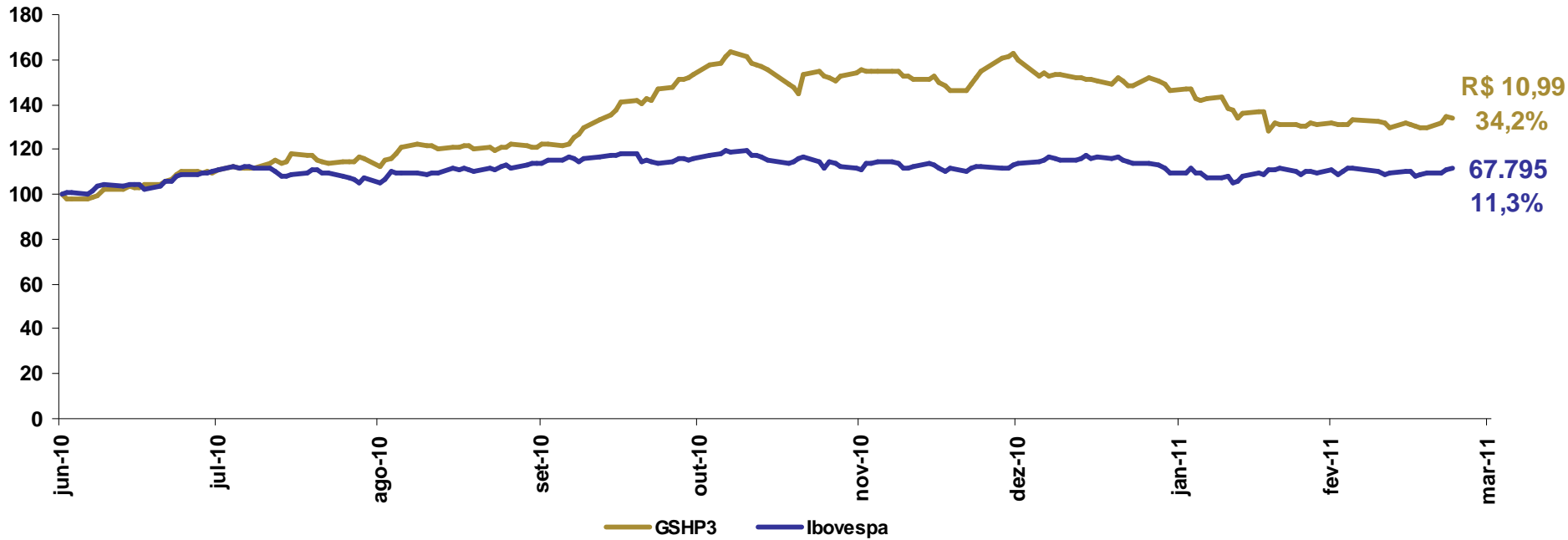


✓ Serviços prestados para o shopping
 ✓ Potencial de prestação de serviços/em implantação
 ✓* Parcial

- **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 – 30/06/10)

