



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

**Resultados 4T08**

# 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.*

Desempenho Financeiro

---

Visão Geral da GSB

---

Panorama do Setor

---



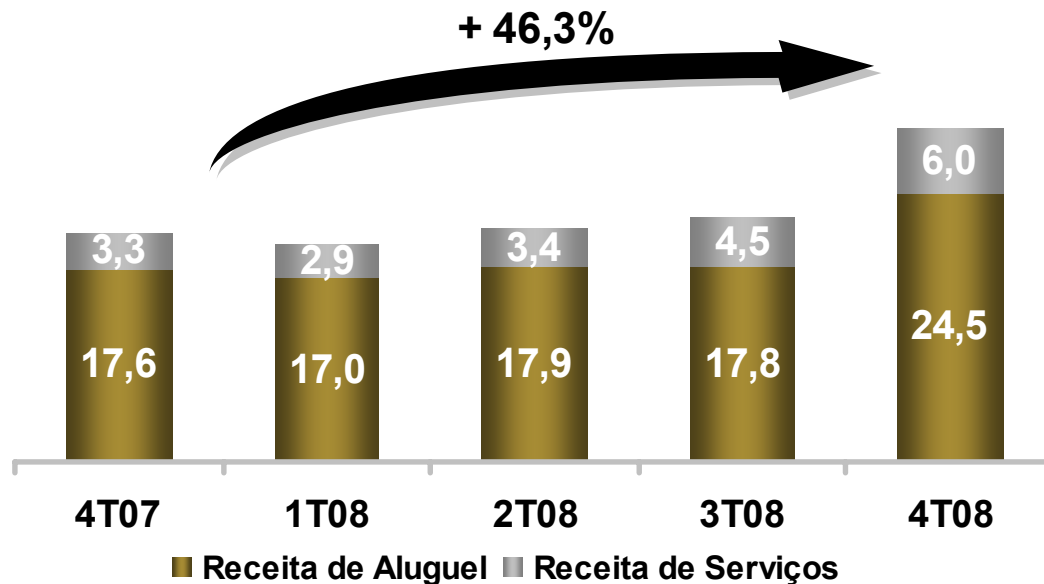
**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

**Desempenho Financeiro**

# Receita Bruta Total



## Receita Bruta (R\$ milhões)



R\$ Milhões	4T07	1T08	2T08	3T08	4T08
Aluguéis	17,6	17,0	17,9	17,8	24,5
Serviços	3,3	2,9	3,4	4,5	6,0
<b>Total</b>	<b>20,9</b>	<b>19,9</b>	<b>21,3</b>	<b>22,3</b>	<b>30,5</b>

## Same Store X Novo Portfólio (Melhoria de Performance)

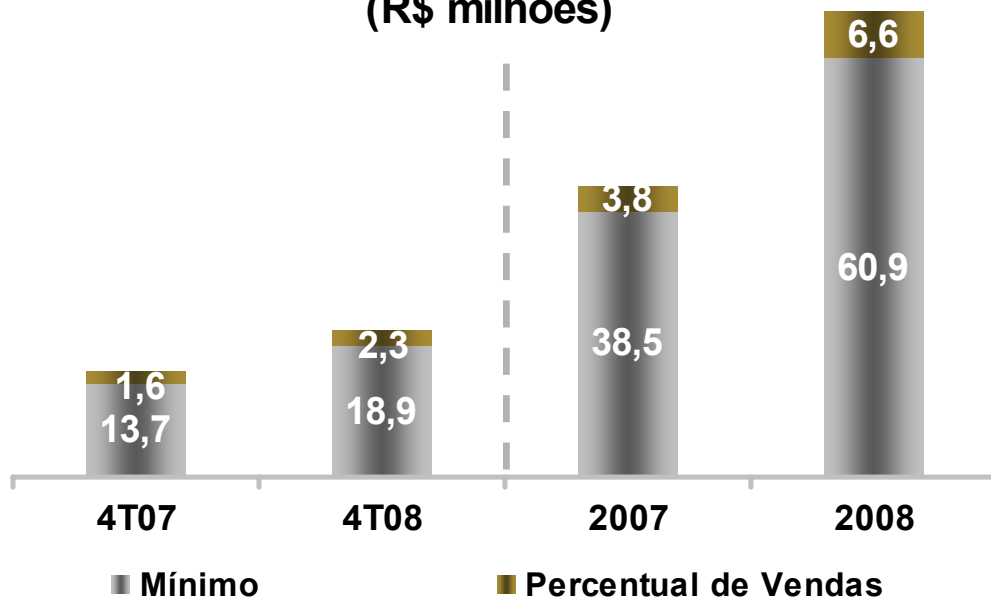
<b>Same Store</b>	<b>4T07</b>	<b>1T08</b>	<b>2T08</b>	<b>3T08</b>	<b>4T08</b>
<b>ABL (mil)</b>	<b>86.699</b>	<b>86.699</b>	<b>86.699</b>	<b>93.791</b>	<b>110.065</b>
<b>Aluguéis (R\$ / m<sup>2</sup>)</b>	<b>146,8</b>	<b>116,4</b>	<b>118,8</b>	<b>114,0</b>	<b>153,2</b>
<b>Serviços (R\$ / m<sup>2</sup>)</b>	<b>36,2</b>	<b>27,9</b>	<b>32,5</b>	<b>32,5</b>	<b>40,0</b>

