



APIMEC 2009



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

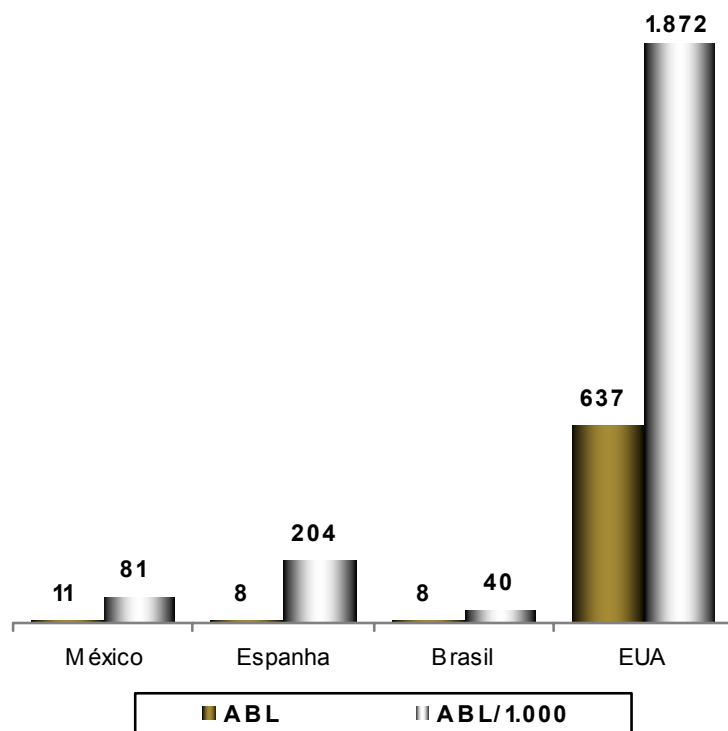
Desempenho Financeiro

GeneralShopping^{BRASIL}



Panorama do Setor

Área e Área/Habitantes por Países



Tipos de Shopping Centers nos EUA

Shopping Regional

Shopping Super Regional

Shopping Vizinhança

Shopping Comunitário

Shopping Lifestyle

Power Center

Shopping Temático

Outlet Center

O setor de shopping center brasileiro apresenta grande potencial de crescimento

	Índice Volume de Vendas - Comércio Varejista	Taxa de juros	Indicador Inflação - IPCA	Indicador Desemprego
Mês	Variação mensal (%) (1) (*)	Taxa de juros - Selic (% a.a.) ⁽²⁾	Mensal (%) ⁽³⁾	Taxa de desocupação (%) ⁽⁴⁾
jan/08	11,80	11,18	0,54	8,0
fev/08	12,82	11,18	0,49	8,7
mar/08	11,03	11,18	0,48	8,6
abr/08	8,71	11,37	0,55	8,5
mai/08	11,05	11,63	0,79	7,9
jun/08	8,18	12,09	0,74	7,8
jul/08	11,26	12,36	0,53	8,1
ago/08	9,94	12,92	0,28	7,6
set/08	9,27	13,39	0,26	7,6
out/08	9,83	13,66	0,45	7,5
nov/08	5,08	13,64	0,36	7,6
dez/08	3,80	13,66	0,28	6,8
jan/09	5,97	13,32	0,48	8,2
fev/09	3,84	12,66	0,55	8,5
mar/09	1,33	11,70	0,20	9,0
abr/09	7,05	11,11	0,48	8,9
mai/09	2,94	10,16	0,47	8,8
jun/09	5,66	9,54	0,36	8,1
jul/09	5,93	9,01	0,24	8,0
ago/09	4,72	8,65	0,15	8,1
set/09	5,01	8,65	0,24	7,7
out/09	-	8,65	0,28	7,5
nov/09	-	8,65	-	-

(1) Fonte: PMC - IBGE;

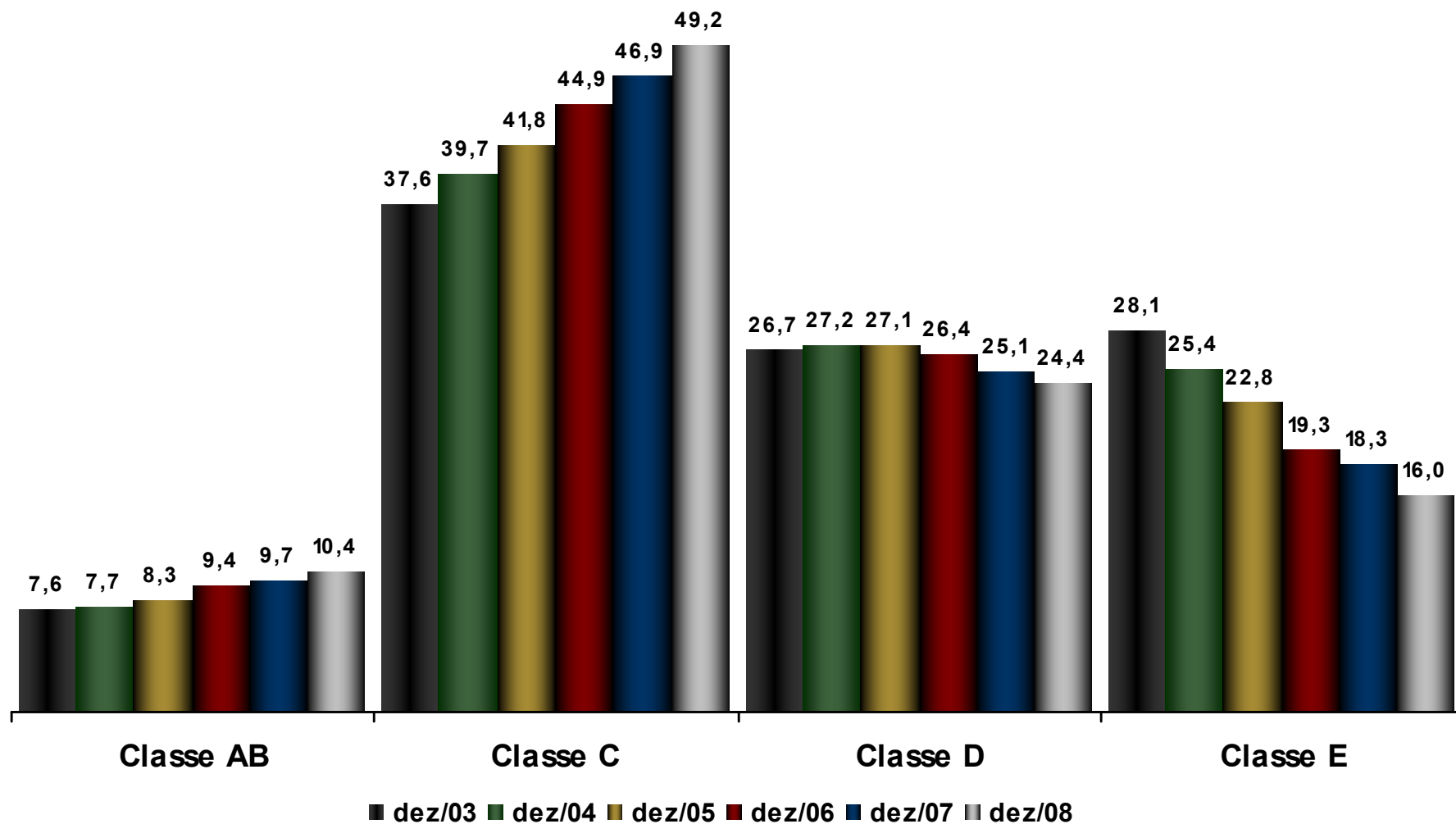
(2) Fonte: Banco Central;

(3) Fonte: IBGE;

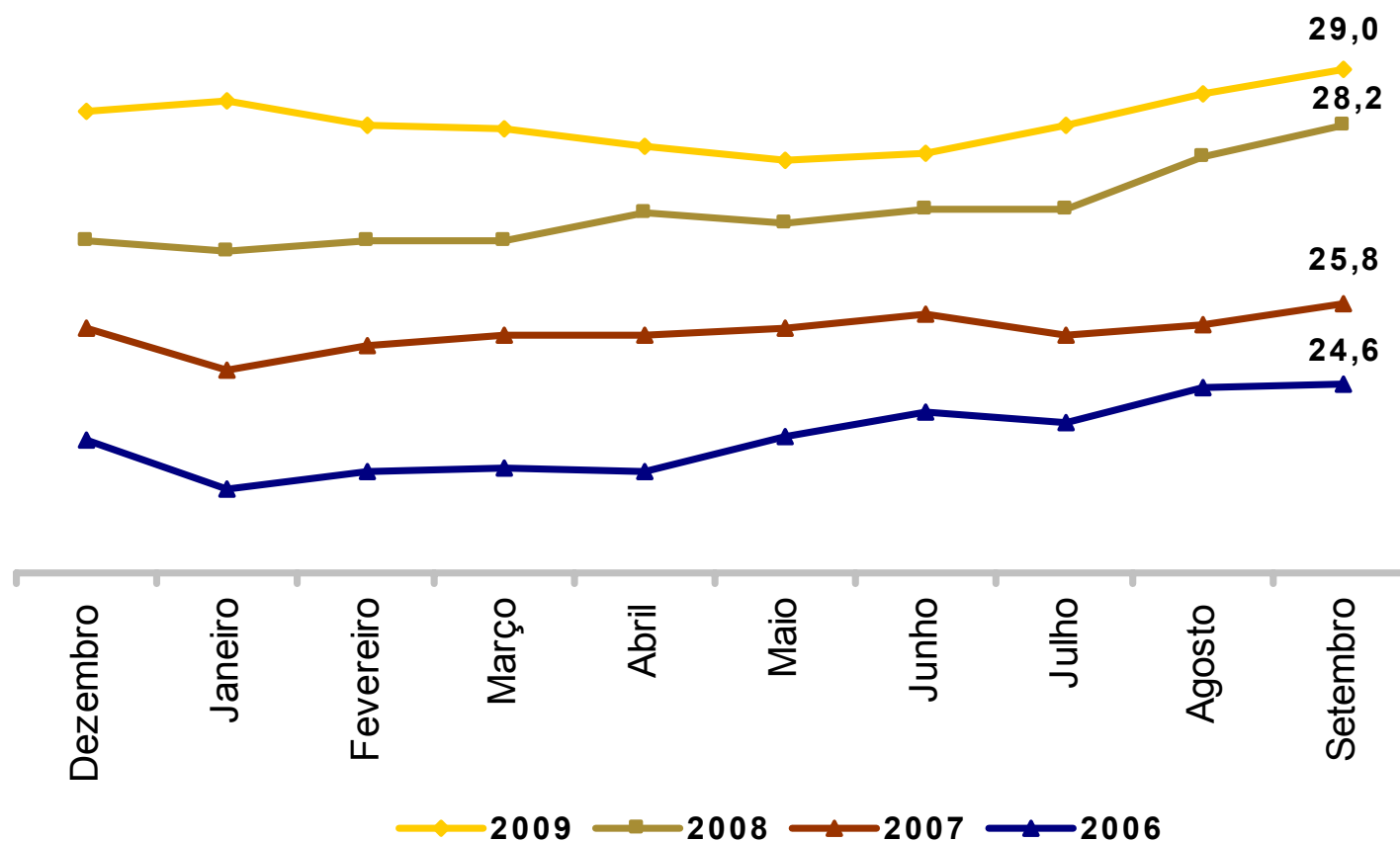
(4) Fonte: PME - IBGE; Elaboração: GSB

(*) Base: Igual período do ano anterior

Evolução das Classes de Renda no Brasil – Domicílios (%)