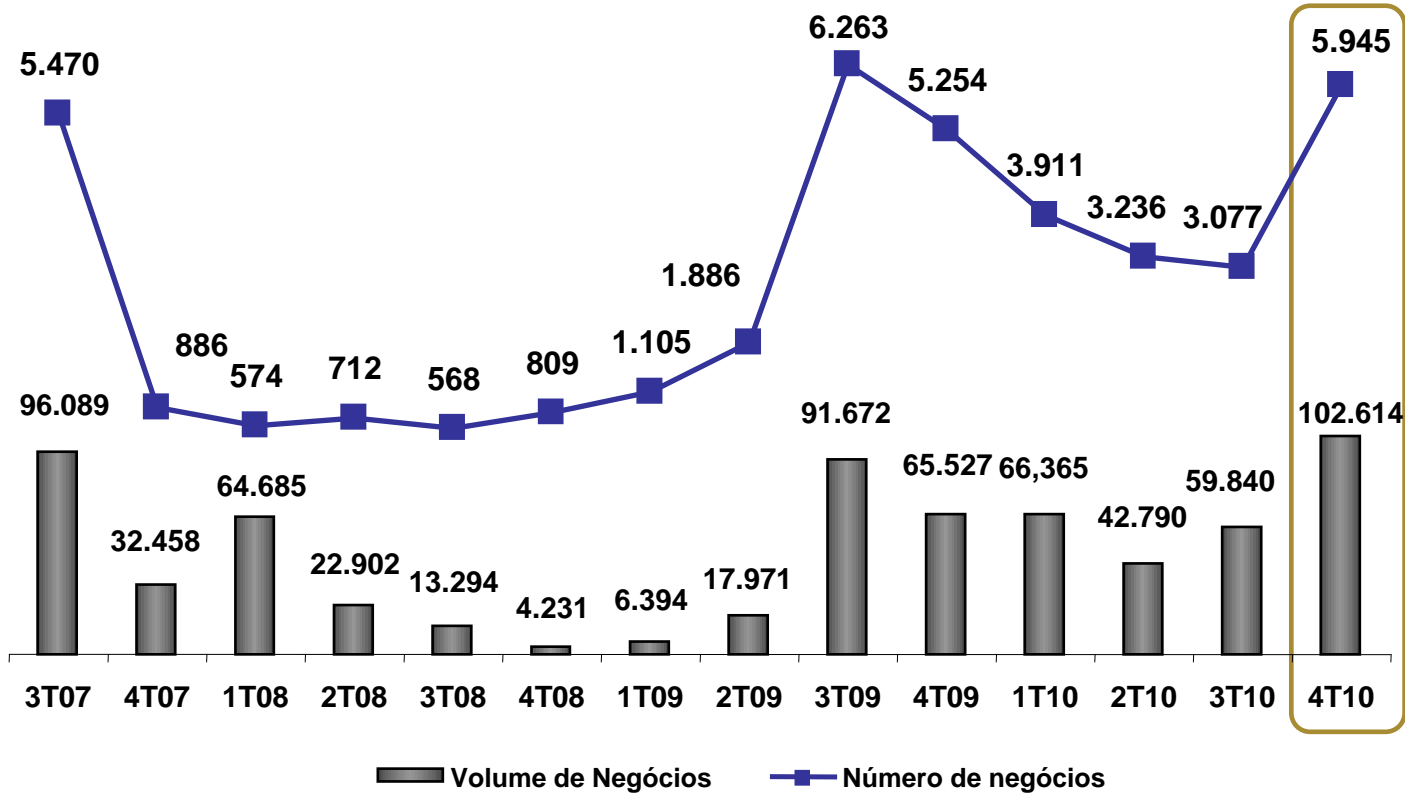


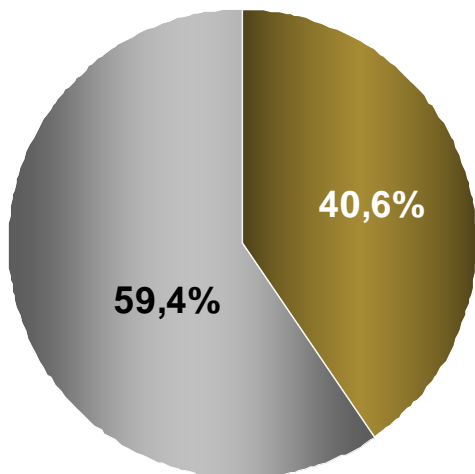
(*) Em 23/03/2011

GSHP3

Volume (R\$ mil)

Contratação de novo Formador de Mercado – XP Investimentos





■ Free float ■ Bloco de controle

	No. Ações	Tipo de Investidor *
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	59,3% - Brasileiros
		34,4% - Estrangeiros
		6,3% - Pessoa Física
Total	50.480.600	-