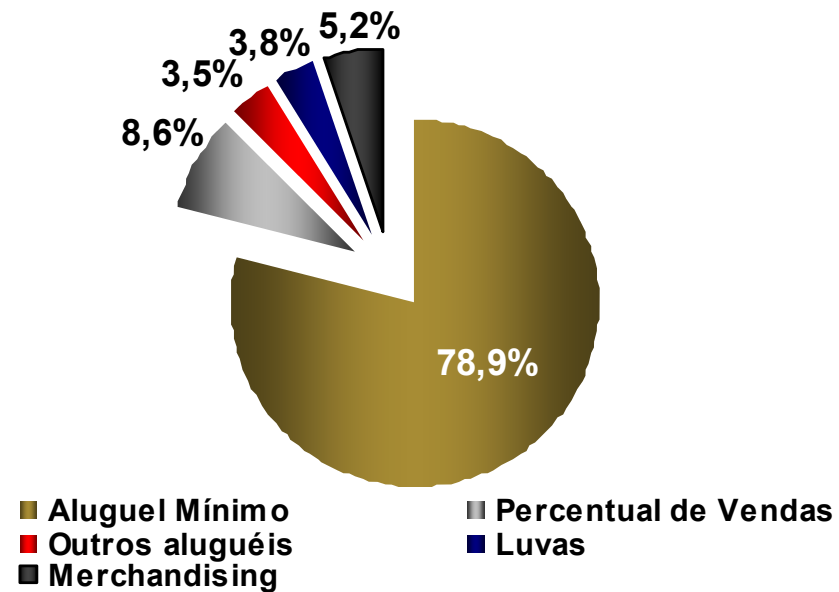
<b>Novo Portfólio</b>	<b>4T07</b>	<b>1T08</b>	<b>2T08</b>	<b>3T08</b>	<b>4T08</b>
<b>ABL (mil)</b>	<b>55.358</b>	<b>84.877</b>	<b>84.877</b>	<b>77.785</b>	<b>64.665</b>
<b>Aluguéis (R\$ / m<sup>2</sup>)</b>	<b>69,9</b>	<b>81,5</b>	<b>89,6</b>	<b>91,9</b>	<b>113,1</b>
<b>Serviços (R\$ / m<sup>2</sup>)</b>	<b>3,0</b>	<b>6,0</b>	<b>6,3</b>	<b>18,2</b>	<b>25,6</b>

# Receita de Aluguéis

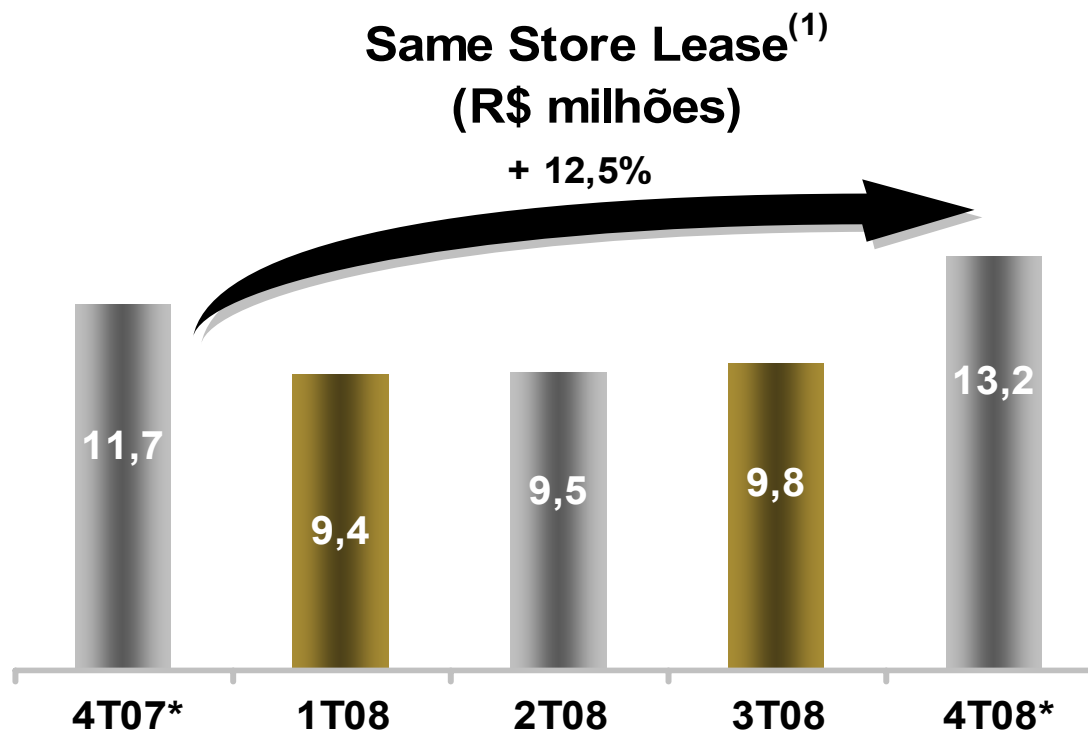
Mínimo x Percentual de Vendas  
(R\$ milhões)



