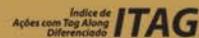


GeneralShopping ^{BRASIL}



Apresentação dos Resultados 2T12

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

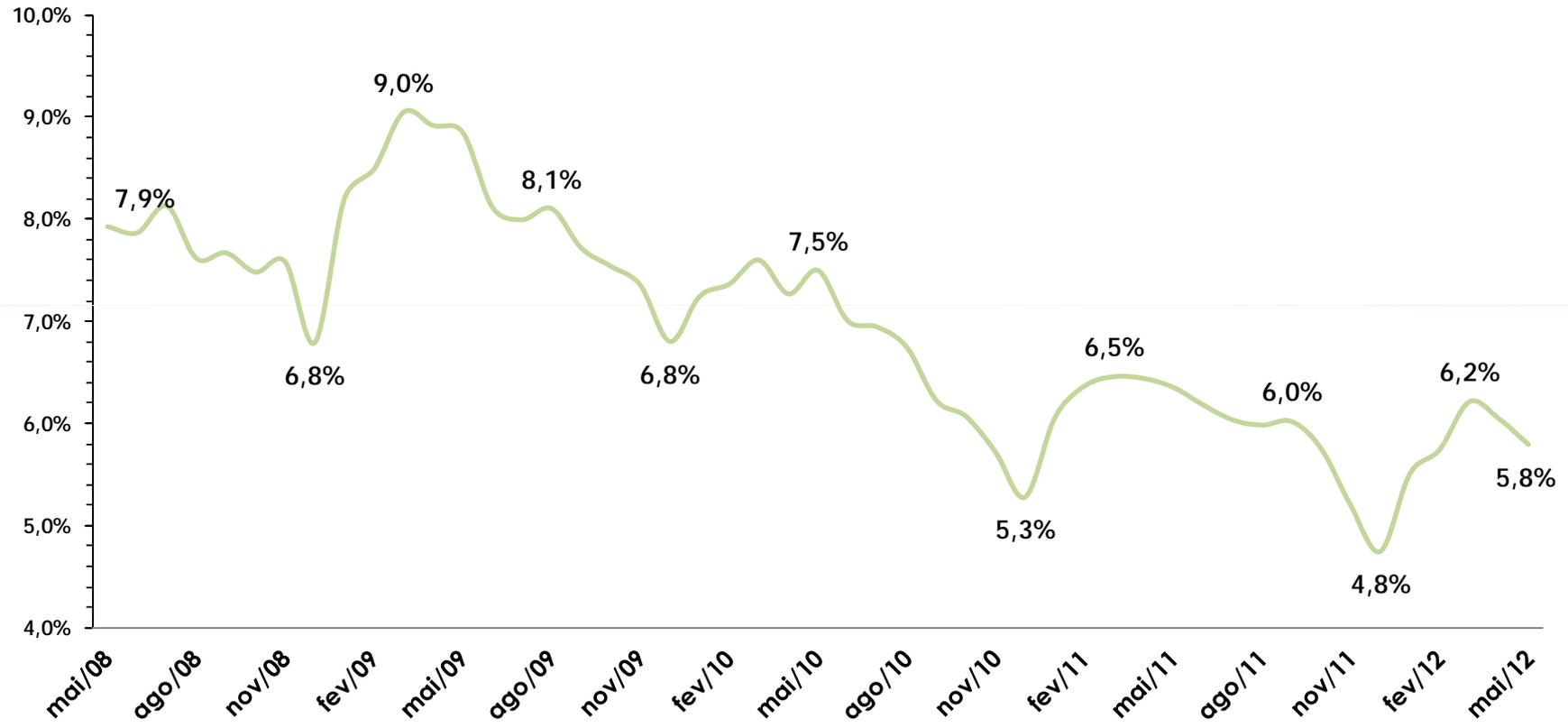
Desempenho Financeiro

GeneralShopping BRASIL