Listada desde julho de 2007

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



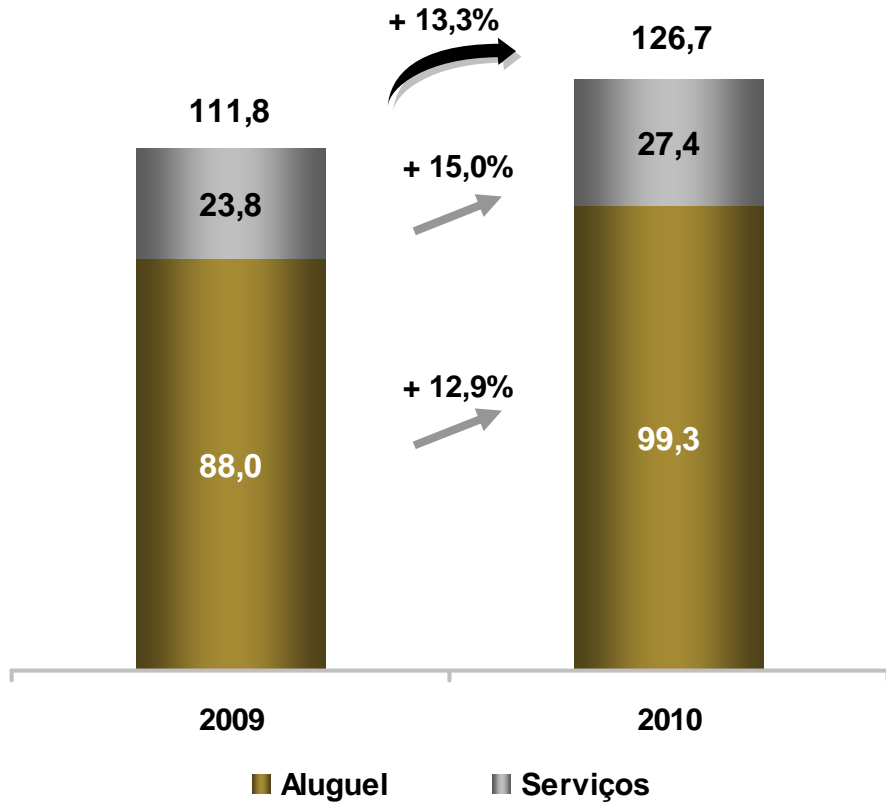
(*) Posição em 24/02/2011

GeneralShopping^{BRASIL}

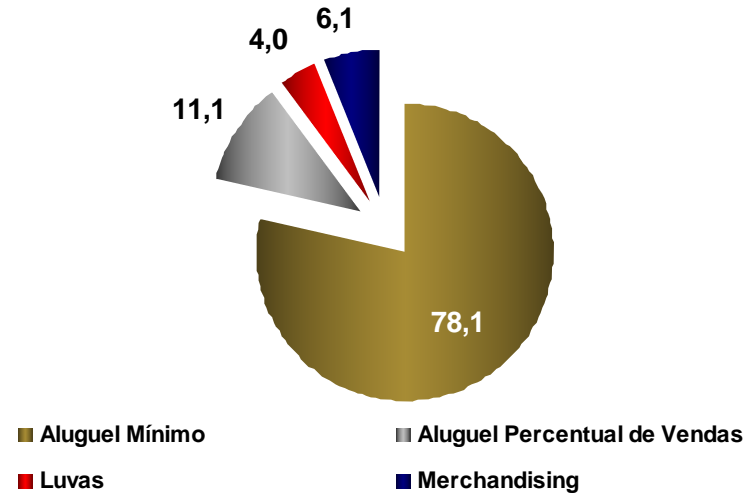


Desempenho Financeiro

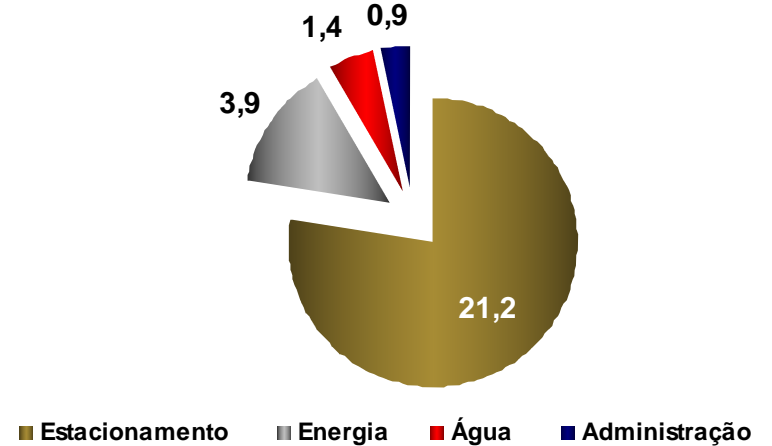
Receita Bruta Total