Receitas de Aluguéis - 2008



# Receita de Aluguéis



<sup>(1)</sup> Refere-se a receita de aluguel mínimo das lojas

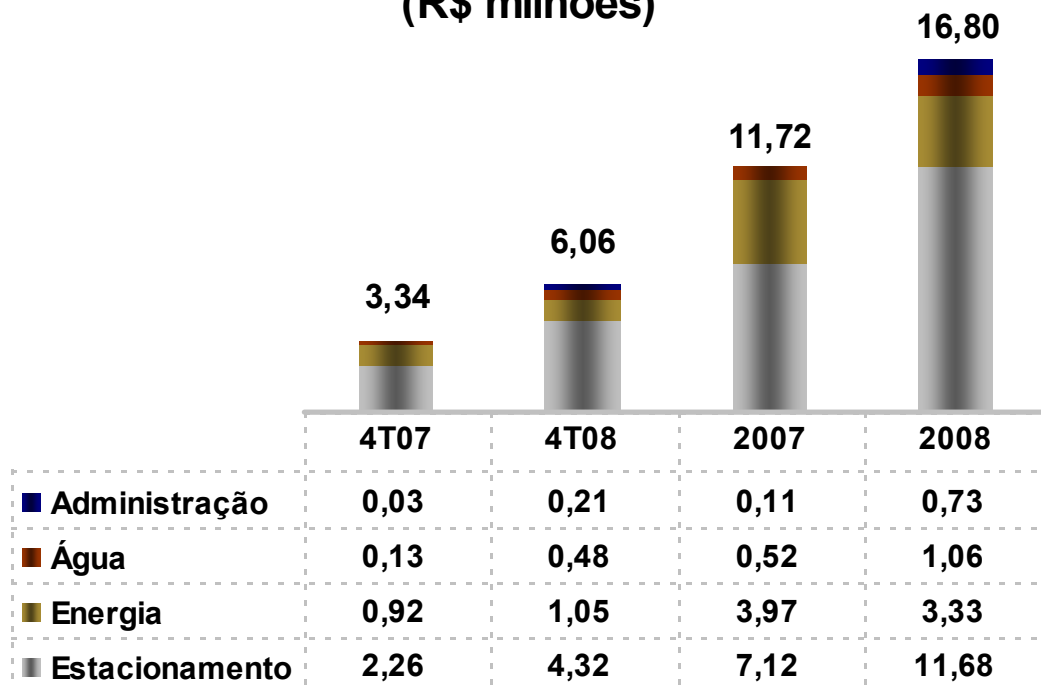
Para melhor análise, incluído o Shopping Light e Suzano Shopping em todos os trimestres

\* Inclui aluguéis “dobrados” de lojas satélites em dezembro

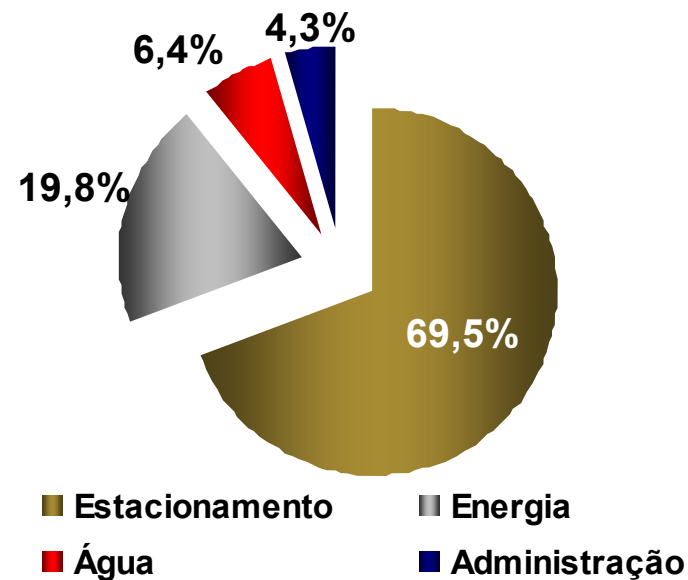


## Inovações em Serviços

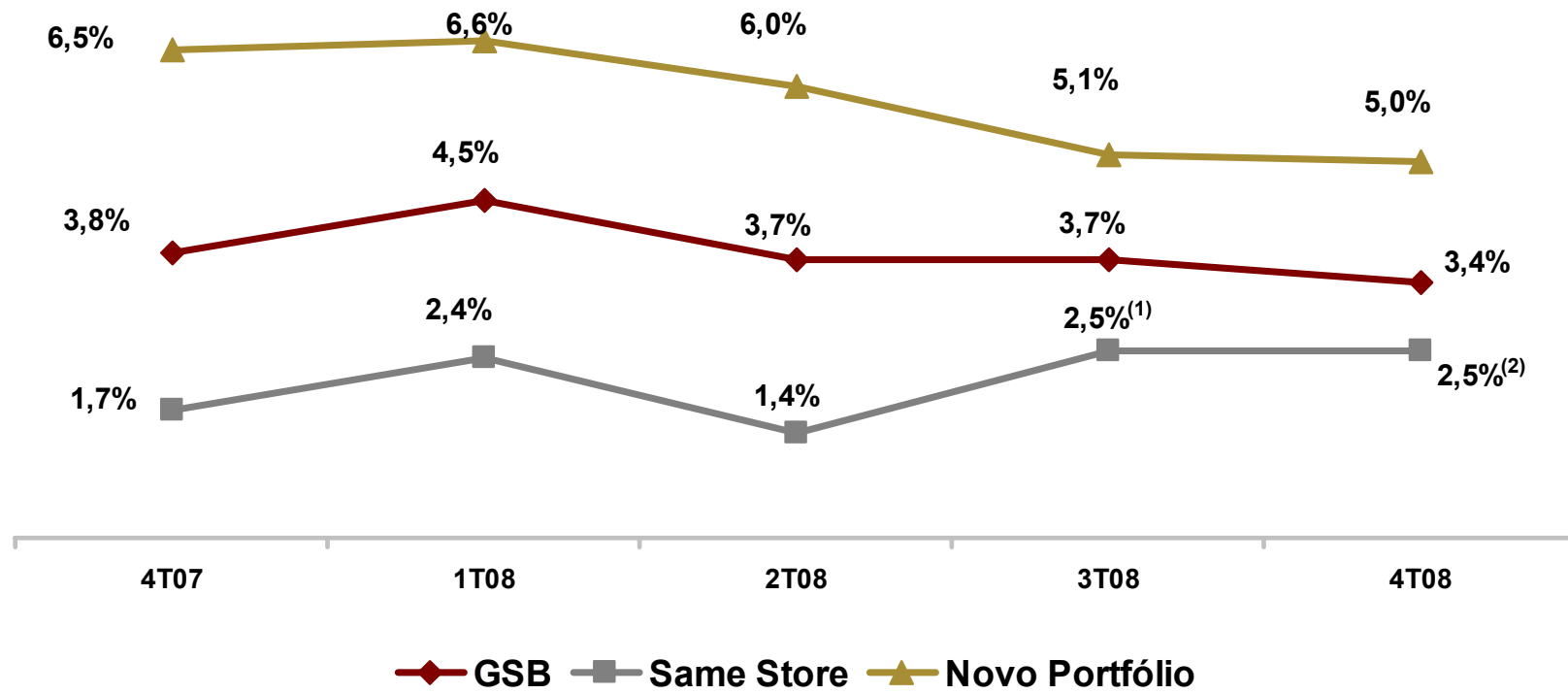
Receita de Serviços  
(R\$ milhões)