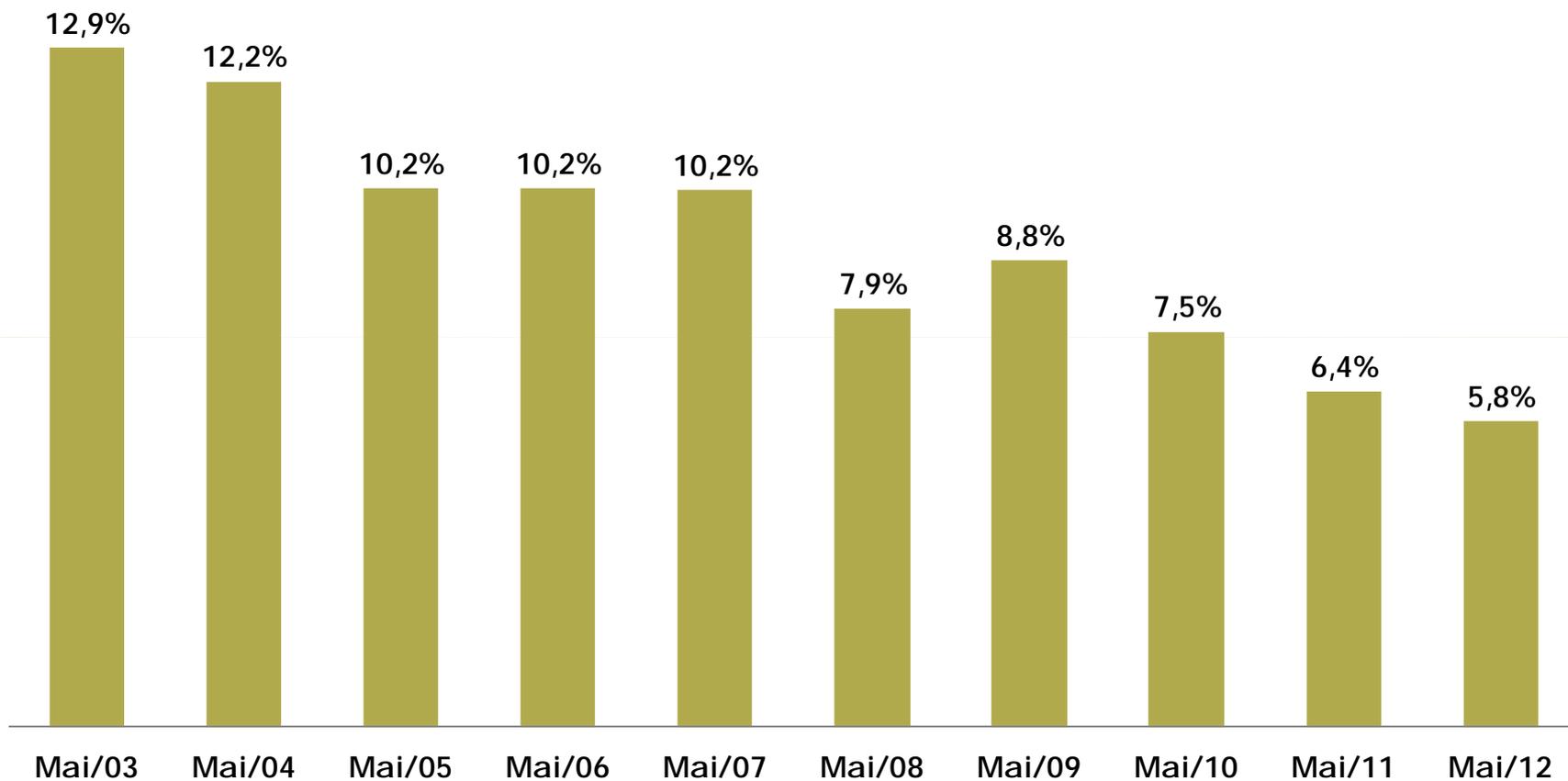
Panorama do Setor



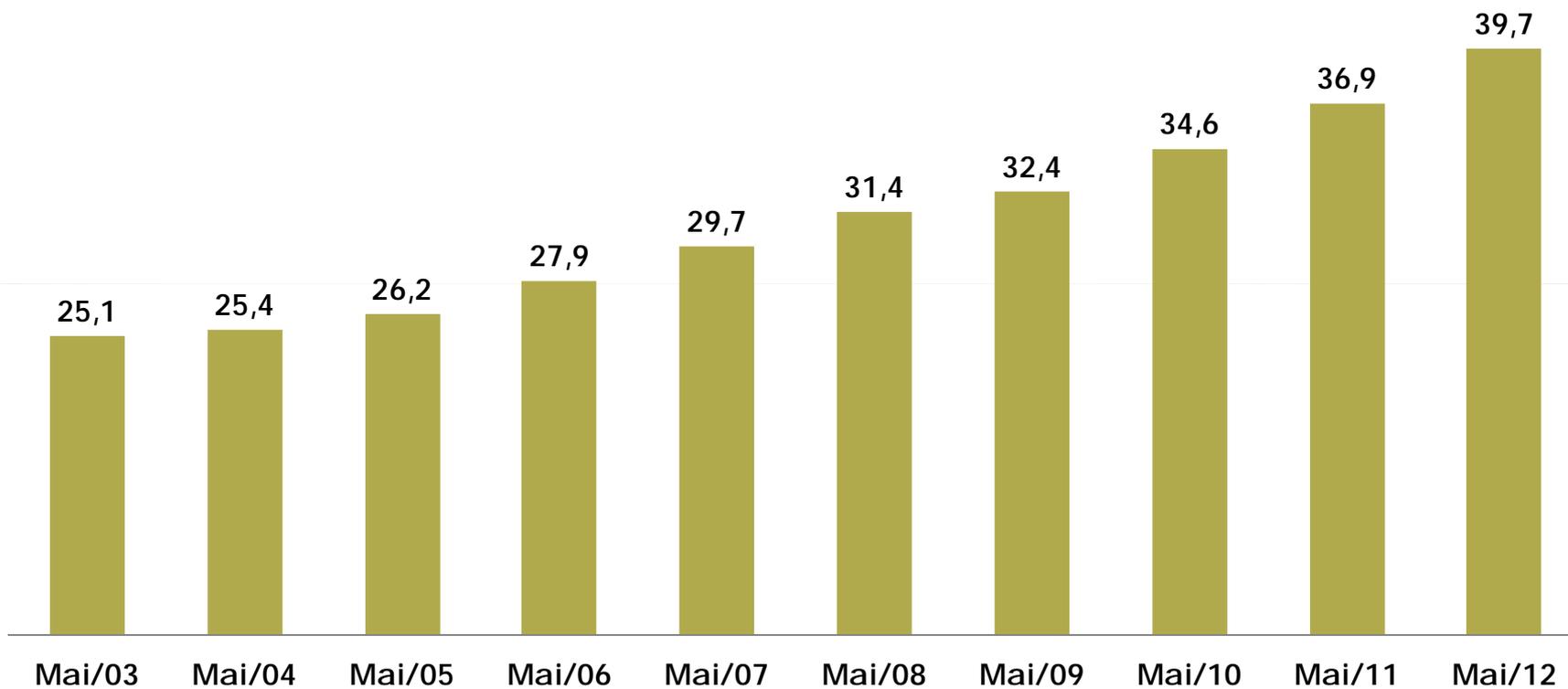
Evolução da Taxa de Desocupação



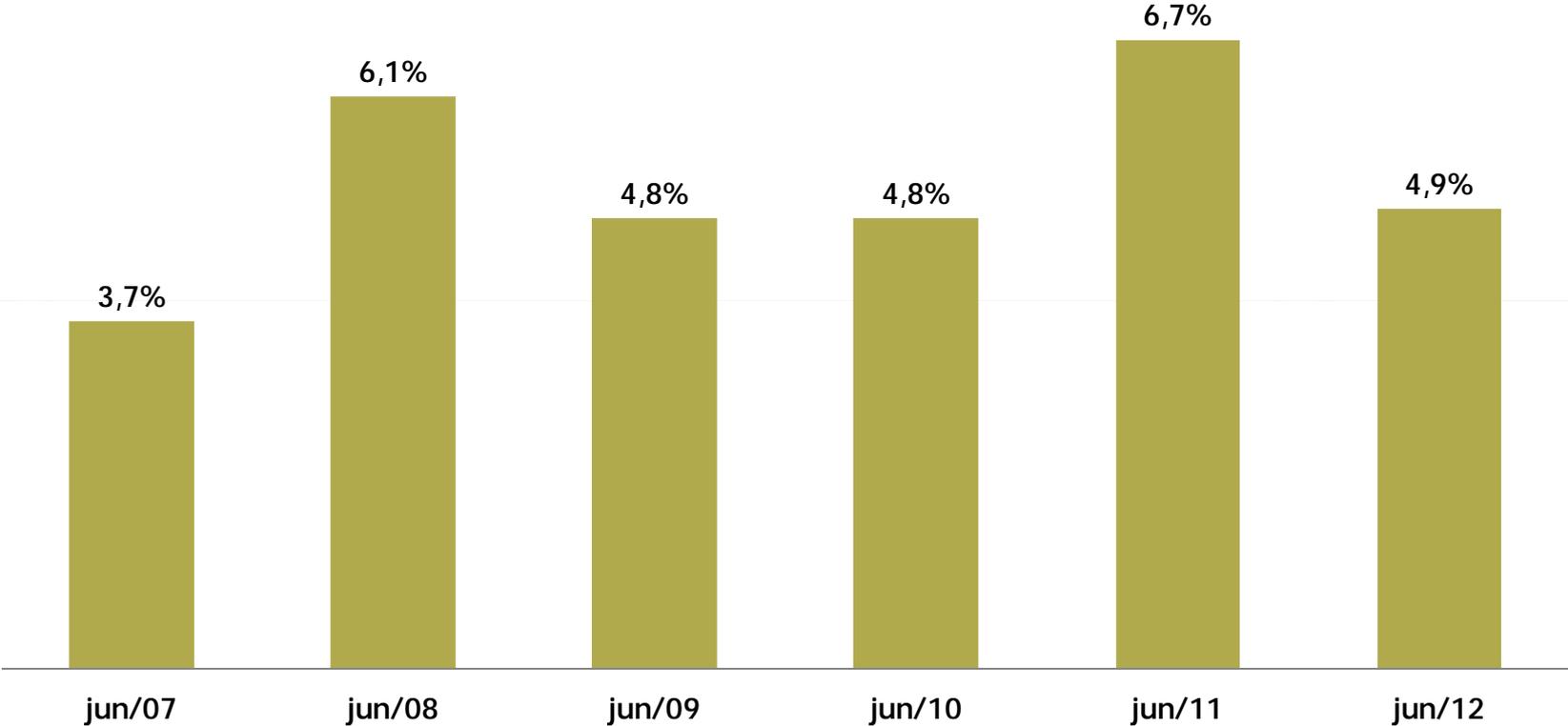
Fonte: PME – IBGE
Elaboração: GSB

Evolução da taxa de desocupação