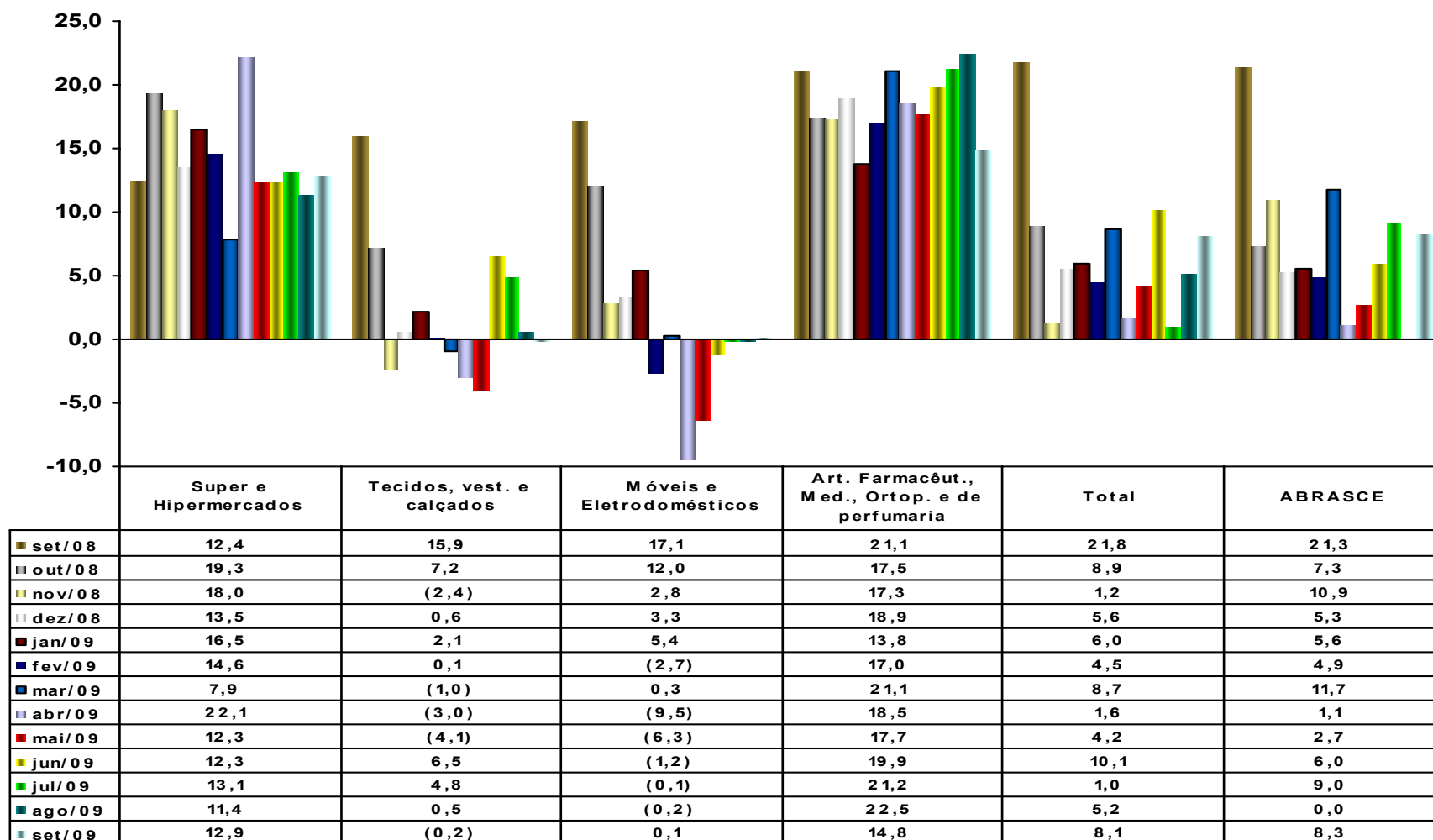
Massa de Rendimento Real ⁽¹⁾: Evolução Recente (R\$ bilhões)



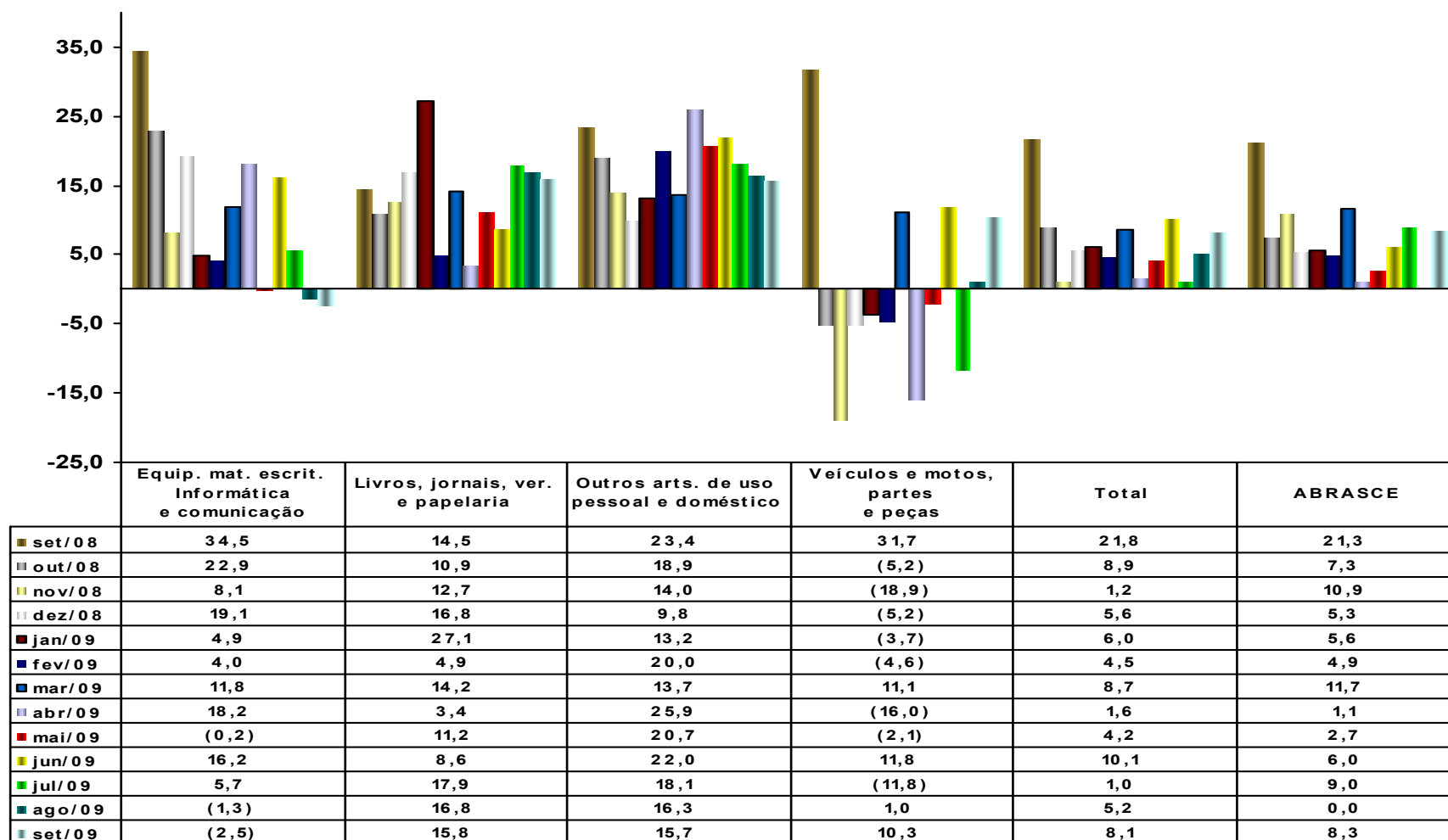
Fonte: PME-IBGE; Elaboração GSB

⁽¹⁾ Massa de Rendimento calculada com base na População Ocupada e Rendimento Médio Real Habitual dos Ocupados

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (Vs. Mesmo Mês do Ano Anterior) da Receita Nominal



Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (Vs. Mesmo Mês do Ano Anterior) da Receita Nominal



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 82,8%



Internacional Shopping Guarulhos

- **Tipo:** Regional
- **Cidade/Estado:** Guarulhos/SP
- **Participação:** 100,0%
- **ABL Total:** 75.958 m²
- **ABL Própria:** 75.958 m²
- **Nº de Lojas:** 292
- **Principais Lojas:** C&A, Lojas Americanas, Renner, Riachuelo, Pernambucanas, Marisa, Extra, Casas Bahia, Fast Shop, Ponto Frio, Seller, Camicado, General Hoyts, Neo Geo World e Nike Outlet
- **Nº Visitantes/ano:** 23,5 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 4.200



Poli Shopping

- **Tipo:** Vizinhaça
- **Cidade/Estado:** Guarulhos/SP
- **Participação:** 50,0%
- **ABL Total:** 4.527 m²
- **ABL Própria:** 2.264 m²
- **Nº de Lojas:** 52
- **Principais Lojas:** Lojas Americanas, CVC, Bob's, Giraffa's, Barreds e Camisaria Colombo
- **Nº Visitantes/ano:** 6,0 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 210
- **Expansão Programada:** 15.400 m²



Auto Shopping

- **Tipo:** Temático
- **Cidade/Estado:** Guarulhos/SP
- **Participação:** 100,0%
- **ABL Total:** 11.477 m²
- **ABL Própria:** 11.477 m²
- **Nº de Lojas:** 80
- **Principais Lojas:** ABN Amro, BV Financeira, Itaú Financeira, Multi, Vigorito, Authentic, Cot's, Metran, Thomaz e Trilha, Auto Nobre e Dicar
- **Nº Visitantes/ano:** 360 mil
- **Vagas Estacionamento:** 200



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:** 176
- **Principais Lojas:** C&A, Lojas Americanas, Renner, UCI, Centauro, Casas Bahia, Ponto Frio, Saraiva, Bio Ritmo, McDonald's, Burger King, Magic Games
- **Vagas Estacionamento:** 1.500



Shopping Light

- **Tipo:** Vizinhaça
- **Cidade/Estado:** São Paulo/SP
- **Participação:** 50,1%
- **ABL Total:** 14.140 m²
- **ABL Própria:** 7.092 m²
- **Nº de Lojas:** 134
- **Principais Lojas:** Renner, Lojas Americanas, Reebok Outlet, UnG e K@2
- **Nº Visitantes/ano:** 12,0 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 200