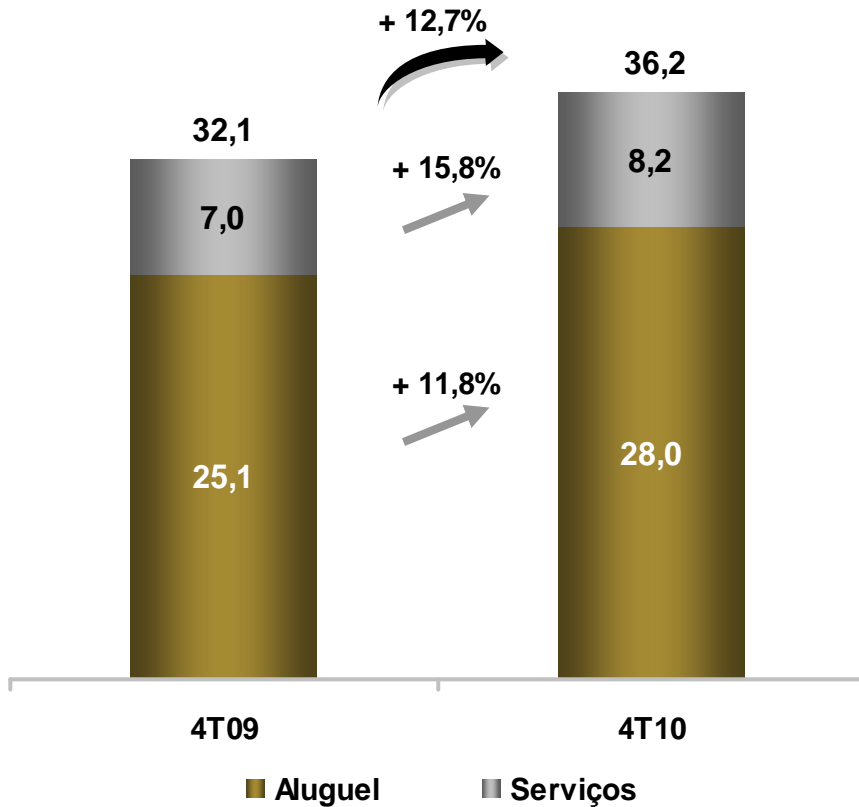
Receita Bruta de Aluguéis - 2010



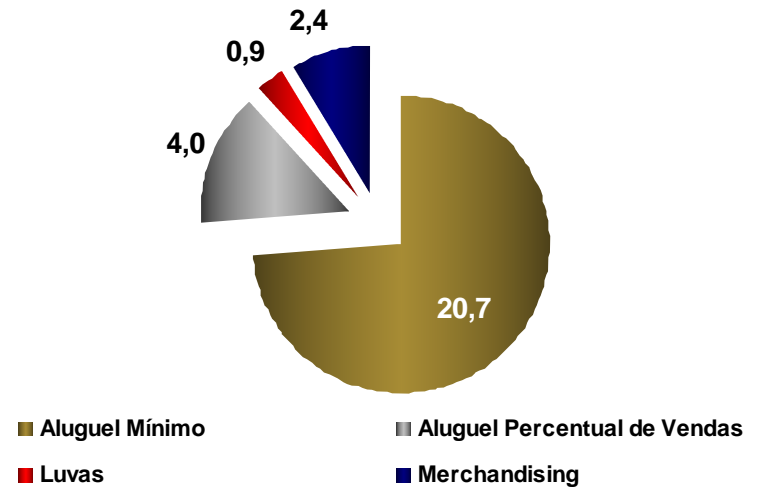
Receita Bruta de Serviços - 2010



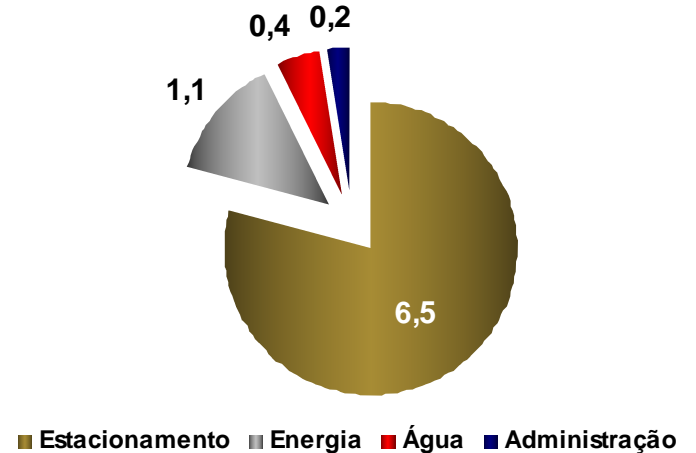
Receita Bruta Total



Receita Bruta de Aluguéis - 4T10

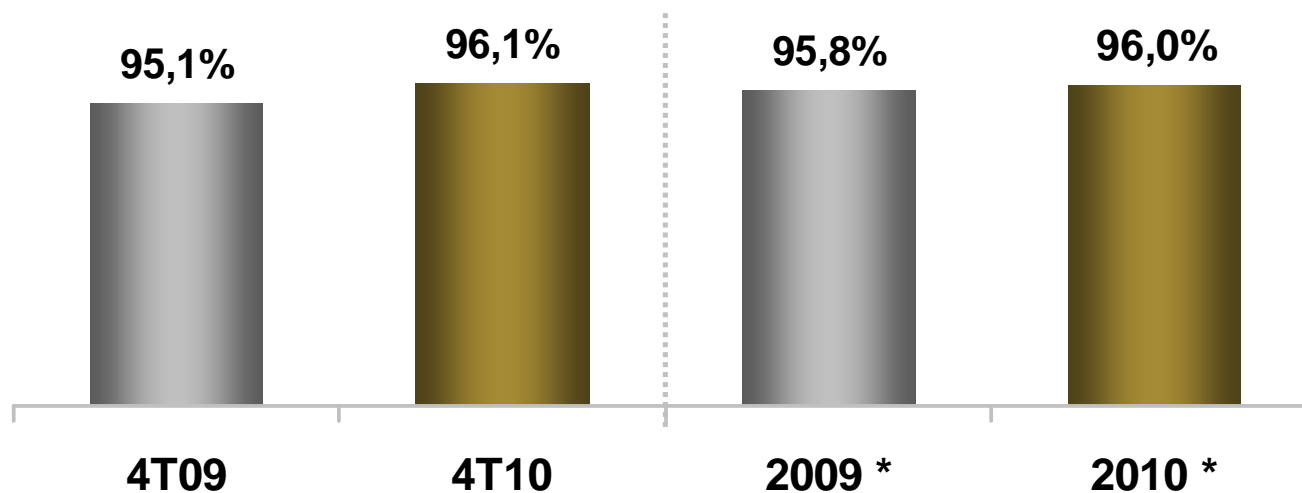


Receita Bruta de Serviços - 4T10