Receitas de Serviços - 2008



# Vacância

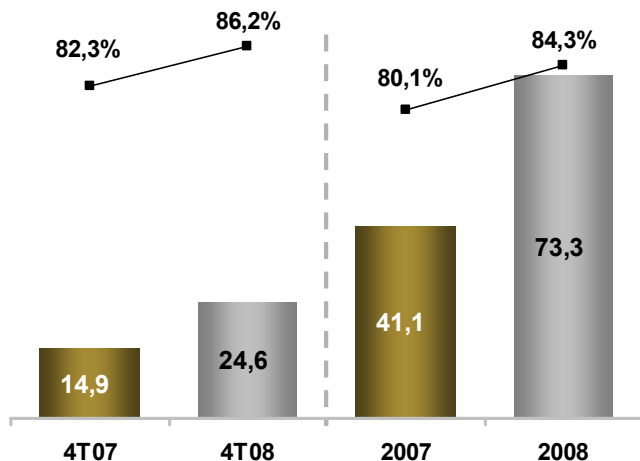


<sup>(1)</sup>Acrescentando o Shopping Light

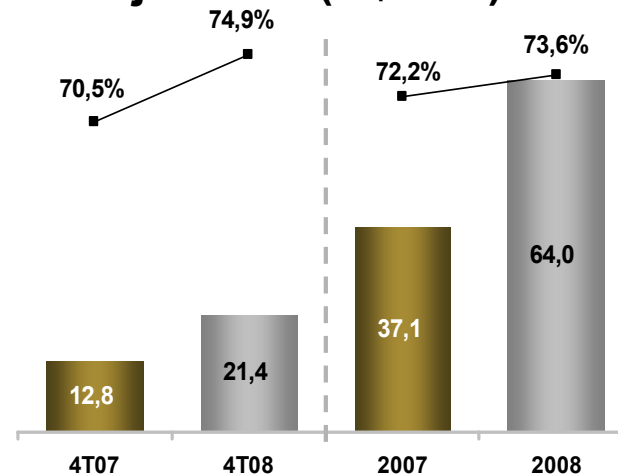
<sup>(2)</sup>Acrescentando o Suzano Shopping