para os meses de maio

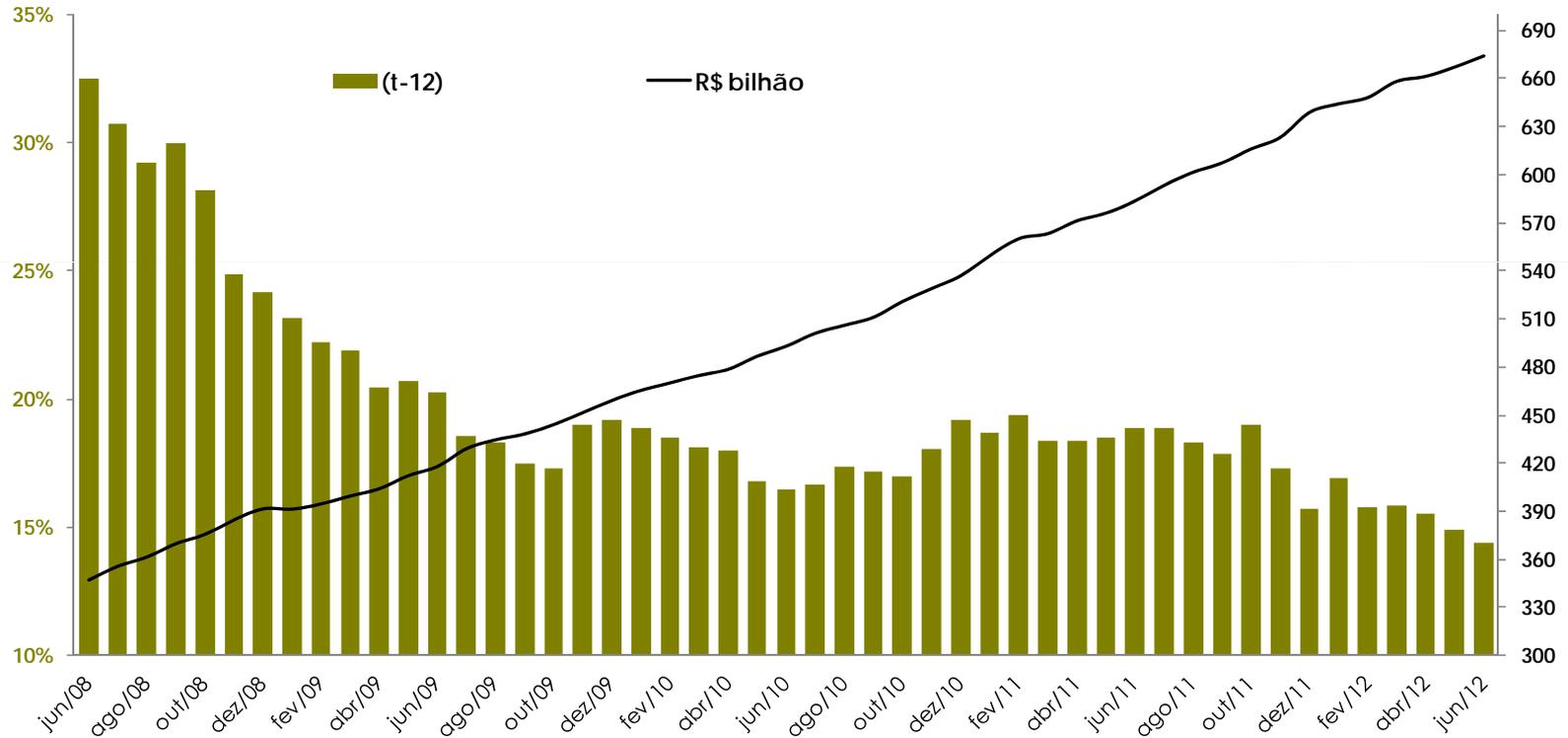
Massa de rendimento real habitual dos ocupados¹
R\$ bilhão



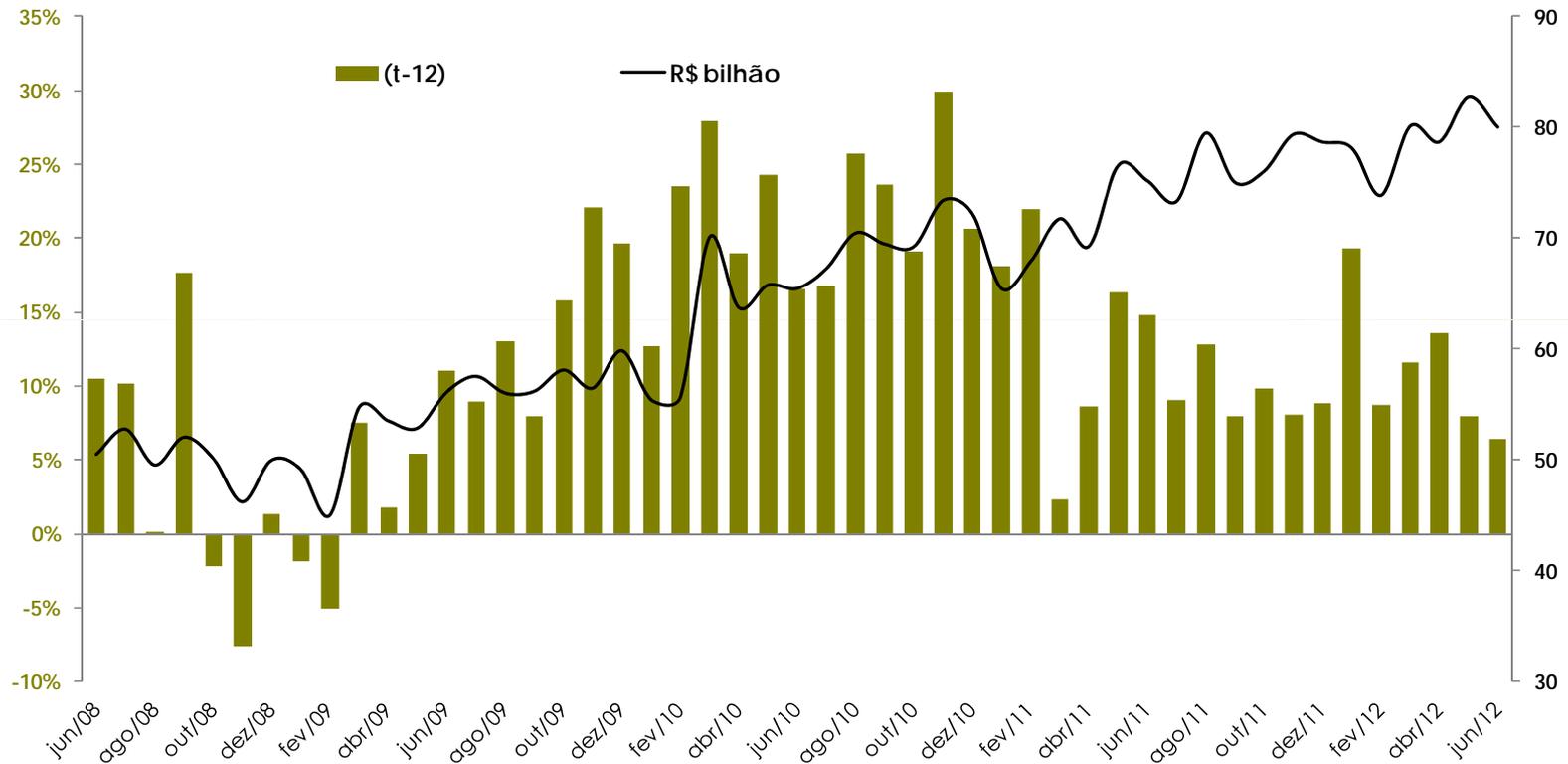
Taxa de Inflação - IPCA: variação acumulada em 12 meses (meses de junho)