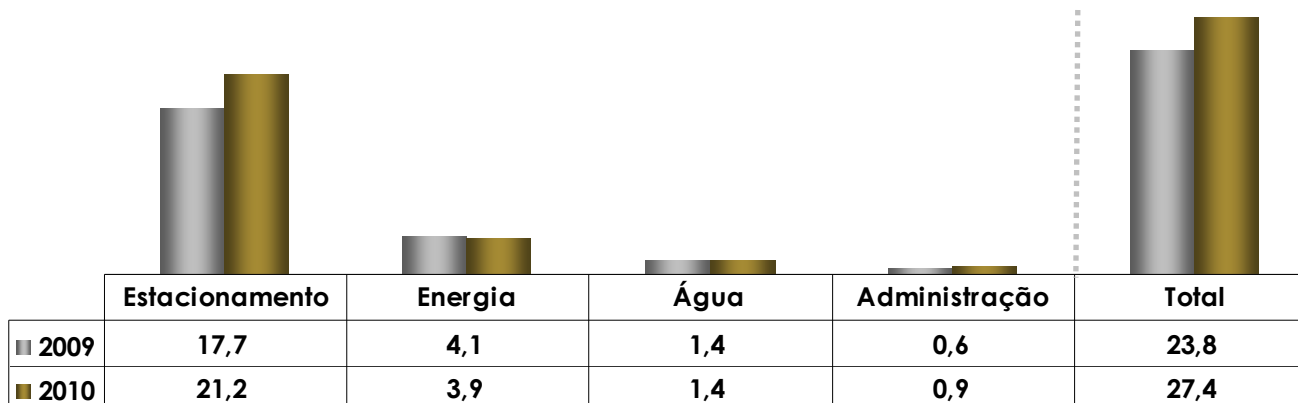
Descrição	4T09	4T10	Var %	2009	2010	Var %
GSB (Total)						
ABL Média (m ²)	186.557	190.100	1,9%	182.957	188.624	3,1%
Aluguel (R\$/m ²)	134,33	147,38	9,7%	480,79	526,46	9,5%
Serviços (R\$/m ²)	37,78	42,92	13,6%	130,39	145,39	11,5%
Total (R\$/m ²)	172,11	190,31	10,6%	611,18	671,84	9,9%