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
- **Principais Lojas:** Lojas Americanas, Casas Bahia, Centerplex, Bomboliche, Lojas do Baú, C&A, Centauro e Renner
- **Nº Visitantes/ano:** 9,0 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 1.700



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:** 80
- **Principais Lojas:** Lojas Americanas, Hering Store, Nobel Livraria e Renner
- **Nº Visitantes/ano:** 3,4 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 384
- **Expansão Programada:** 2.953 m²



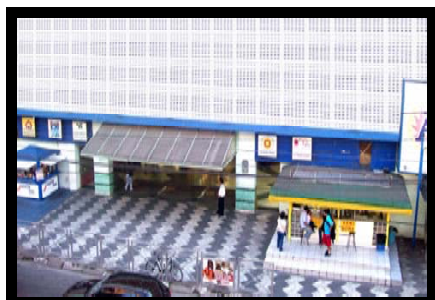
Top Center Shopping São Paulo

- **Tipo:** Vizinhaça
- **Cidade/Estado:** São Paulo/SP
- **Participação:** 100,0%
- **ABL Total:** 6.369 m²
- **ABL Própria:** 6.369 m²
- **Nº de Lojas:** 67
- **Principais Lojas:** Runner, Fotoptica, Any Any, Myabi, Viena e TNG
- **Nº Visitantes/ano:** 4,0 milhões



Prudente Parque Shopping

- **Tipo:** Vizinhança
- **Cidade/Estado:** Presidente Prudente/SP
- **Participação:** 100,0%
- **ABL Total:** 10.276 m²
- **ABL Própria:** 10.276 m²
- **Nº de Lojas:** 56
- **Principais Lojas:** Hipermercado Muffato, Lojas Americanas, Magic Games, Pé Quente e Arco Íris Cinemas
- **Nº Visitantes/ano:** 4,0 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 520



Poli Shopping Osasco

- **Tipo:** Vizinhança
- **Cidade/Estado:** Osasco/SP
- **Participação:** 100,0%
- **ABL Total:** 3.218 m²
- **ABL Própria:** 3.218 m²
- **Nº de Lojas:** 19
- **Principais Lojas:** Lojas Americanas e Ri Happy
- **Nº Visitantes/ano:** 1,5 milhão
- **Vagas Estacionamento:** 160



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:** 94
- **Principais Lojas:** Lojas Americanas, Lojas Colombo, Renner, Marisa, Manlec e Arco Íris Cinemas
- **Nº Visitantes/ano:** 2,0 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 350



Shopping Unimart

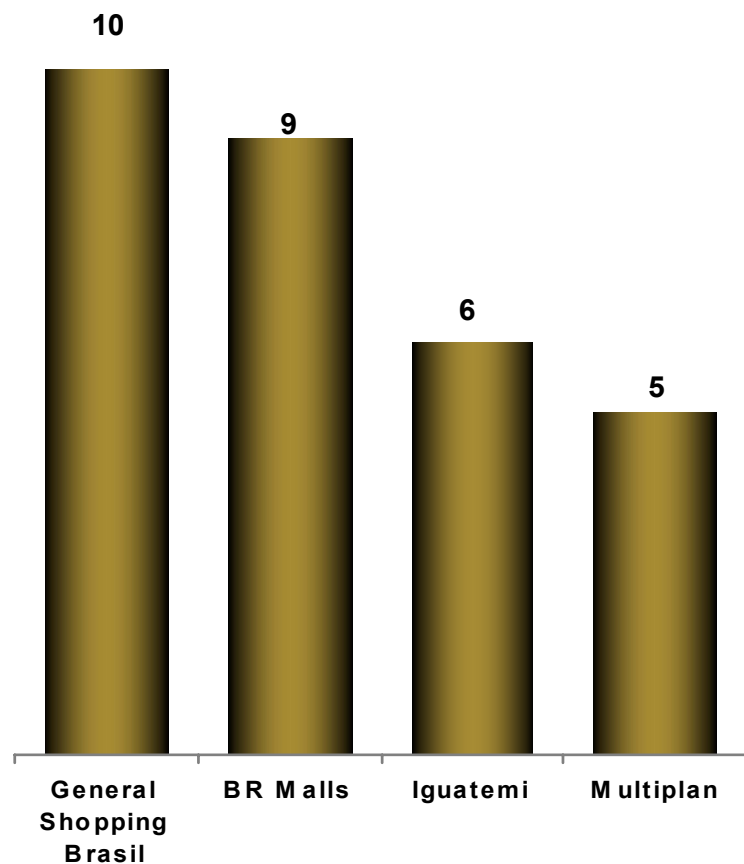
- **Tipo:** Open Mall
- **Cidade/Estado:** Campinas/SP
- **Participação:** 100,0%
- **ABL Total:** 10.233 m²
- **ABL Própria:** 10.233 m²
- **Nº de Lojas:** 91
- **Principais Lojas:** Lojas Americanas, Meggashop, D. Paschoal, Caixa Econômica, UNIFIT e Moviecom Cinemas
- **Nº Visitantes/ano:** 6,5 milhões
- **Vagas Estacionamento:** 800



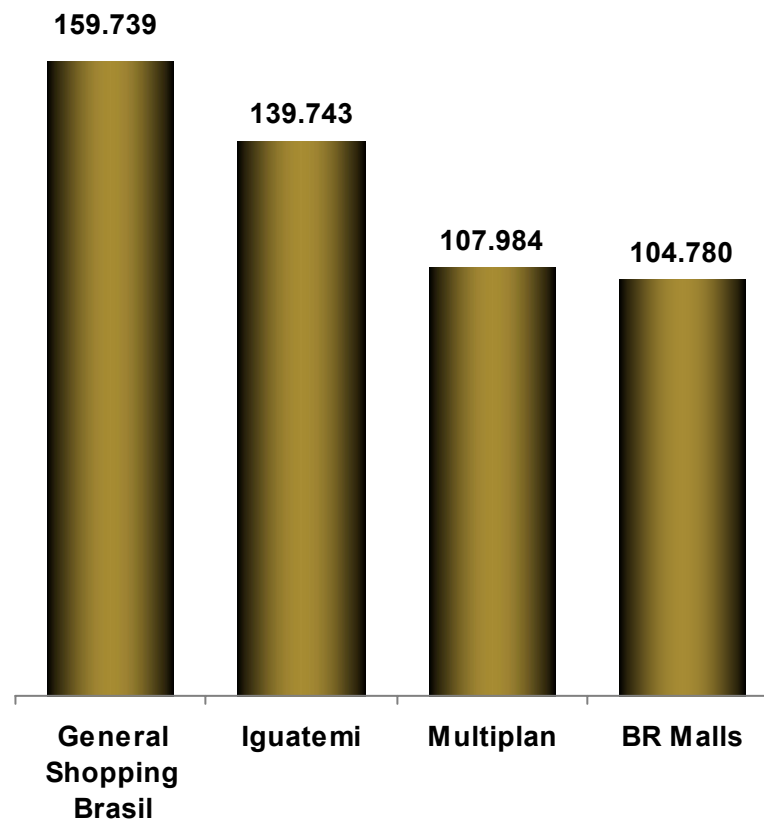
Outlet Premium São Paulo

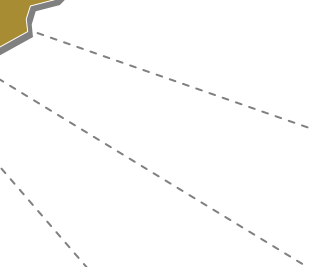
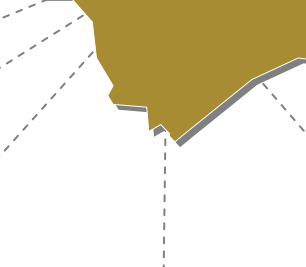
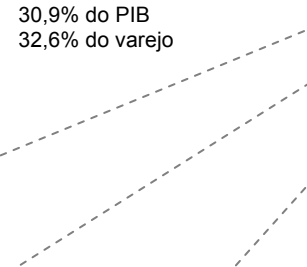
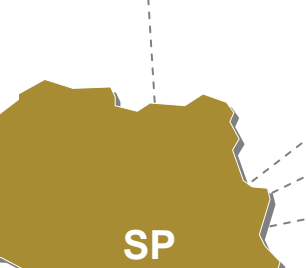
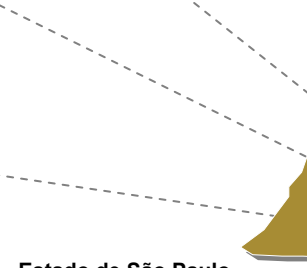
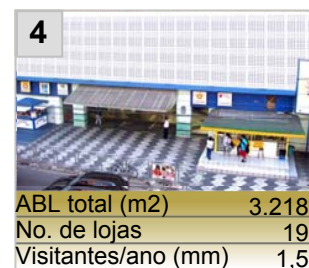
- **Tipo:** Outlet
- **Cidade/Estado:** Itupeva/SP
- **Participação:** 30,0% (com opção de compra de 20% adicionais)
- **ABL Total:** 17.716 m²
- **ABL Própria:** 5.315 m²
- **Nº de Lojas:** 90
- **Principais Lojas:** Nike, Adidas, Armani, One Store, M.Martan, Diesel e Ermenegildo Zegna
- **Vagas Estacionamento:** 700

Número de Operações de Shopping Center



ABL Própria (m²)





⁽¹⁾ Estimado



10



ABL total (m ²)	16.487
No. de lojas	94
Visitantes/ano (mm)	2,0



11



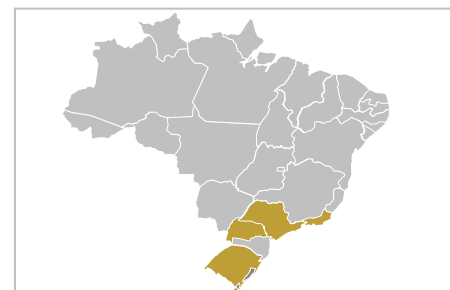
ABL Total (m ²)	8.877
No. de lojas	80
Visitantes/ano (mm)	3,4