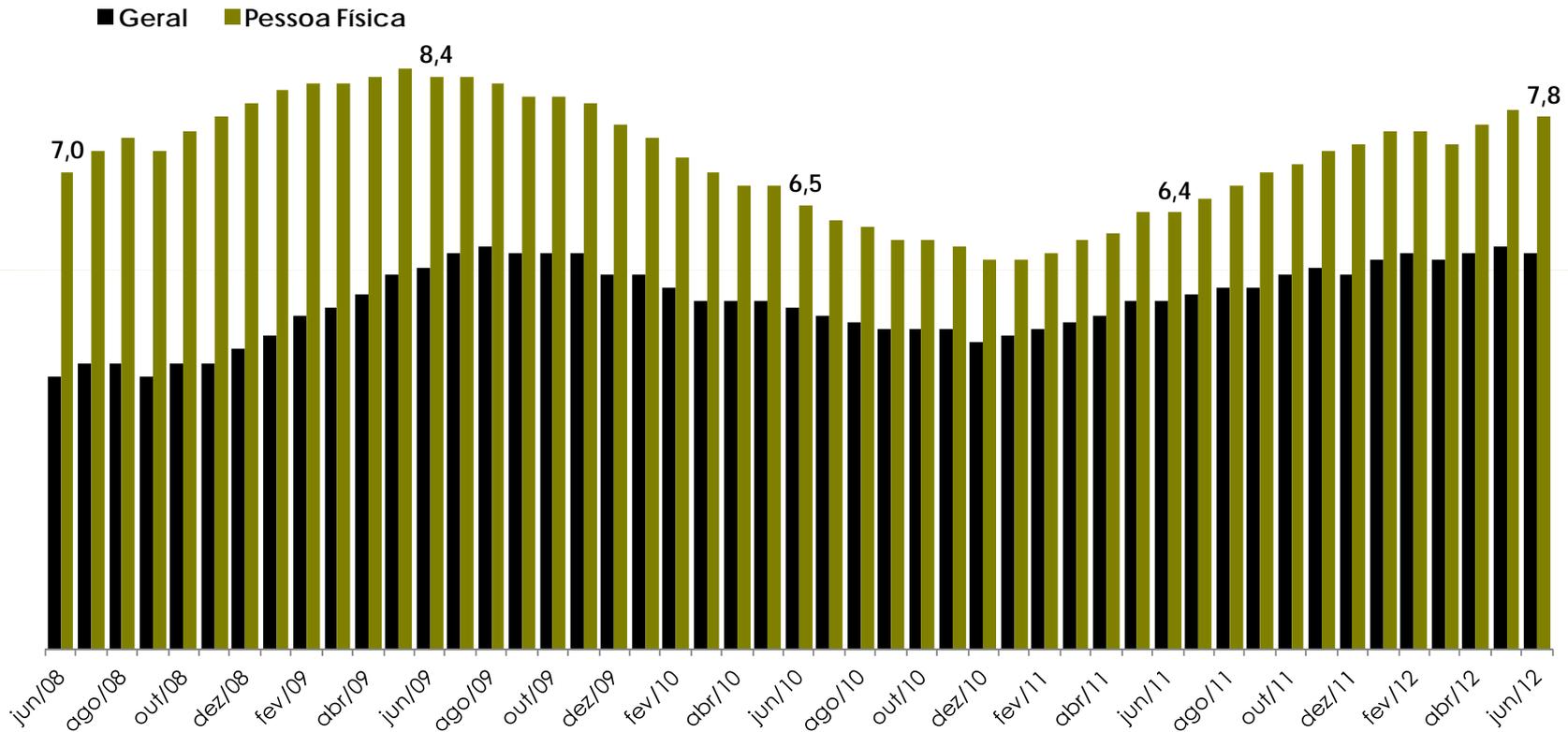
Volume de crédito destinado às famílias Estoque