Evolução da Taxa de Ocupação

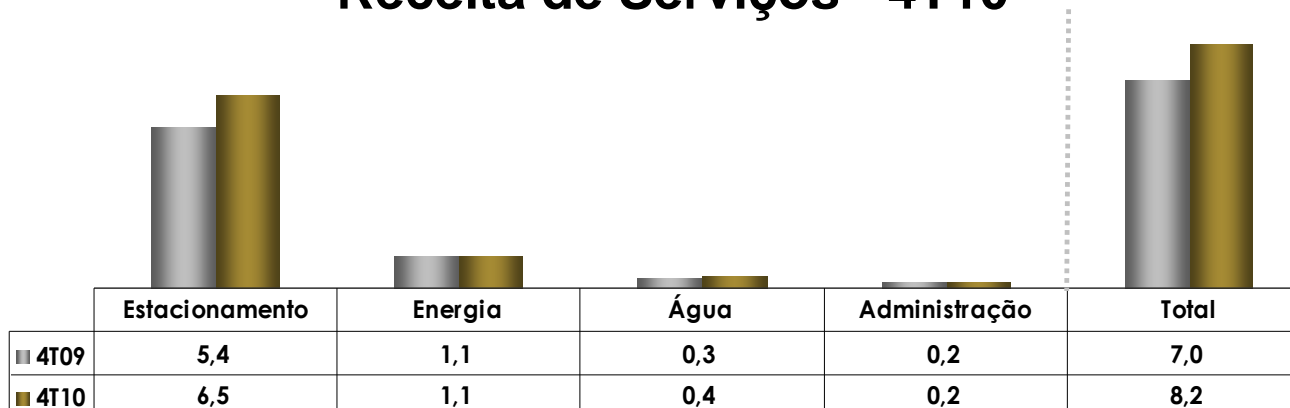


(*) Exceto Auto Shopping no 1S09 e 1S10

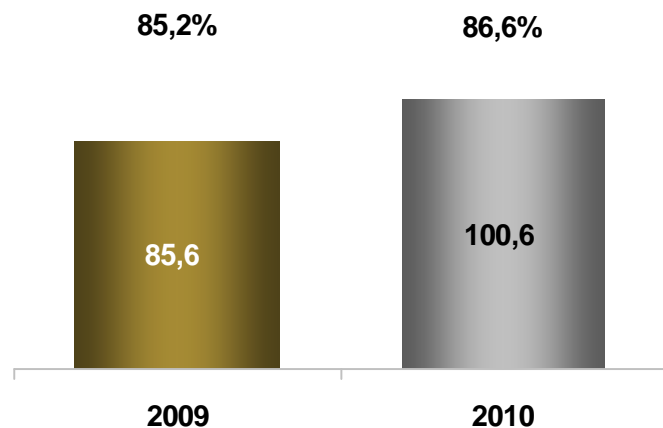
Receita de Serviços - 2010



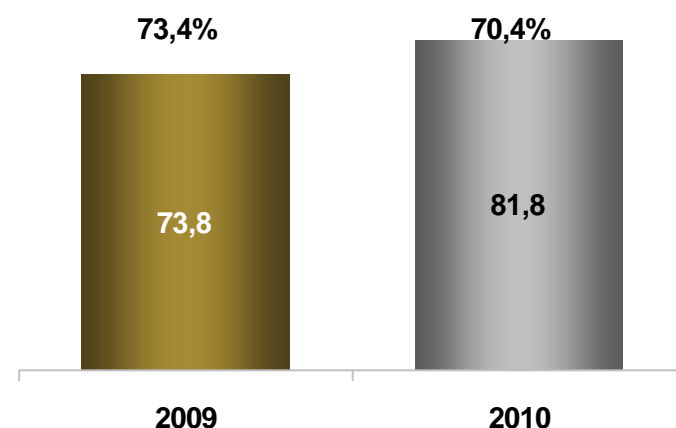
Receita de Serviços - 4T10



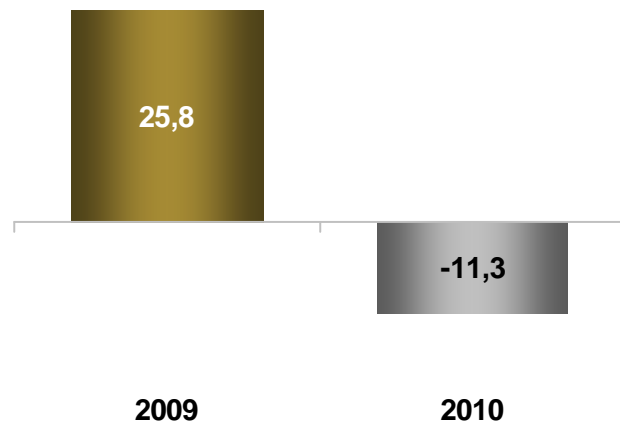
NOI Consolidado e Margem



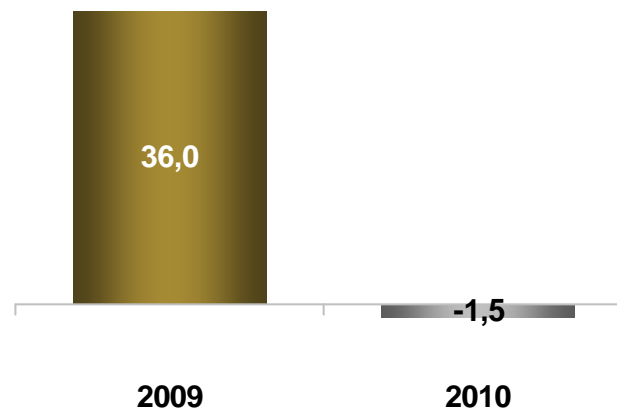
EBITDA Ajustado e Margem



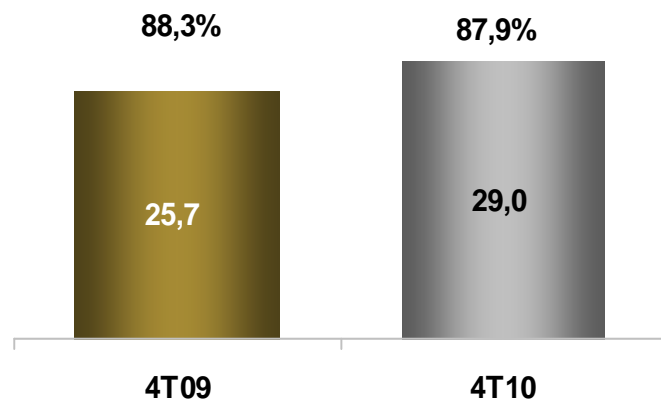