16



ABL total (m ²)	32,000 ⁽¹⁾
No. de lojas	165 ⁽¹⁾
Visitantes/ano (mm)	NA



Região	PIB	Varejo
Sudeste+Sul	73,1%	73,9%

Shopping Centers em Operação

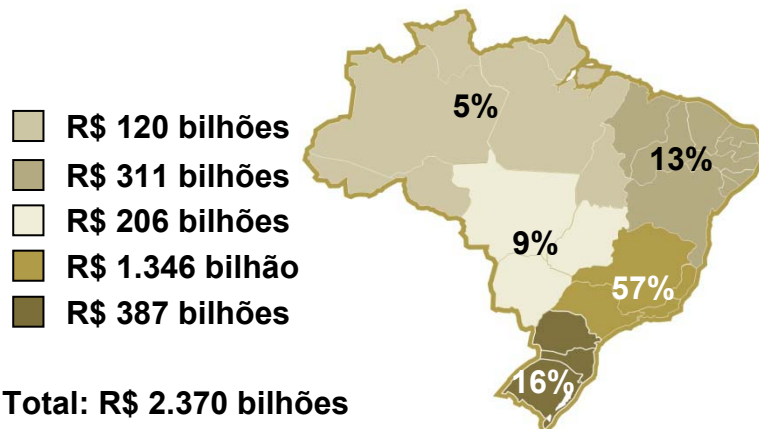
1. Internacional Shopping Guarulhos
2. Top Center
3. Poli Shopping
4. Poli Shopping Osasco
5. Santana Parque
6. Suzano Shopping
7. Shopping Light
8. Prudente Parque Shopping
9. Auto Shopping
10. Shopping do Vale
11. Cascavel JL Shopping
12. Shopping Unimart
13. Outlet Premium São Paulo

Greenfields

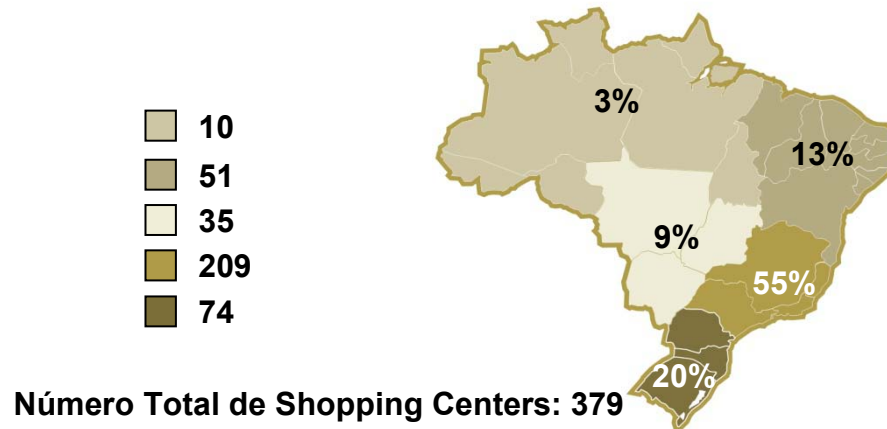
14. Centro de Convenções
15. Barueri Shopping
16. Sulacap Shopping
17. São Bernardo Shopping

⁽¹⁾ Estimado

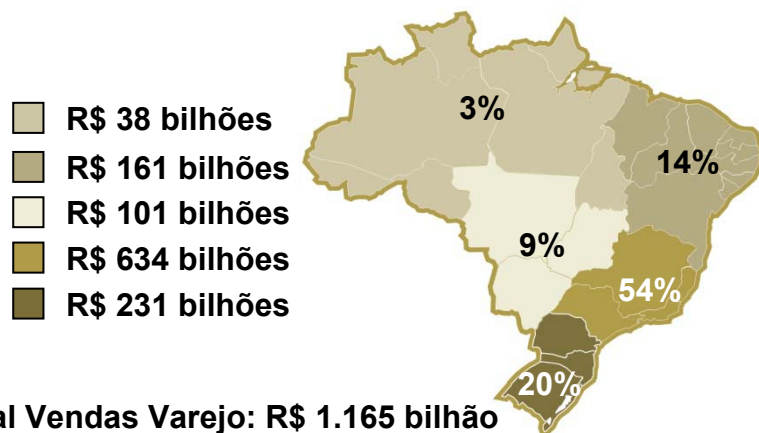
PIB⁽¹⁾



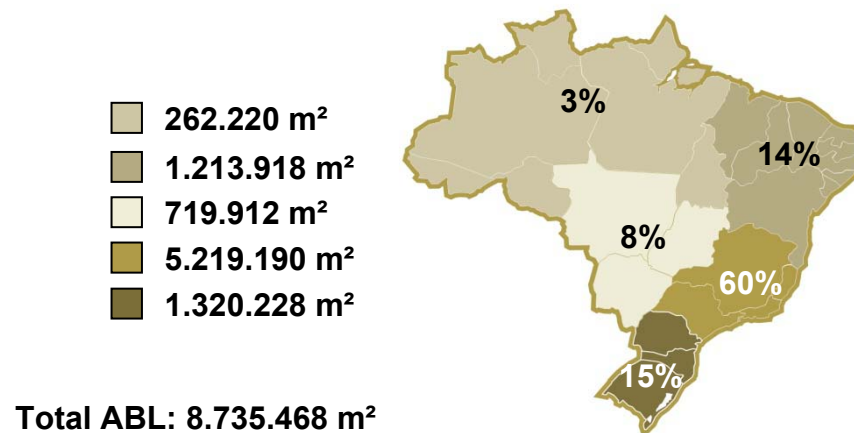
Número de Shopping Centers⁽²⁾



Vendas do Varejo⁽¹⁾



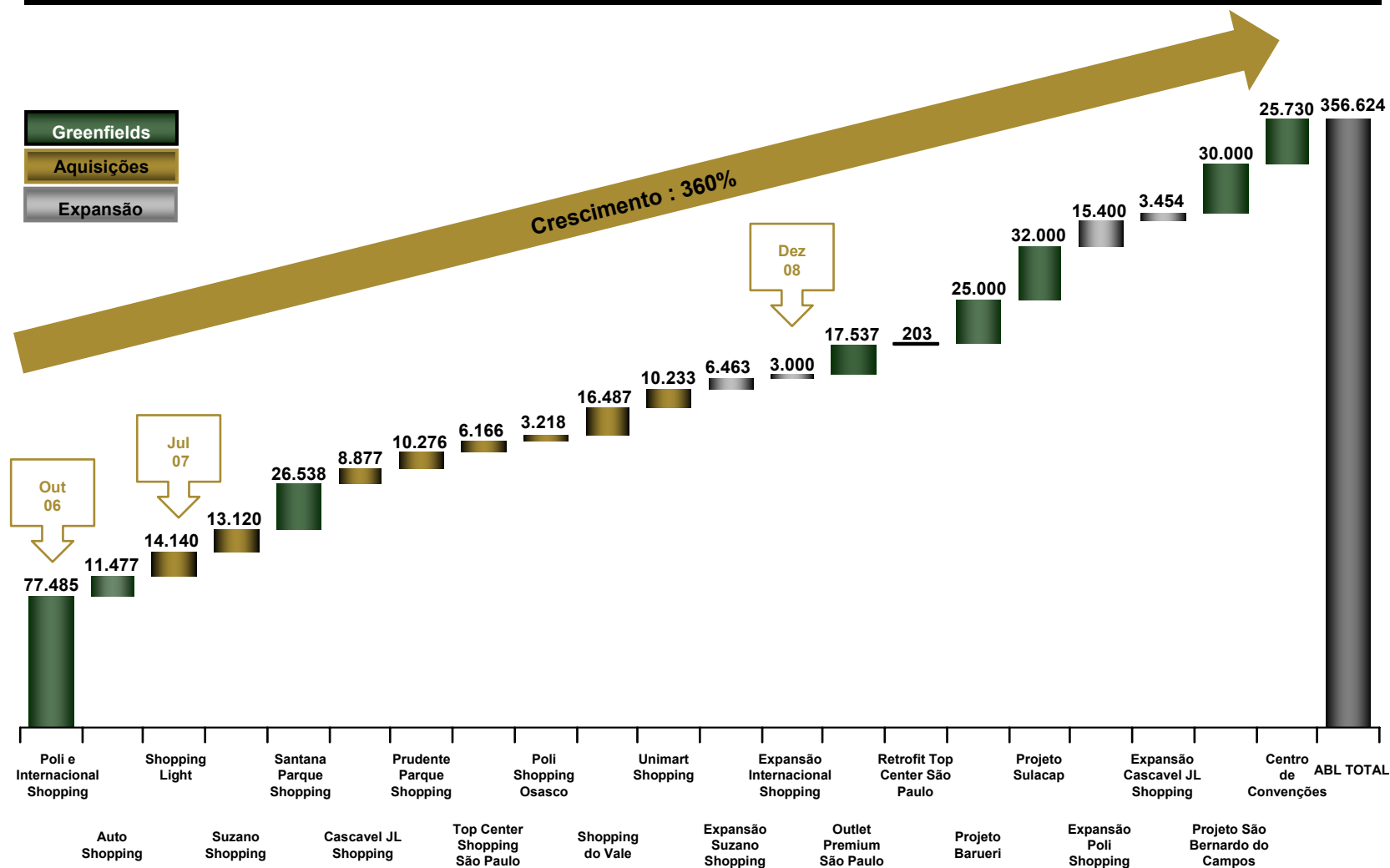
ABL⁽²⁾



⁽¹⁾ Fonte: IBGE, de 2006

⁽²⁾ Fonte: ABRASCE, de abril de 2009

Evolução da ABL Total (m²)



Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

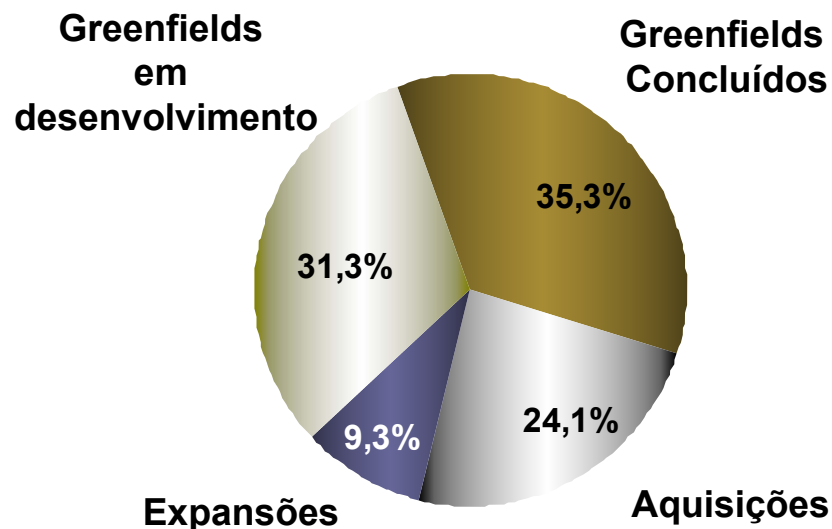
Expansão

- 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



Suzano Shopping

- **Tipo:** Aquisição
- **Participação:** 100%
- **% classe social B e C:** 86%
- **Área de influência (habitantes):** 445 mil
- **Demanda qualificada (ano):** R\$ 976 milhões
- **Descrição:** Shopping center com forte potencial de expansão (aprox. 50%). Região composta por 4 cidades com forte potencial de consumo (Itaquaquecetuba, Poá e Ferraz de Vasconcelos). Carência de grandes marcas na região