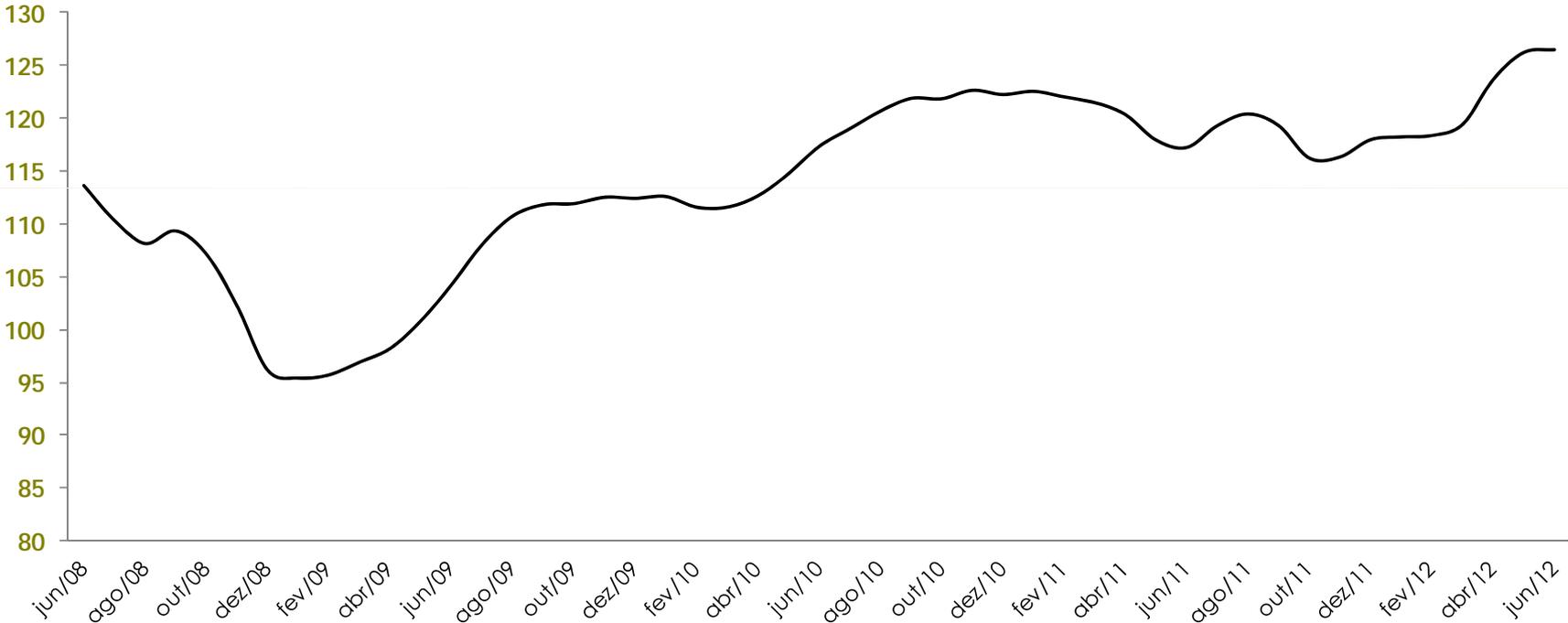
Volume de crédito destinado às famílias Novas Concessões



Taxa de Inadimplência Geral e Pessoas Físicas



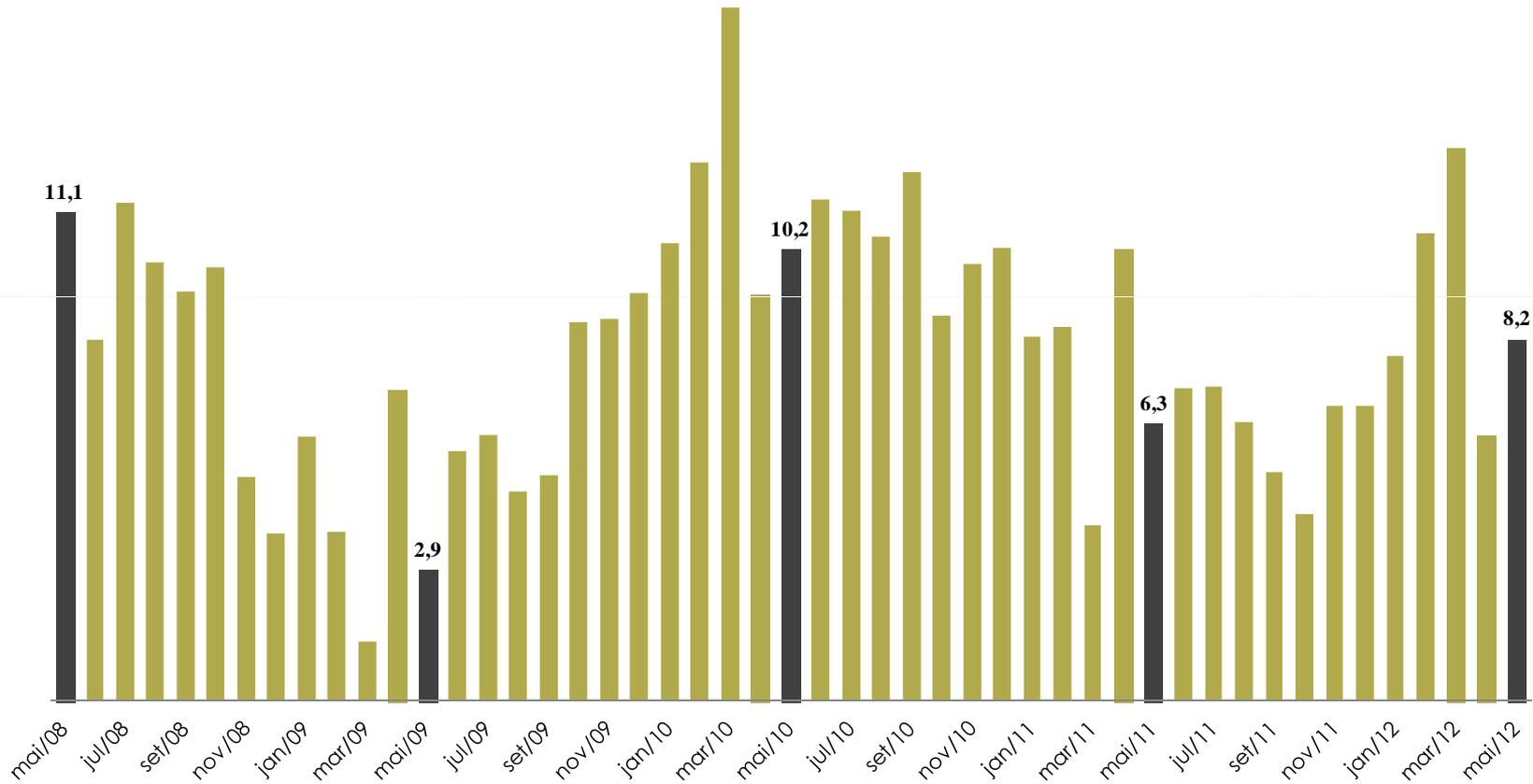
Índice de Confiança do Consumidor média móvel trimestral