# Indicadores Financeiros

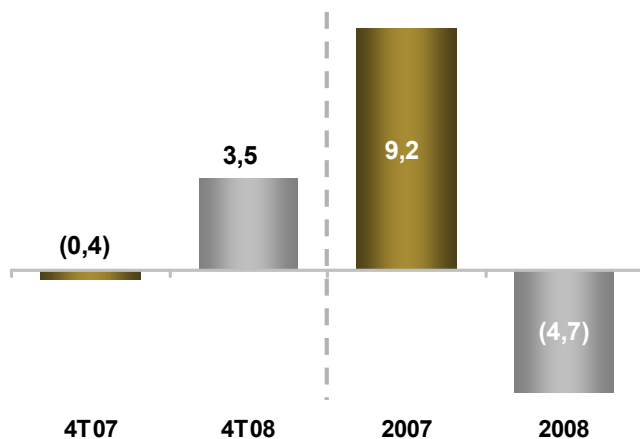
## NOI (R\$ MM) e Margem



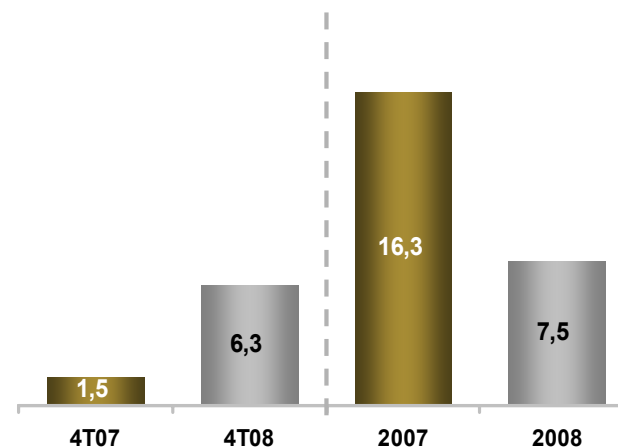
## EBITDA Ajustado (R\$ MM) e Margem



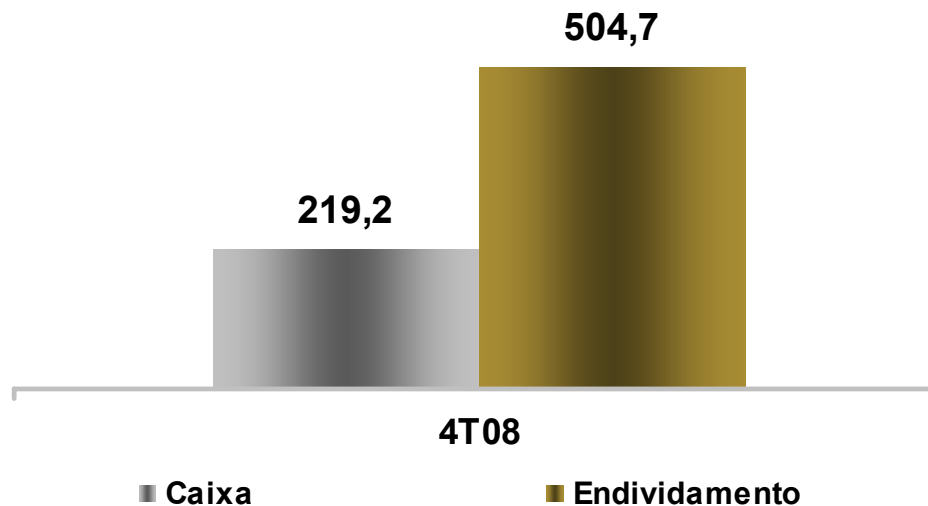
## Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



## FFO Ajustado (R\$ MM)



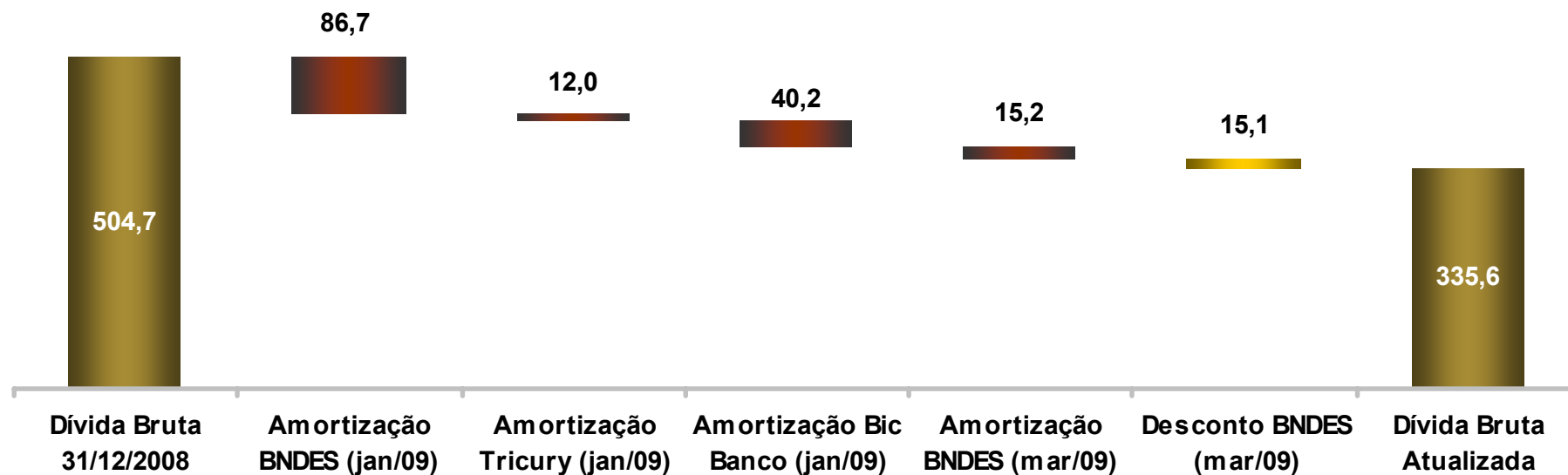
## Caixa x Endividamento (R\$ milhões)



R\$ Milhões	Cronograma de Amortização					
	2009	2010	2011	Após 2011	Total	%
BNDES	96,1	20,7	0,0	0,0	116,8	23,1%
Outros Bancos	120,0	0,0	0,0	0,0	120,0	23,8%
CCI	33,1	31,8	31,8	171,2	267,9	53,1%
<b>Total</b>	<b>249,2</b>	<b>52,5</b>	<b>31,8</b>	<b>171,2</b>	<b>504,7</b>	<b>100,0%</b>

# Eventos Subsequentes

## Eventos Subsequentes - Endividamento (R\$ milhões)



Cronograma de Amortização Atualizado						
R\$ Milhões	2009	2010	2011	Após 2011	Total	%
Outros Bancos	62,1	5,6	0,0	0,0	67,7	20,2%
CCI	33,1	31,8	31,8	171,2	267,9	79,8%
<b>Total</b>	<b>95,2</b>	<b>37,4</b>	<b>31,8</b>	<b>171,2</b>	<b>335,6</b>	<b>100,0%</b>