Nova Entrada Principal

Entrega: dezembro/08

ABL adicional: 6.463 m²

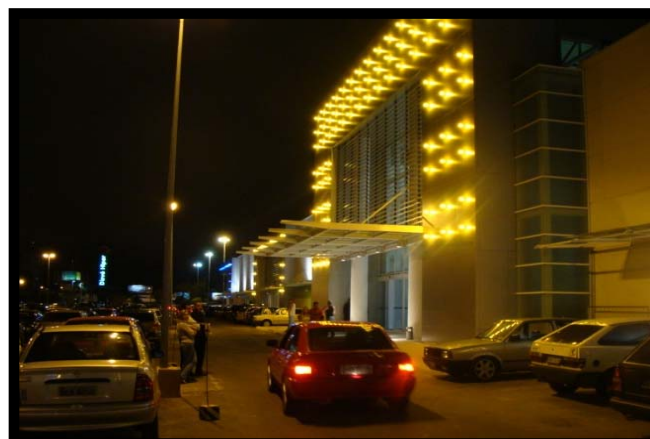
Participação: 100%



Expansão Estacionamento



Expansão Setor Leste



Expansão Setor Oeste



Entrega: dezembro/08
ABL adicional: 3.000 m²
Participação: 100%





Top Center Shopping São Paulo

- **Tipo:** Aquisição
- **Participação:** 100%
- **% classe social B e C:** 83%
- **Área de influência (habitantes):** 469 mil
- **Demanda qualificada (ano):** R\$ 2,1 bilhões
- **Descrição:** Shopping center localizado na principal avenida financeira de São Paulo. Potencial de incremento de ABL e receitas por meio de reorganização do mix interno



Entrega: junho/09

ABL adicional: 203 m²

Participação: 100%

Incremento de receita por m²: 80% YOY

**Crescimento total de vendas das lojas:
247% YOY**





Outlet Premium São Paulo

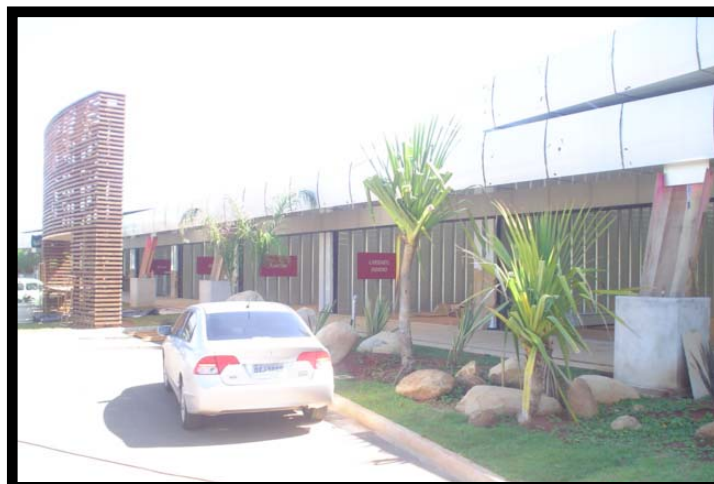
- **Tipo:** Greenfield
- **Participação:** 30% (com opção de compra de mais 20% da participação)
- **Área de influência (habitantes):** Super regional
- **Taxa de Ocupação:** 98% (na inauguração)
- **Descrição:** 1º Outlet do país. Entrada das principais marcas nos países com operações de outlet. Localizado 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



Vista Geral Leste



Obras dos Lojistas



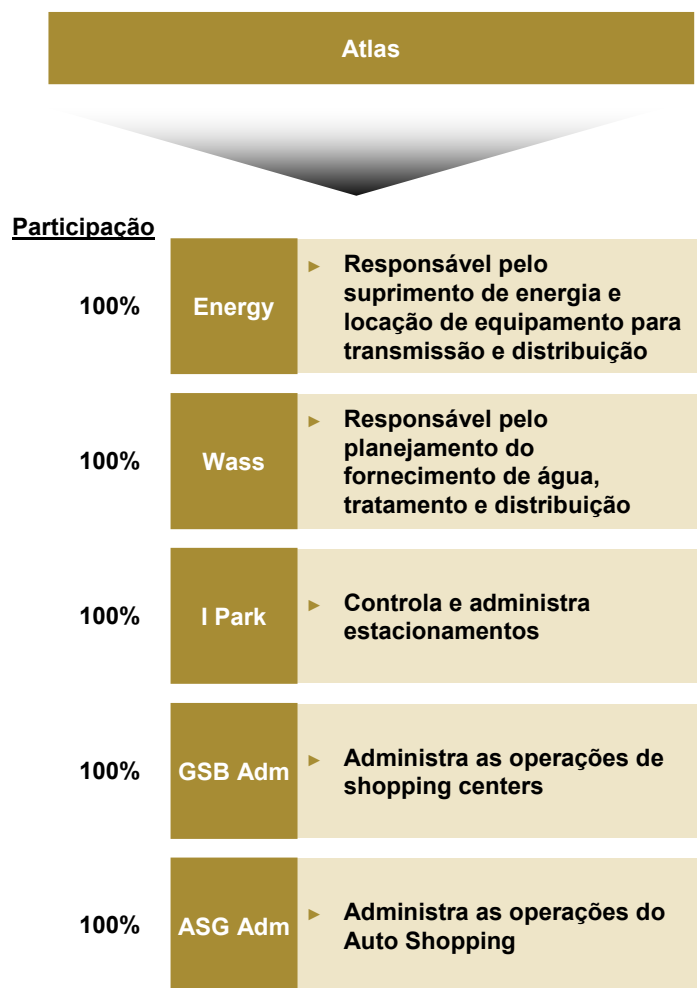
Lojas com Placas dos Locatários



Inauguração: junho/09

ABL total: 17.716 m²

Participação: 30% (com opção de compra de 20% adicionais)



	Administração	Estacionamento	Água	Energia
ISG	✓	✓	✓	✓
Auto	✓	✓	✓	✓
Poli	✓	✓	✓	✓
Light	✓	✓	✓	✓
Santana	✓*	✓	✓	✓ (2)
Suzano	✓	✓	✓	✓ (2)
Cascavel	✓	✓	✓	✓
Prudente Parque	✓	✓	✓	✓
Poli Shopping Osasco	✓	✓		
Top Center	✓		✓	
Do Vale	✓	✓	✓	✓
Unimart	✓	✓ (2)	✓	✓
Outlet Premium São Paulo	✓ (1)	✓	✓ (1)	✓

✓ Serviços prestados para o shopping

✓ Potencial de prestação de serviços/em implantação

✓*Parcial

✓ (1) Implantado no 3T09

✓ (2) Implantado no 4T09

- **Uso de fontes de energia aprovada 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**

Alessandro Poli Veronezi, *Diretor Presidente e Diretor de Relações com Investidores*

- Mais de 16 anos de experiência no setor de shopping center/varejo
- Graduado em Administração de Empresas pela Fundação Getulio Vargas
- MBA pela University of Toronto

Ricardo Castro da Silva, *Diretor Financeiro*

- Mais de 14 anos de experiência no mercado financeiro
- Graduado em Economia pelo IMES; MBA pelo IBMEC
- Ex-Diretor de Fusões e Aquisições do Lloyds

Alexandre Lopes Dias, *Diretor de Marketing e Relacionamento com o Varejo*

- Mais de 16 anos de experiência no setor de shopping center/varejo
- Graduado em Administração de Empresas pela FAAP; MBA pela FEA/USP com foco em varejo
- Ex-Gerente de Marketing do Shopping Center Norte e Lar Center, dois dos maiores power centers no Brasil

Victor Poli Veronezi, *Diretor de Planejamento e Expansão*

- No setor de shopping centers desde 1998
- Graduado em economia pela FAAP—Fundação Armando Álvares Penteado; mestrado em Economia Internacional (Universidade do Porto), Comércio Internacional (University of Miami) MBA em varejo (FIA/FEA)
- Ex-Diretor do Instituto Brasileiro de Telecomunicações, Eletrônica e Informática

Victor Poli Veronezi, Presidente

Ver Administração

Alessandro Poli Veronezi, Vice-Presidente

Ver Administração

Ana Beatriz Poli Veronezi, Conselheira

- Pesquisadora do Núcleo de Real Estate/POLI/USP, 1998-2000 e professora de engenharia da mesma Universidade
- Atual diretora Instituto Brasileiro de Telecomunicações, Eletrônica e Informática
- Graduada em Engenharia Civil pela Escola POLI/USP e mestra e doutora em Engenharia Civil

Francisco José Ritondaro, Conselheiro

- Ex-Sócio e Diretor Financeiro da Naturalen Argentina S/A
- Graduado em Economia pela FAAP e em administração pela pós-graduado em Administração pela ESPM especialização em Controladoria pela Faculdade Trevisan, em 2002.

Antonio Dias Neto, Conselheiro

- Professor das disciplinas de Projeto e Planejamento Urbano na UNIBAN e FMU
- Atualmente, também trabalha como arquiteto
- Graduado em arquitetura pela FAU - Universidade de Guarulhos

Júlio Sérgio Gomes de Almeida, Conselheiro

- Diretor executivo do instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (IEDI)
- Ex-Consultor do BNDES, Petrobrás e PENUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento)
- Ex-Secretário de política econômica do Ministério da Fazenda
- Doutorado em Economia pela University of Toronto

Edgard Antonio Pereira, Conselheiro Independente

- Professor do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP); ex-Visiting Scholar – Research Associate no departamento de economia da Universidade da Califórnia, Berkeley
- Secretário de finanças de Campinas; secretário adjunto da Secretaria Especial de Abastecimento e Preços do Ministério da Fazenda
- Graduado em Economia pela UNICAMP e mestre e doutor em economia pelo Instituto de Economia Industrial do Rio de Janeiro - UFRJ

Antonio Carlos Pereira Fernandes Lopes, *Membro Efetivo do Conselho Fiscal*

- Graduado em Ciências Contábeis, formado pela PUC-SP
- Auditor com mais de 30 anos de atuação e com vários cursos de especialização nas áreas tributária e contábil

Bruno Piacentini, *Membro Efetivo do Conselho Fiscal*

- Graduado em Administração de Empresas pela FGV-SP
- Experiência no ABN Amro como assessor financeiro para o setor de infra-estrutura, com foco no financiamento e viabilização de projetos hidroelétricos e concessões rodoviárias; e na equipe de gestão da FAMA Investimentos.
- É também membro do conselho de administração da Grazziotin S.A.. Foi membro dos conselhos fiscais da Company S.A., Metisa S.A., M Dias Branco S.A. e Portobello S.A..