Fonte: Fundação Getúlio Vargas - FGV
Elaboração: GSB

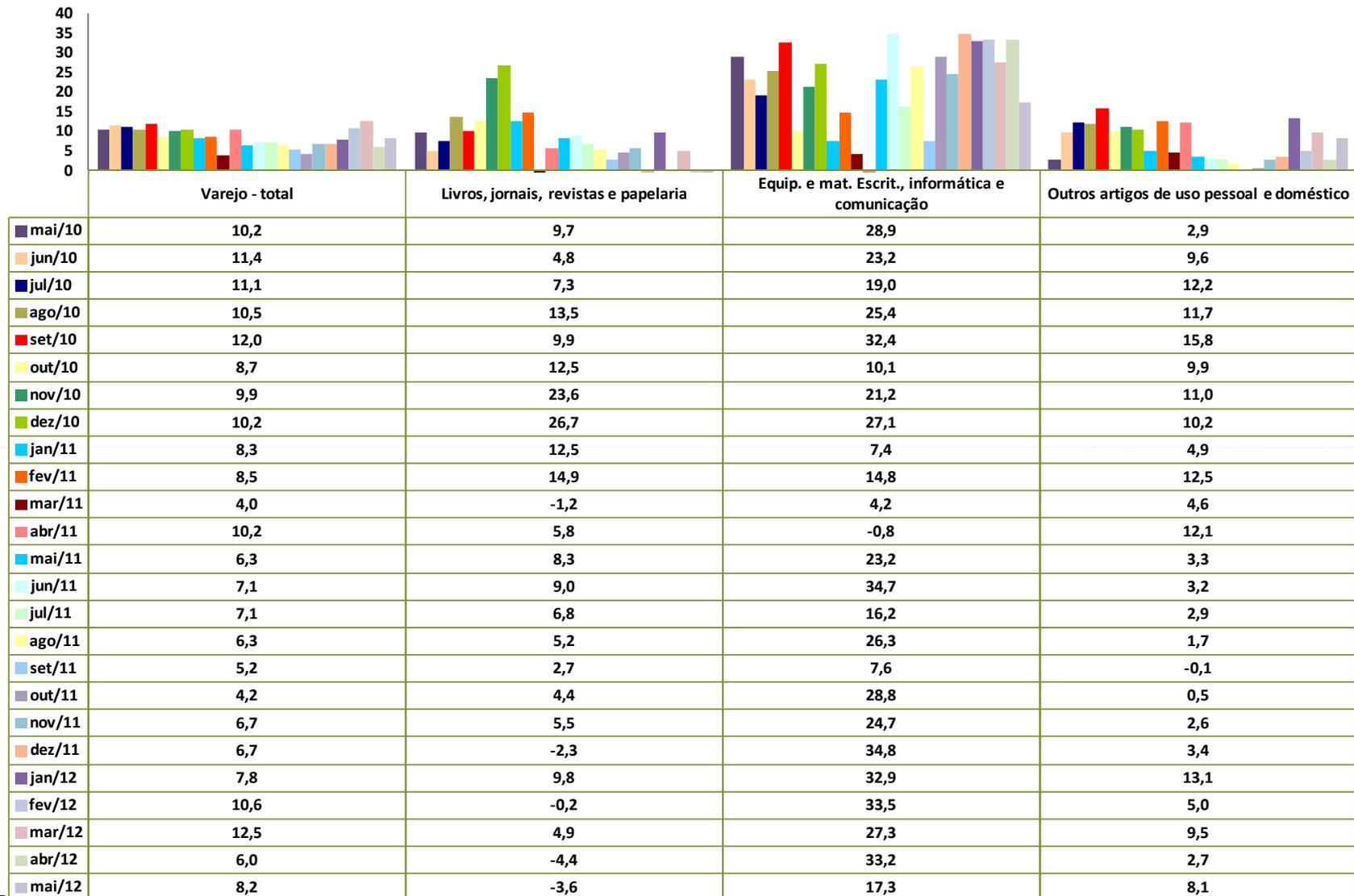
Desempenho do Comércio Varejista

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



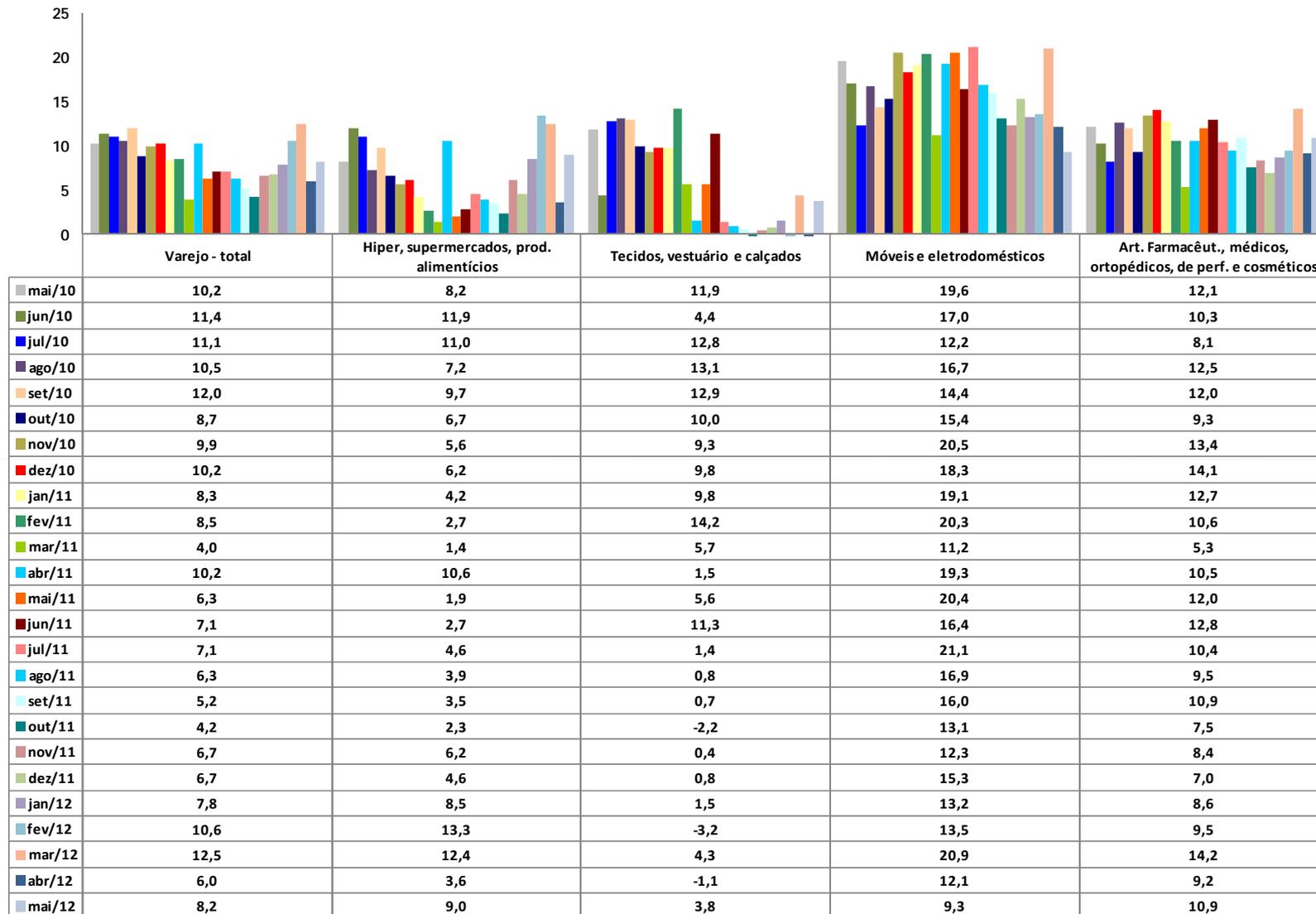
Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Mai/10-Mai/12



Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Mai/10-Mai/12



GeneralShopping BRASIL

Visão Geral da GSB



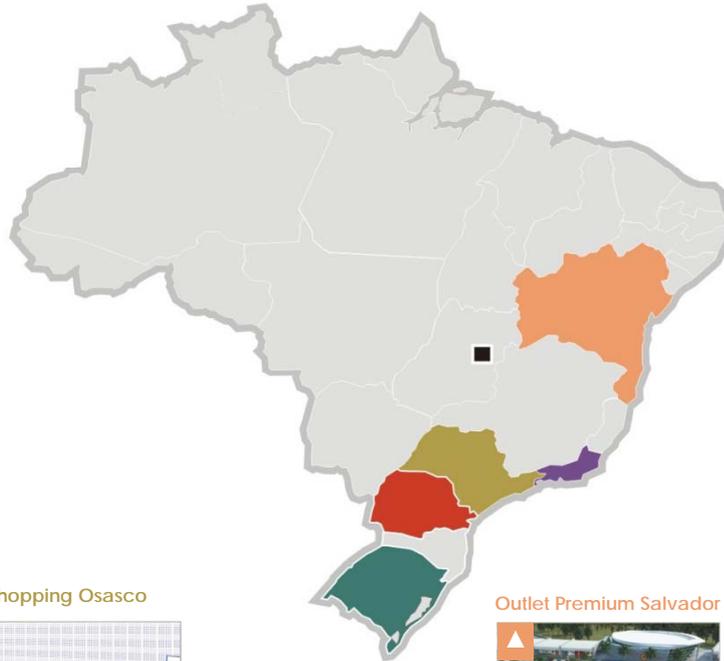
- Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo
- Classes de consumidores B e C como alvo
- Inovação em serviços complementares
- Participação majoritária: média de 81,5%

- 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.”

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%	75.958	75.958	-
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	100,0%	24.437	24.437	-
	81,5%	312.950	255.073	18.353

Greenfield	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)
Parque Shopping Sulacap	51,0%	29.932	15.265
Outlet Premium Salvador	98,0%	27.000	26.460
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
Parque Shopping Maia	96,5%	27.896	26.920
Unimart Shopping Atibaia	100,0%	24.760	24.760
	88,0%	135.318	119.135

Distribuição Geográfica



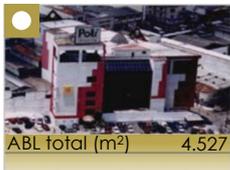
Internacional Shopping Guarulhos



Top Center Shopping



Poli Shopping Guarulhos



Poli Shopping Osasco



Santana Parque Shopping



Suzano Shopping



Shopping Bonsucesso



Unimart Shopping Atibaia



Outlet Premium Salvador



Shopping Light



Shopping do Vale



Outlet Premium São Paulo



Parque Shopping Maia



Parque Shopping Prudente



Cascavel JL Shopping



Parque Shopping Sulacap



Parque Shopping Barueri



Auto Shopping



Unimart Shopping Campinas



Centro de Convenções



Outlet Premium Brasília

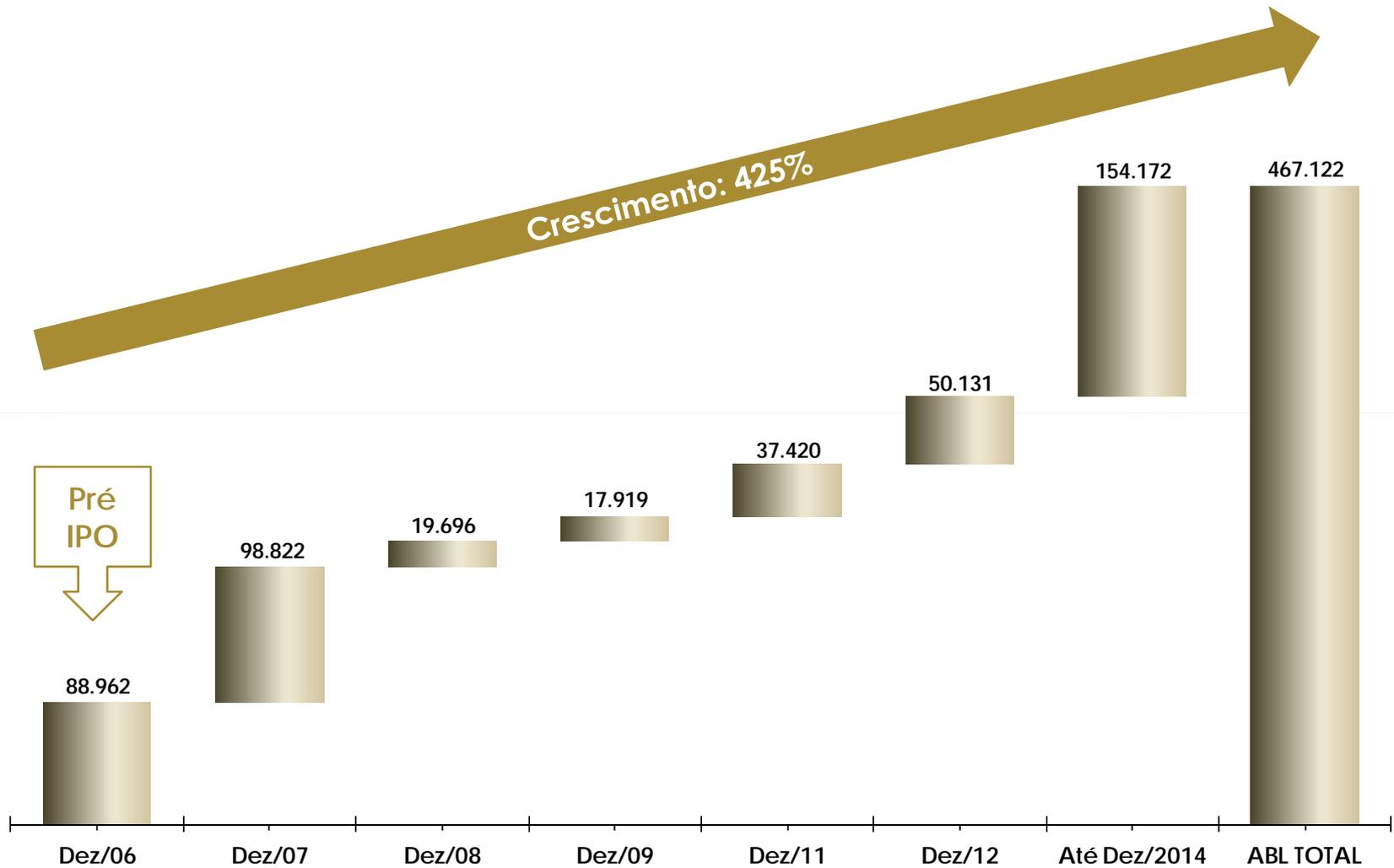


Região	PIB	Varejo
Sul e Sudeste	72.6%	71.6%

⁽¹⁾ Estimativa

Fonte: IBGE 2008

Evolução da ABL (m²)