Resultado Líquido Ajustado



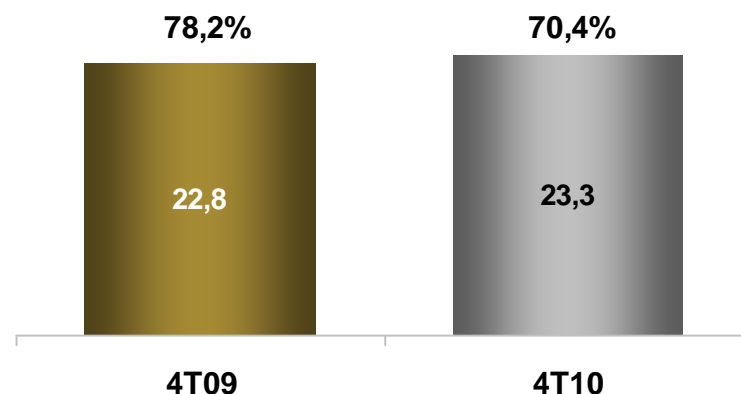
FFO Ajustado



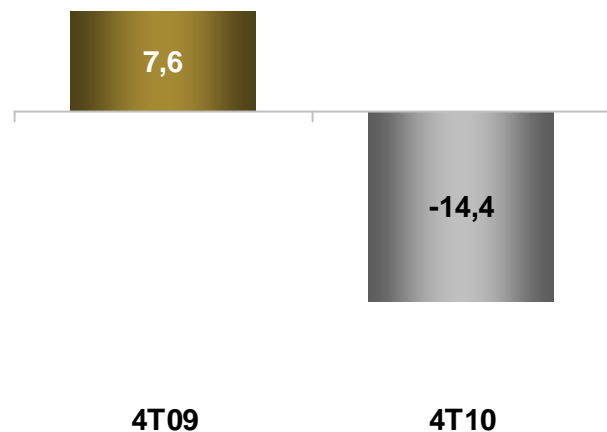
NOI Consolidado e Margem



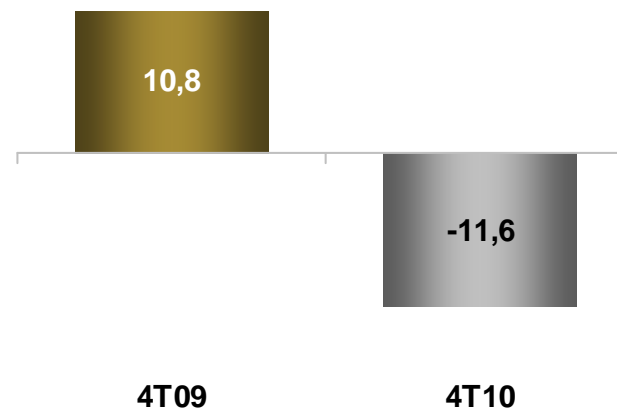
EBITDA Ajustado e Margem



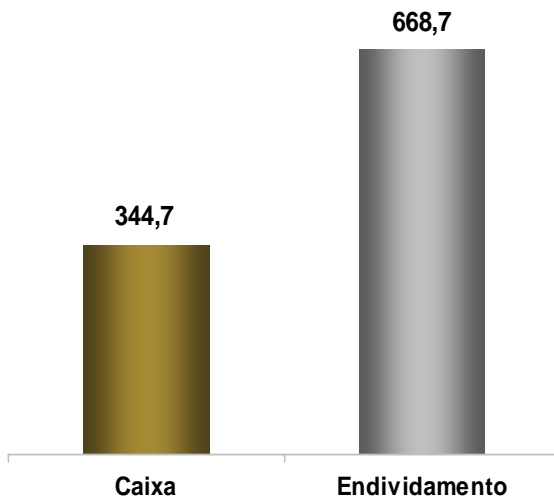
Resultado Líquido Ajustado



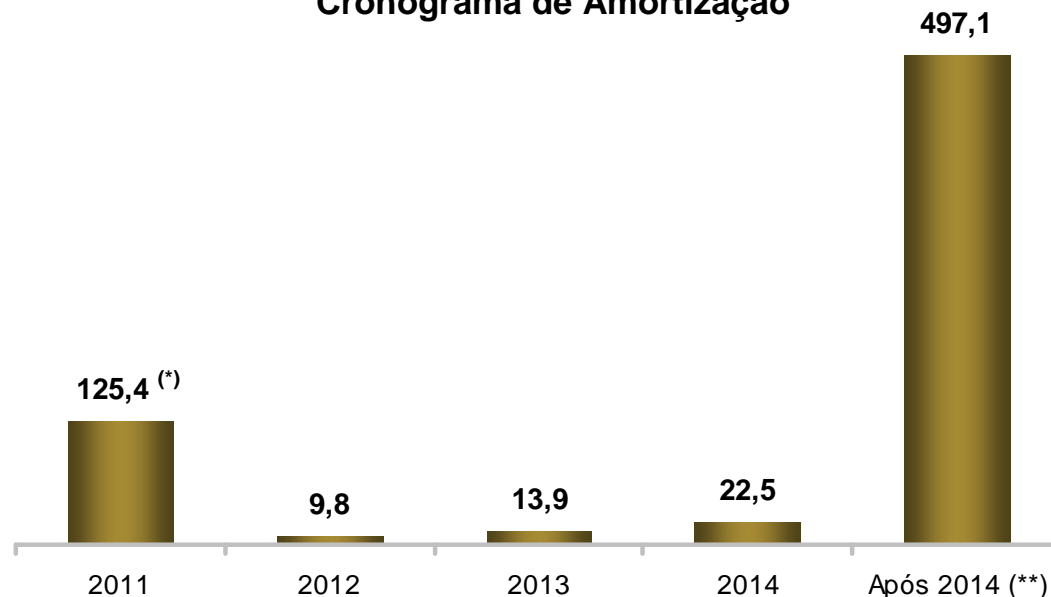
FFO Ajustado



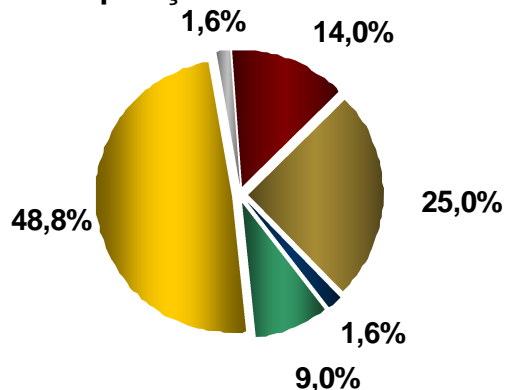
Caixa X Endividamento



Cronograma de Amortização



Composição do Endividamento



(*) Em 2011, inclui pré-pagamento de dívidas de maior custo no valor de R\$ 111,2 milhões

Cronograma de Amortização							
	2011(*)	2012	2013	2014	Após 2014 (**)	Total	%
CCI	99,5	9,8	13,9	22,5	175,2	320,9	48,0%
Outros	25,9	-	-	-	321,9	347,8	52,0%
Total	125,4	9,8	13,9	22,5	497,1	668,7	100,0%

(**) Inclui saldo de R\$ 321,9 milhões referentes ao Bônus de Dívida Perpétuo

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