Paulo Alves Flores, *Membro Efetivo do Conselho Fiscal*

- Graduado em Ciências Contábeis pela FECAP
- Auditor com mais de 20 anos de atuação na área contábil e operacional de diversos ramos de atividades e com diversos cursos de especialização da área de auditoria operacional e contábil

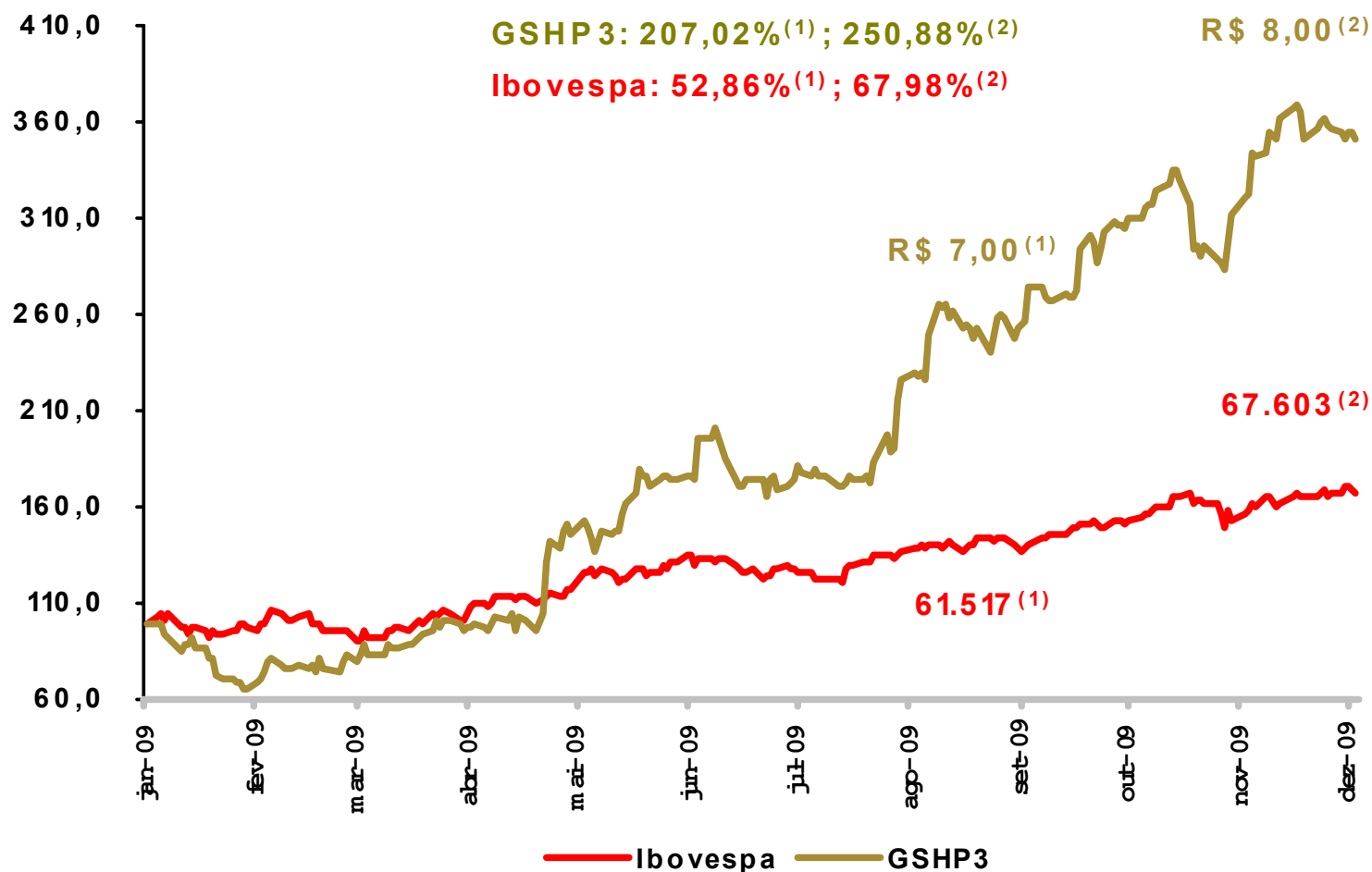
Camila de Cassia Satin Briola, *Membro Suplente do Conselho Fiscal*

- Graduado em Ciências Contábeis pelas Faculdades Metropolitanas Unidas
- Atua na área contábil com foco em Tributos Federais. Atuou entre 2005 e 2008 com auditoria de balanços

Fabio Alperowitch, *Membro Suplente do Conselho Fiscal*

- Graduado em Administração de Empresas pela FGV-SP e possui certificação do CFA Institute
- Fundou a Fama Investimentos em 1993, onde é responsável pela gestão de fundos e pelo departamento de análise.

(Base 100 = 31/12/2008)

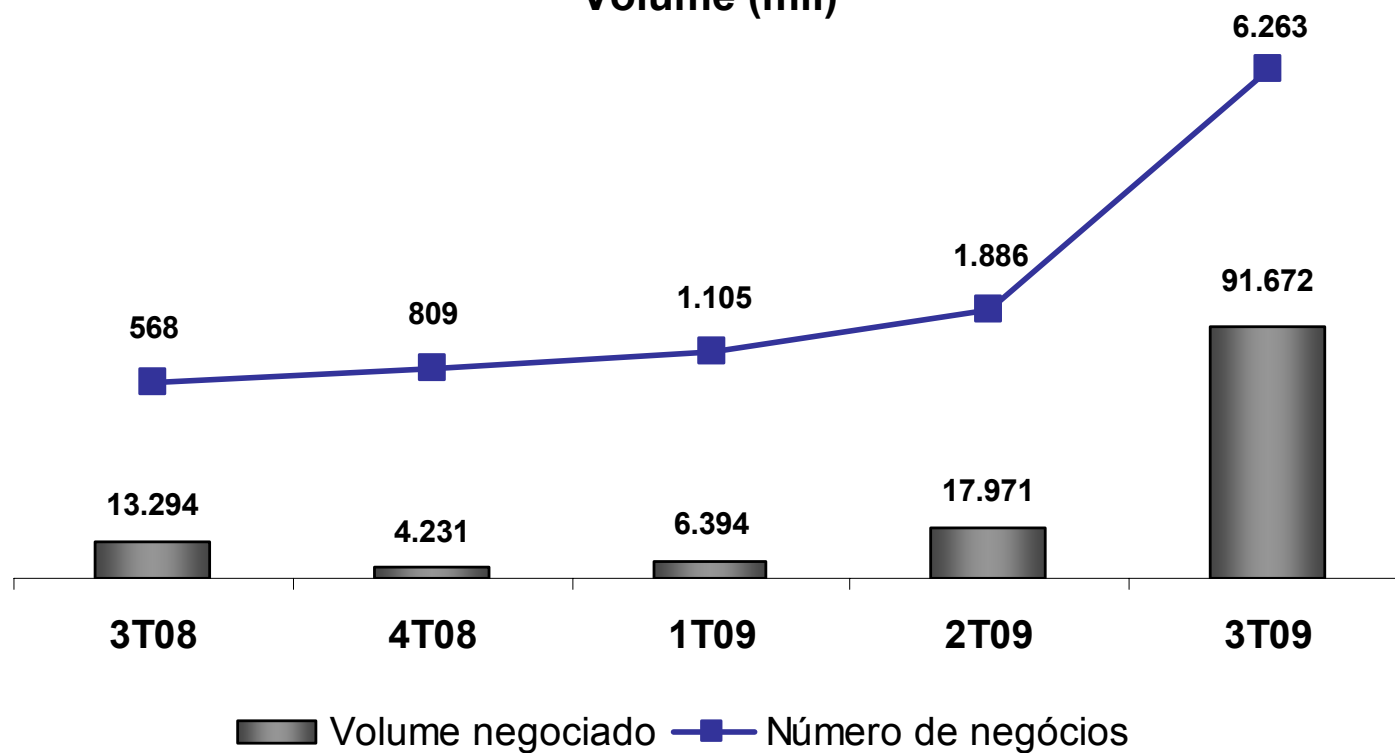


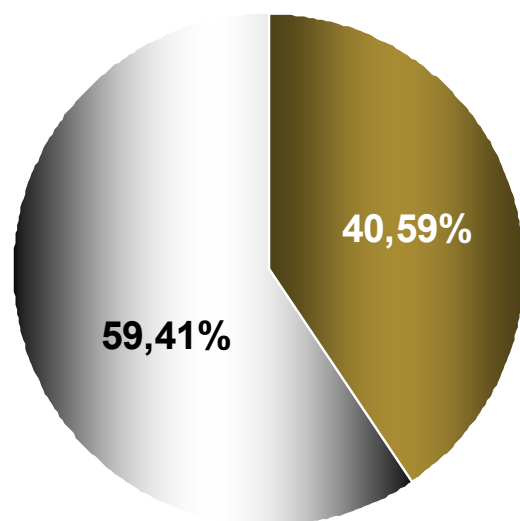
⁽¹⁾: Cotação de GSHP3 e pontuação do Ibov. em 30/09/09

⁽²⁾: Cotação de GSHP3 e pontuação do Ibov. em 4/12/09

GSHP3

Volume (mil)





	Nº de ações	Tipo de investidor (*)
Bloco de controle	29.990.000	-
Free float	20.490.600	65,2% - nacionais
		30,9% - estrangeiros
		3,9% - pessoa física
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