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

**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 87,3%

# General Shopping Brasil

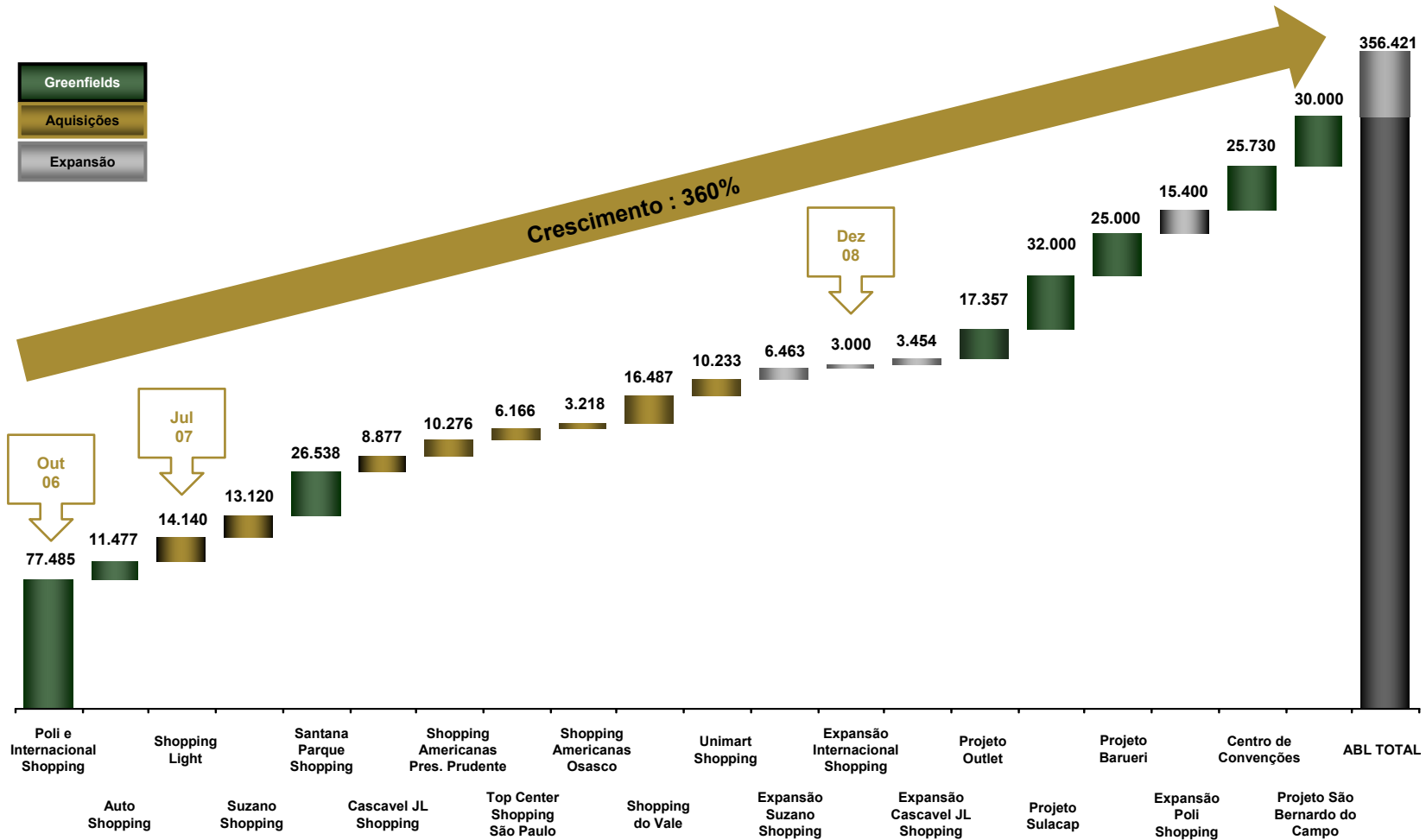
Shopping Center	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )	Nº Lojas	Expansões ABL Própria (m <sup>2</sup> )
Poli Shopping	50,0%	4.527	2.264	52	15.400
Internacional Shopping	100,0%	75.958	75.958	292	-
Auto Shopping	100,0%	11.477	11.477	80	-
Santana Parque Shopping	50,0%	26.538	13.269	176	-
Shopping Light	50,1%	14.140	7.092	134	-
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%	6.166	6.166	55	-
Americanas Prudente	100,0%	10.276	10.276	56	-
Americanas 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	-
	<b>87,3%</b>	<b>207.480</b>	<b>181.039</b>	<b>1.303</b>	<b>18.353</b>

Greenfield	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )
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% da participação