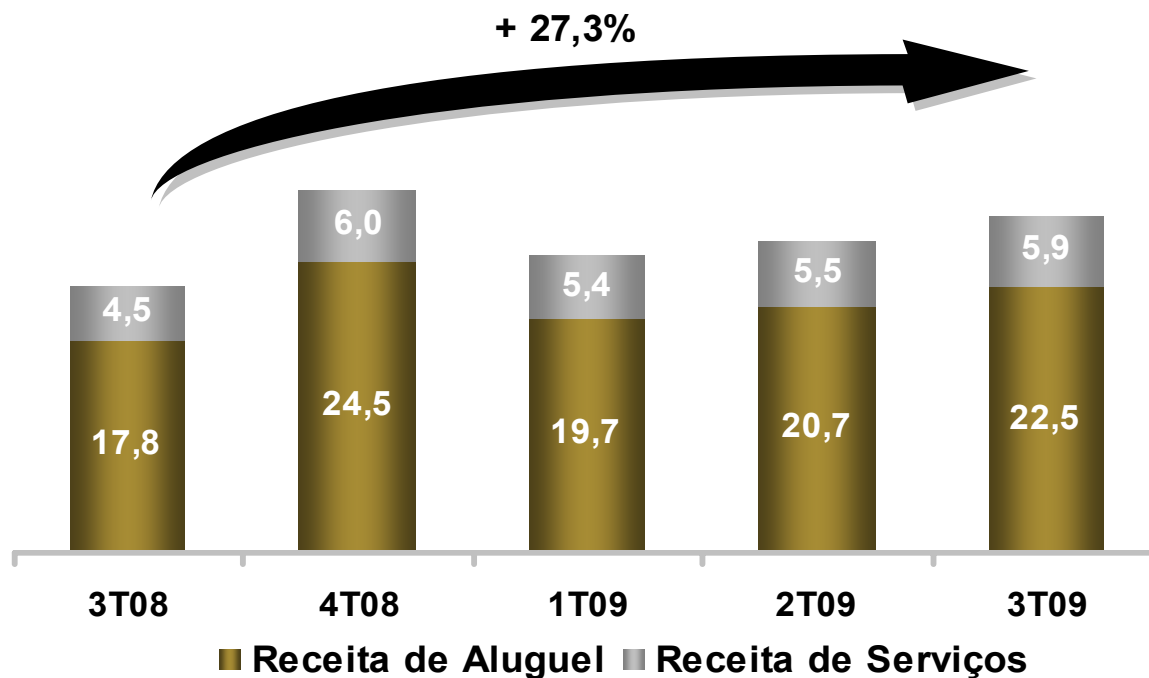
(*) Posição em 26/11/2009

GeneralShopping^{BRASIL}



Desempenho Financeiro

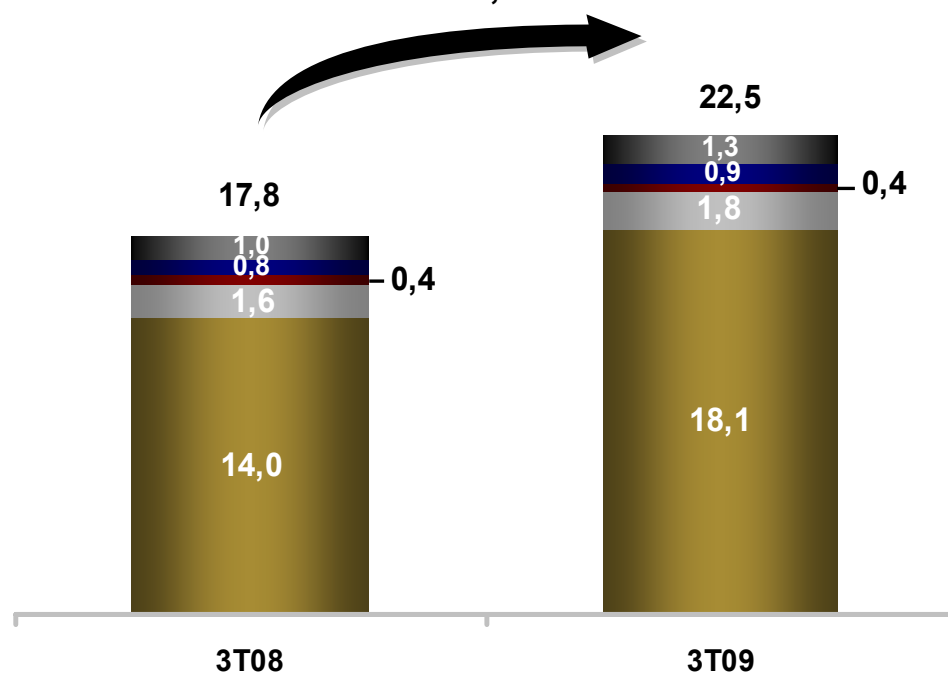
(R\$ milhões)



R\$ milhões	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09
Receita de Aluguel	17,8	24,5	19,7	20,7	22,5
Receita de Serviços	4,5	6,0	5,4	5,5	5,9
Total	22,3	30,5	25,1	26,2	28,4

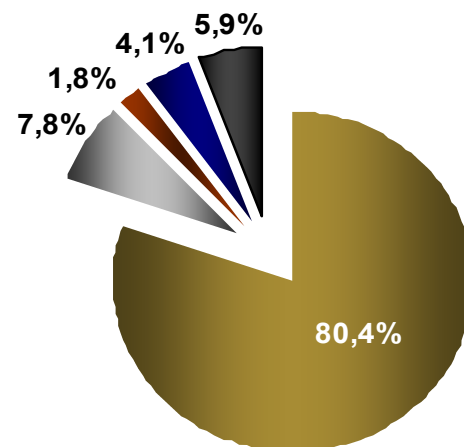
(R\$ milhões)

+ 26,4%



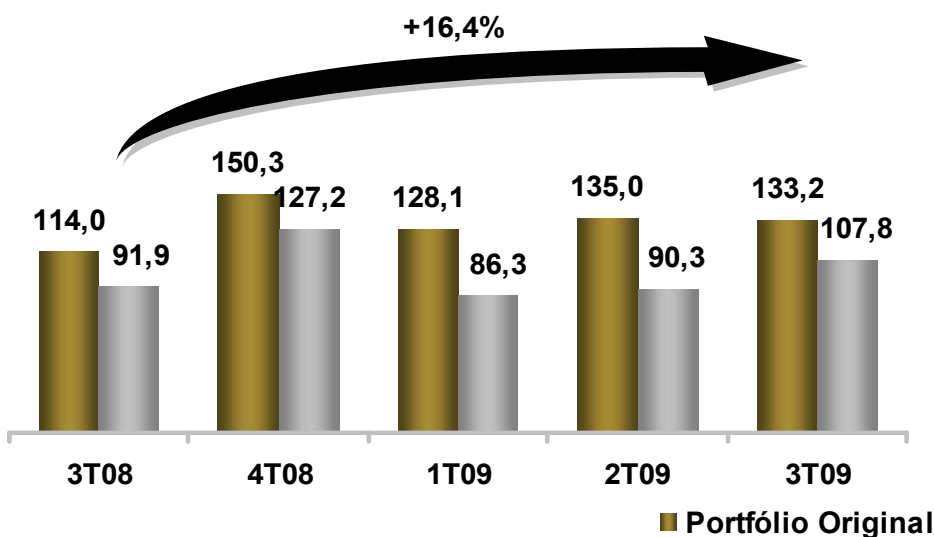
■ Aluguel Mínimo
■ Outros Aluguéis
■ Merchandising

3T09

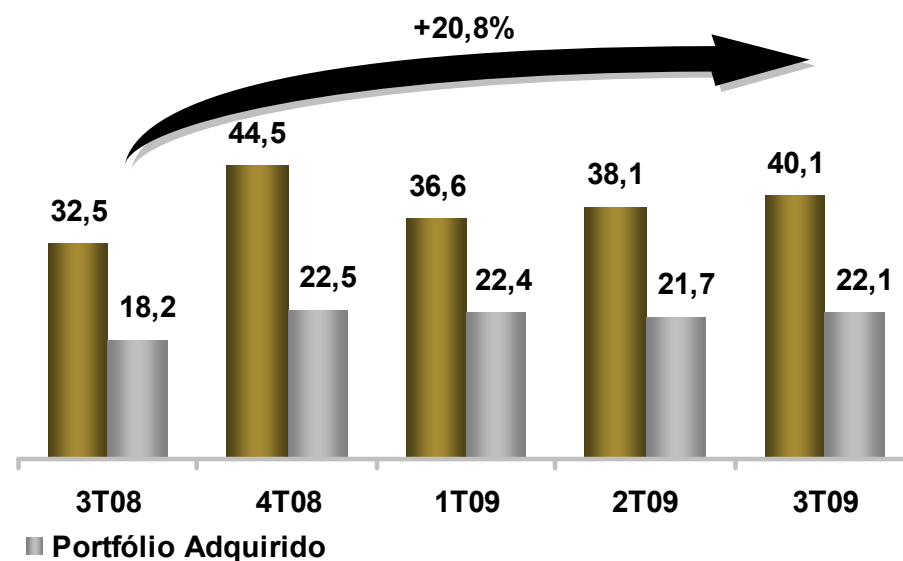


■ Aluguel Percentual de Vendas
■ Luvas

Aluguel (R\$/m²)



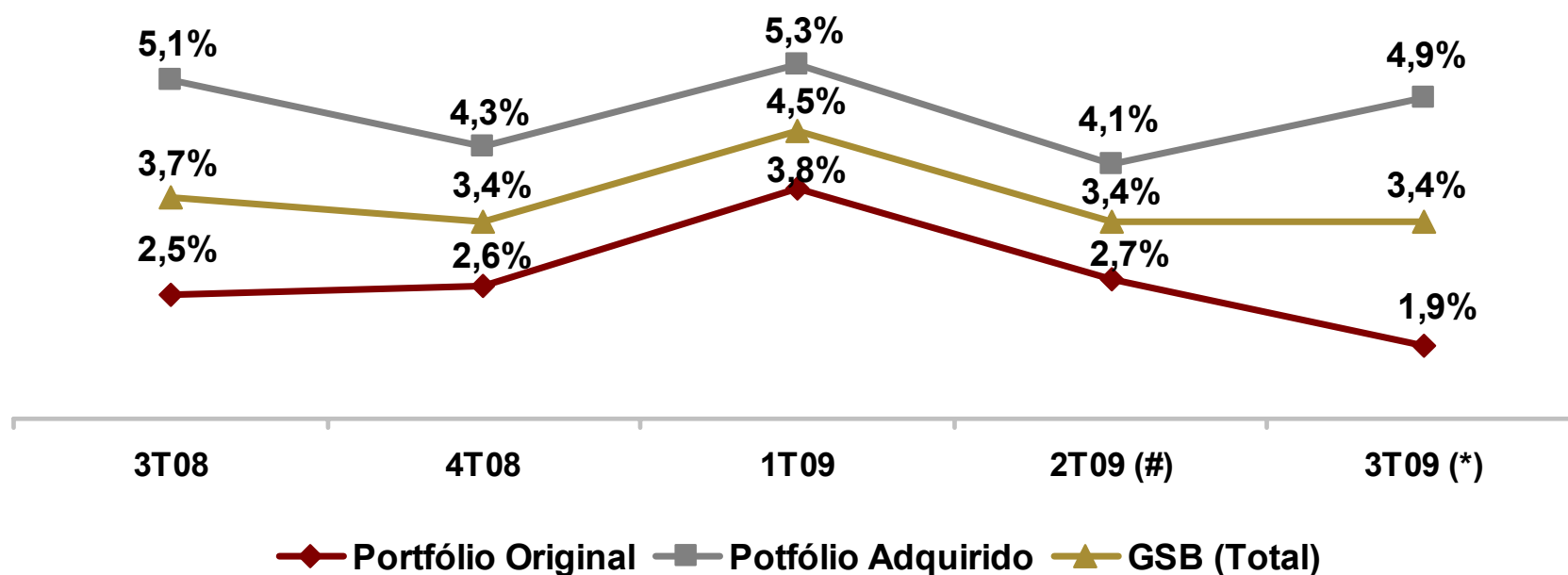
Serviços (R\$/m²)



Portfólio Original	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09
ABL (m ²)	93.791	96.791	96.791	96.791	96.791
Aluguel (R\$/m ²)	114,01	150,30	128,11	134,95	133,21
Serviços (R\$/m ²)	32,54	44,45	36,61	38,13	40,08

Portfólio Adquirido	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09
ABL (m ²)	77.785	77.939	84.248	84.484	89.563
Aluguel (R\$/m ²)	91,86	127,18	86,31	90,28	107,75
Serviços (R\$/m ²)	18,16	22,51	22,36	21,70	22,08