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



# Internacional Shopping Guarulhos - Expansão



# Suzano Shopping - Expansão

General Shopping BRASIL



Nova Entrada Principal



Expansão Estacionamento



Expansão Setor Leste



Expansão Setor Oeste

# Top Center - Retrofit

General Shopping BRASIL



# Outlet - Greenfield

General Shopping BRASIL



Vista Geral Leste

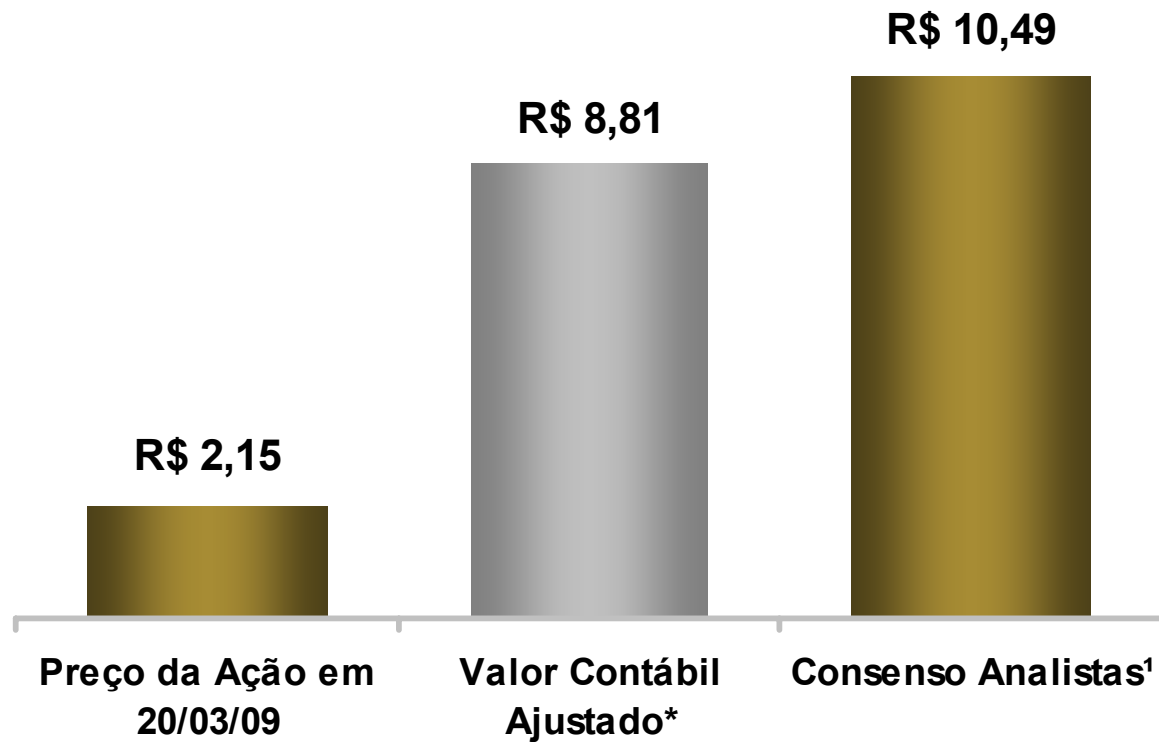


Obras dos Lojistas



Lojas com Placas dos Locatários

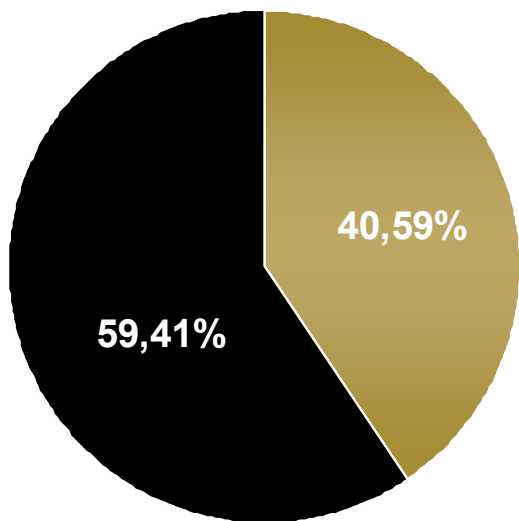
# Valoração das Ações



<sup>1</sup> Bloomberg 12/03/09.

\* Utilizados valores do imobilizado reavaliados (pré-IPO), valores de aquisição (pós-IPO) e endividamento líquido 4T08.

# 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



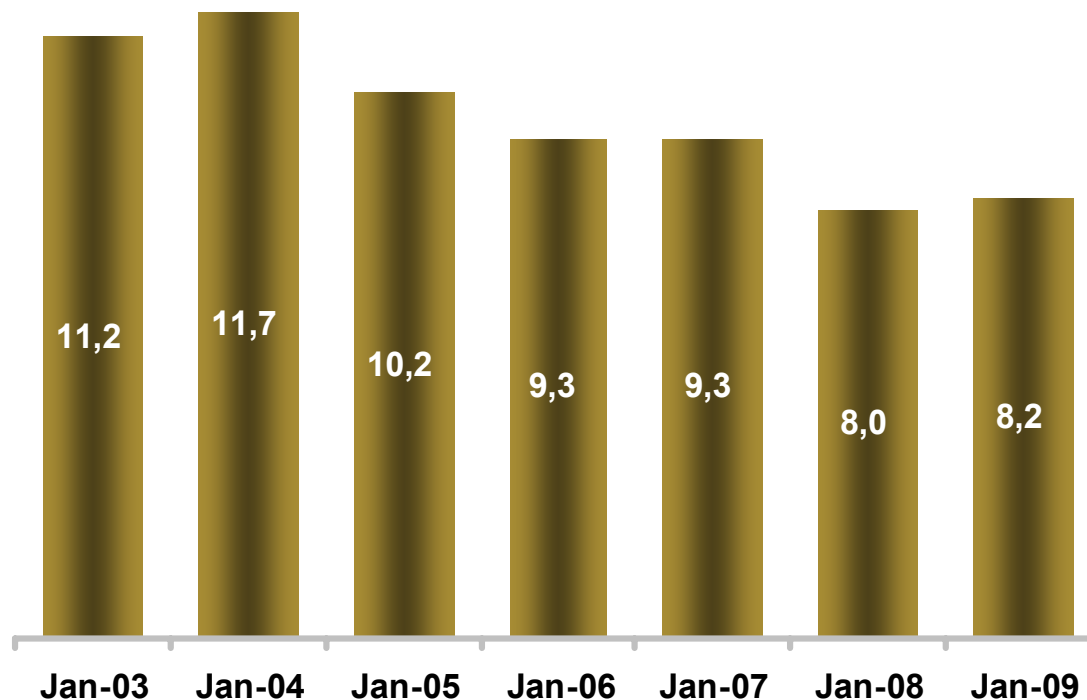


**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

**Panorama do Setor**



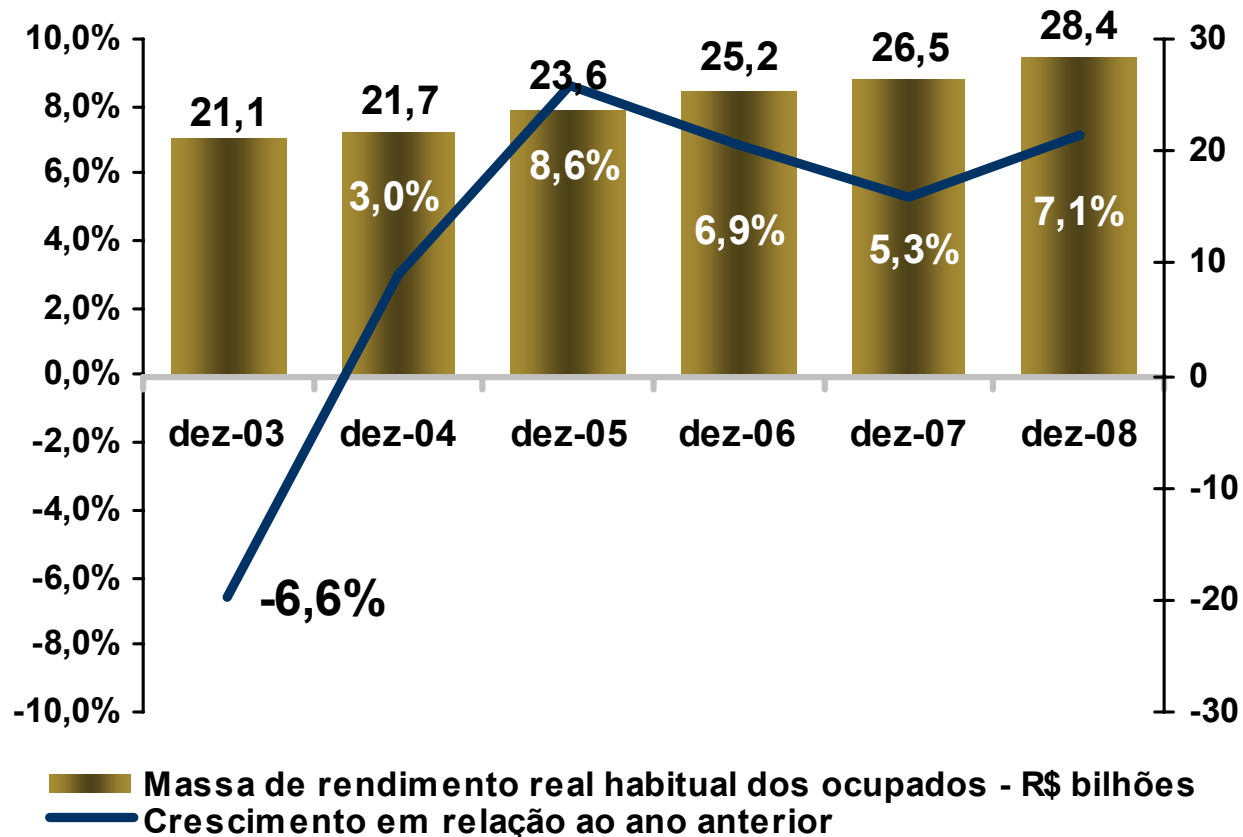
## Evolução da Taxa de Desocupação Para os Meses de Janeiro (%)



Fonte: PME-IBGE  
Elaboração GSB

# Indicadores Econômicos

## Massa de Rendimento Habitual dos Ocupados<sup>(1)</sup>



Fonte: PME-IBGE; Elaboração GSB

Massa de Rendimento calculada com base na População Ocupada e Rendimento Médio Real Habitual dos Ocupados

# Indicadores Econômicos

## Índice de Confiança do Consumidor (FGV)

Renda Familiar (R\$)	set/08 - out08	out/08 - nov/08	nov/08 - dez/08	dez/08 - jan08	set/08 - jan09
2.100 a 4.800	-3,5%	-4,2%	0,2%	3,7%	-1,9%
4.800 a 9.600	-12,9%	-3,3%	-0,2%	5,9%	-11,0%
Acima de 9.600	-14,1%	-6,9%	2,5%	3,5%	-15,2%

## Evolução das Classes de Renda no Brasil (%)

	Classe AB	Classe C	Classe D	Classe E
dez/03	10,66	42,99	16,40	29,95
dez/04	11,66	47,57	15,50	25,27
dez/05	13,18	46,72	16,60	23,50
dez/06	14,07	49,98	14,86	21,09
dez/07	14,76	51,88	14,14	19,22
dez/08	15,33	53,81	13,18	17,68

(1)Fonte: FGV "Crônicas de uma crise anunciada: choques externos e a nova classe média" – fevereiro de 2009

Fonte: FGV

Elaboração: GSB

# Crescimento do Varejo em 2008

Atividades	Crescimento anual (%)											
	jan-08	fev-08	mar-08	abr-08	mai-08	jun-08	jul-08	ago-08	set-08	out-08	nov-08	dez-08
Super e hipermercados	19,1	18,4	18,3	10,6	21,7	15,2	18,8	20,0	11,7	18,9	17,7	13,3
Tecidos, vest. e calçados	19,0	16,4	16,1	25,7	9,5	16,0	14,6	10,8	15,9	7,2	-2,4	0,8
Móveis e eletrodomésticos	11,6	17,8	9,3	22,1	11,1	11,5	15,8	9,2	17,1	12,0	2,8	3,3
Art. farmacêut., med., ortop. e de perfumaria	16,5	14,8	10,9	17,4	15,5	12,3	19,3	12,4	21,1	17,5	17,3	18,1
Equip. mat. escrit. Informática e comunicação	6,1	18,2	6,9	9,5	13,4	19,8	14,8	18,5	34,5	22,9	8,1	19,1
Livros, jornais, ver. e papelaria	9,8	19,0	11,5	13,3	13,6	14,6	11,5	6,8	14,5	10,9	12,7	16,7
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	33,8	31,7	32,9	14,0	23,3	25,3	28,6	22,1	23,4	18,9	14,0	10,1
Veículos e motos, partes e peças	23,2	33,6	17,4	32,1	17,3	30,2	28,7	5,4	31,7	-5,2	-18,9	-5,1
Total	18,5	22,9	15,9	20,6	17,0	20,3	22,9	12,6	21,8	8,9	1,2	5,6
ABRASCE	7,9	17,1	17,4	7,3	11,0	9,5	15,2	15,4	21,3	7,3	10,9	5,3

Fonte: IBGE



## 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)