Evolução da Vacância

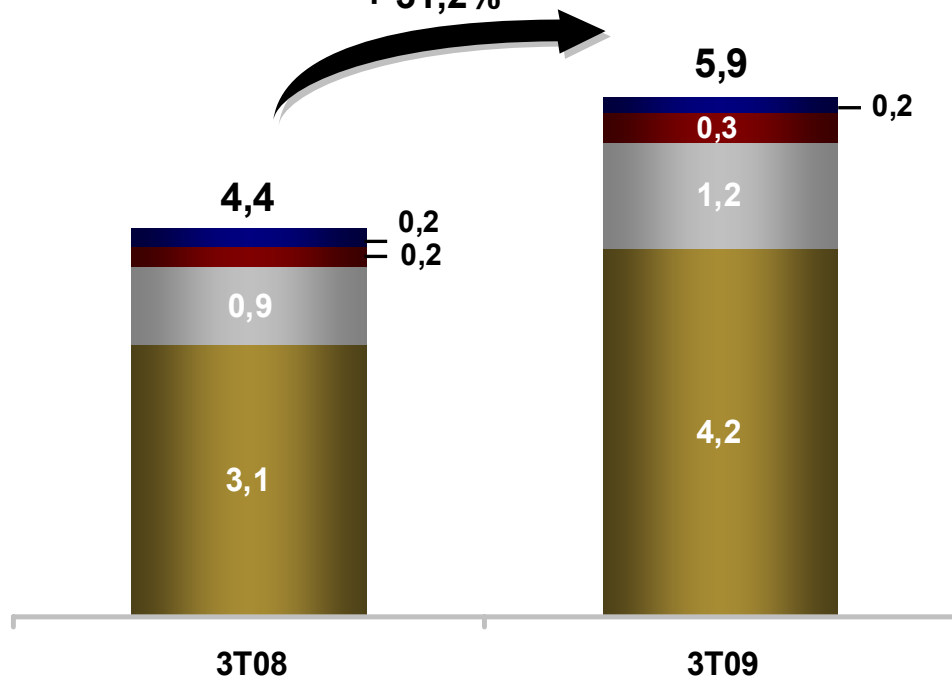


(#) Original: Ajustado pela reorganização do Auto Shopping; Adquirido: Ajustado pela reorganização do Top Center

(*) Original: Ajustado pela reorganização do Auto Shopping

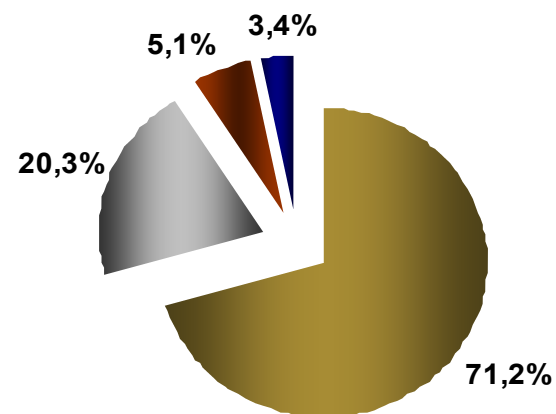
(R\$ milhões)

+ 31,2%

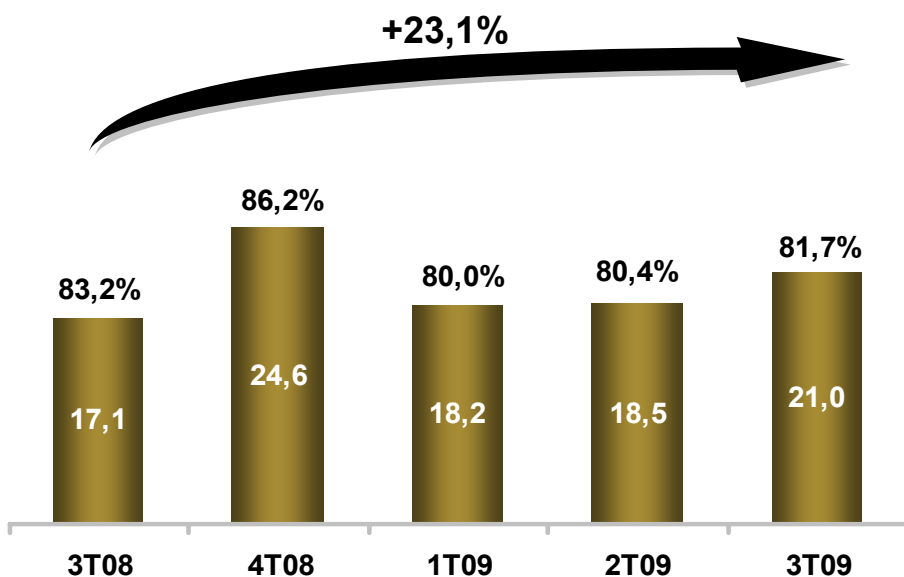


■ Estacionamento ■ Energia ■ Água ■ Administração

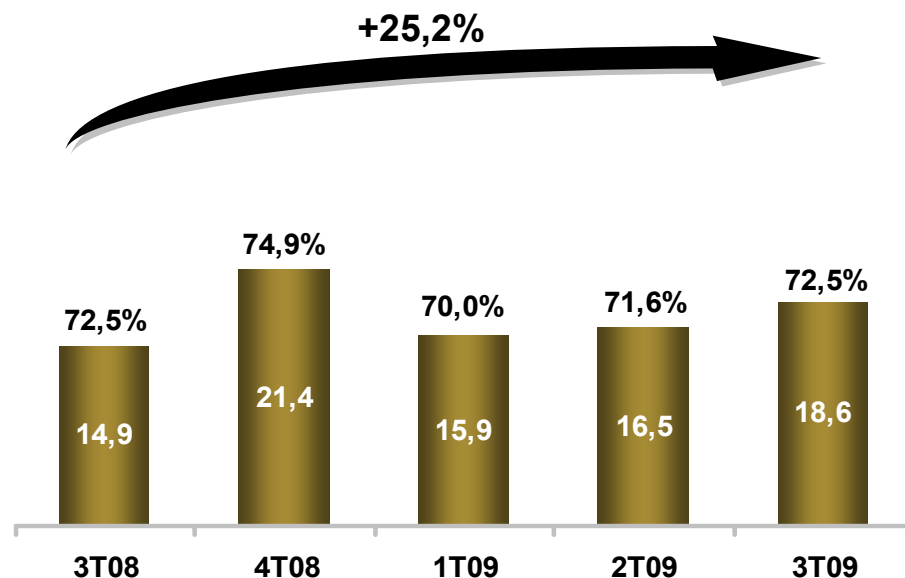
3T09



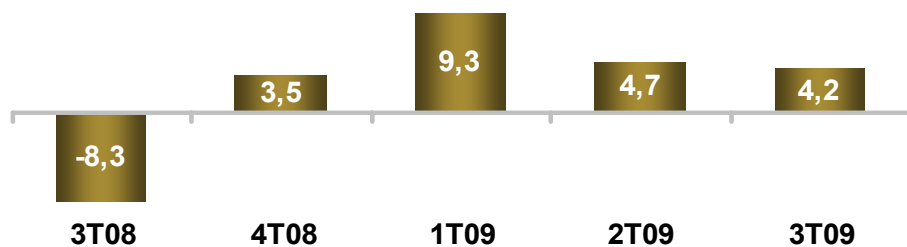
NOI (R\$ MM) e Margem



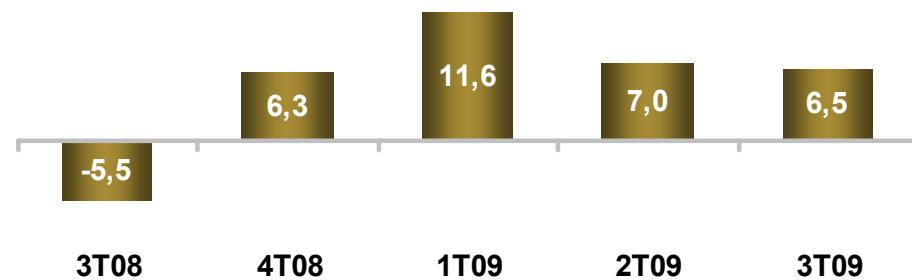
EBITDA Ajustado (R\$ MM) e Margem



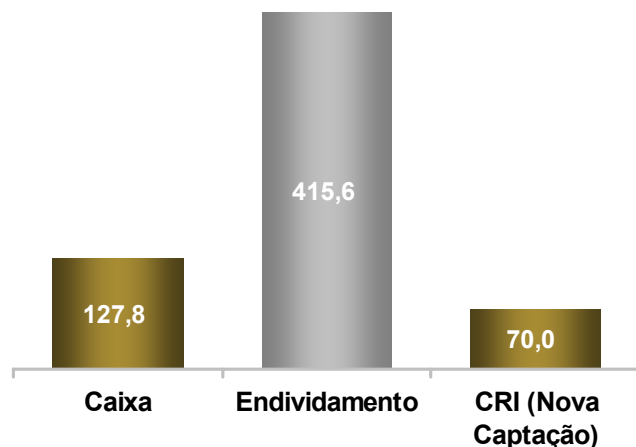
Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



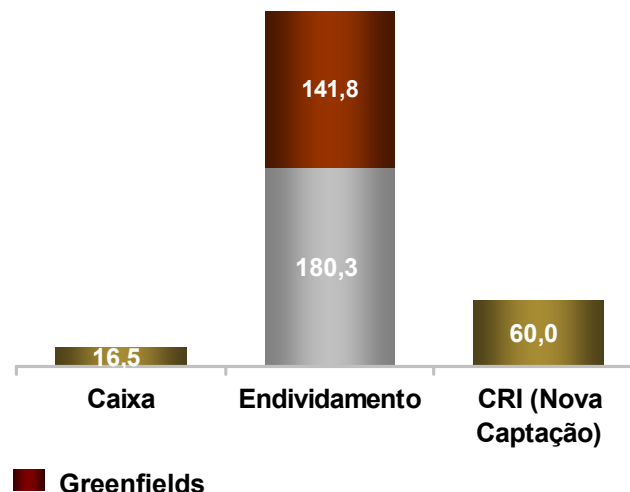
FFO Ajustado (R\$ MM)



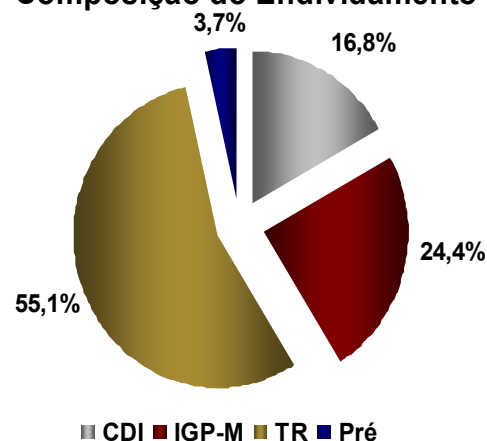
Caixa x Endividamento – 3T08
(R\$ milhões)



Caixa x Endividamento – 3T09
(R\$ milhões)



Composição do Endividamento



Cronograma de Amortização

R\$ Milhões	2009	2010	2011	2012	Após 2012	Total	%
CCI	3,0	15,9	18,6	21,6	196,8	255,9	79,4%
Outros	53,3	8,3	3,4	1,2	0,0	66,2	20,6%
Total	56,3	24,2	22,0	22,8	196,8	322,1	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