Estratégia de Crescimento Diversificada

Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

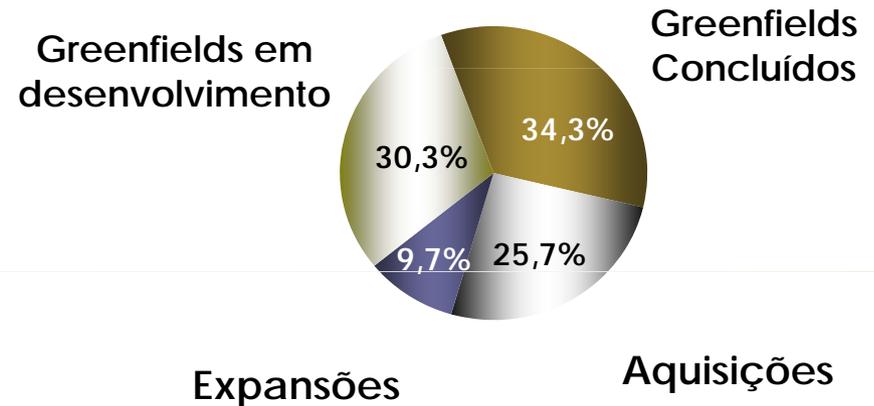
Expansão

- 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.



Outlet Premium São Paulo

Tipo: Greenfield

Participação: 50%

Área de influência (habitantes): Super Regional

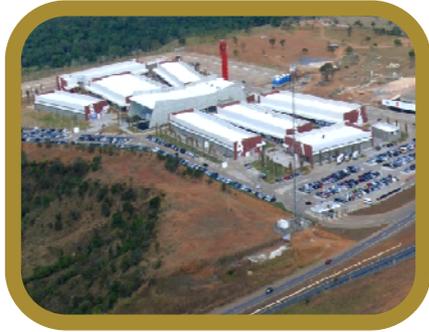
Taxa de Ocupação: 98,0% (inauguração) - 100,0% hoje

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

Outlet Premium São Paulo- Greenfield





Outlet Premium Brasília

Tipo: Greenfield

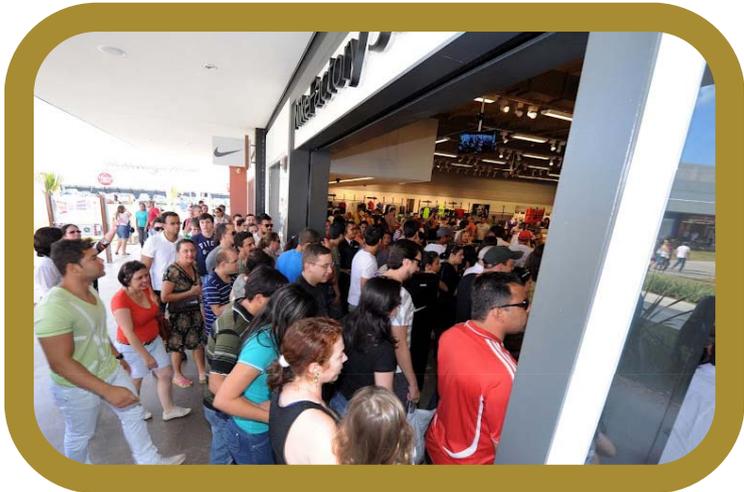
Participação: 50%

Área de influência (habitantes): Super Regional

Taxa de ocupação: 90% pré-comercializado

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

Outlet Premium Brasília





Outlet Premium Salvador

Tipo: Greenfield

Participação: 98%

Área de influência (habitantes): Super Regional

Descrição: Terceiro Outlet do país, com previsão de entrega para 2013. Localizado próximo a Salvador, a maior cidade do Nordeste, na rodovia de ligação ao litoral norte do estado, caminho dos resorts.

Outlet Premium Salvador - Greenfield





Unimart Shopping Campinas

Tipo: Open Lifestyle Center

Participação: 100%

% classe social B e C: 88%

Área de influência (habitantes): 277 mil

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.

Unimart Shopping Campinas – Lifestyle Case

Antes



Depois



Expansão – Parque Shopping Prudente

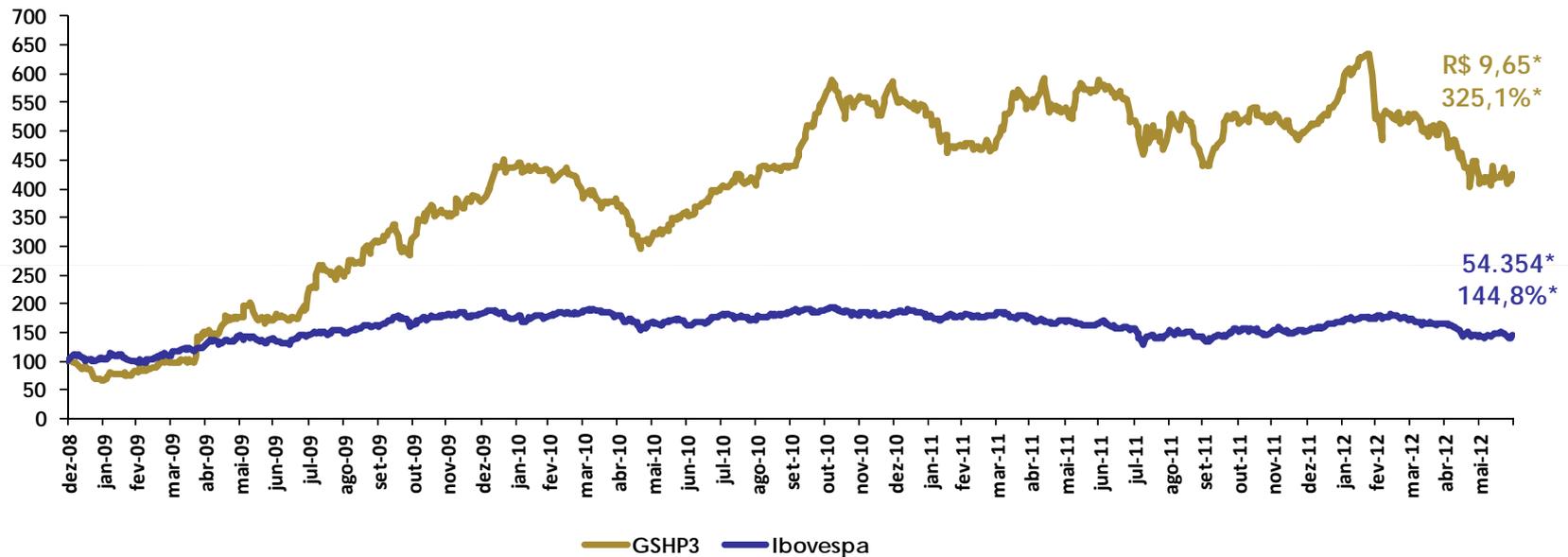


Serviços Complementares Crescentes

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	✓	✓	✓	✓
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	▶ 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 – 31/12/2008)



R\$ 9,65*
325,1%*

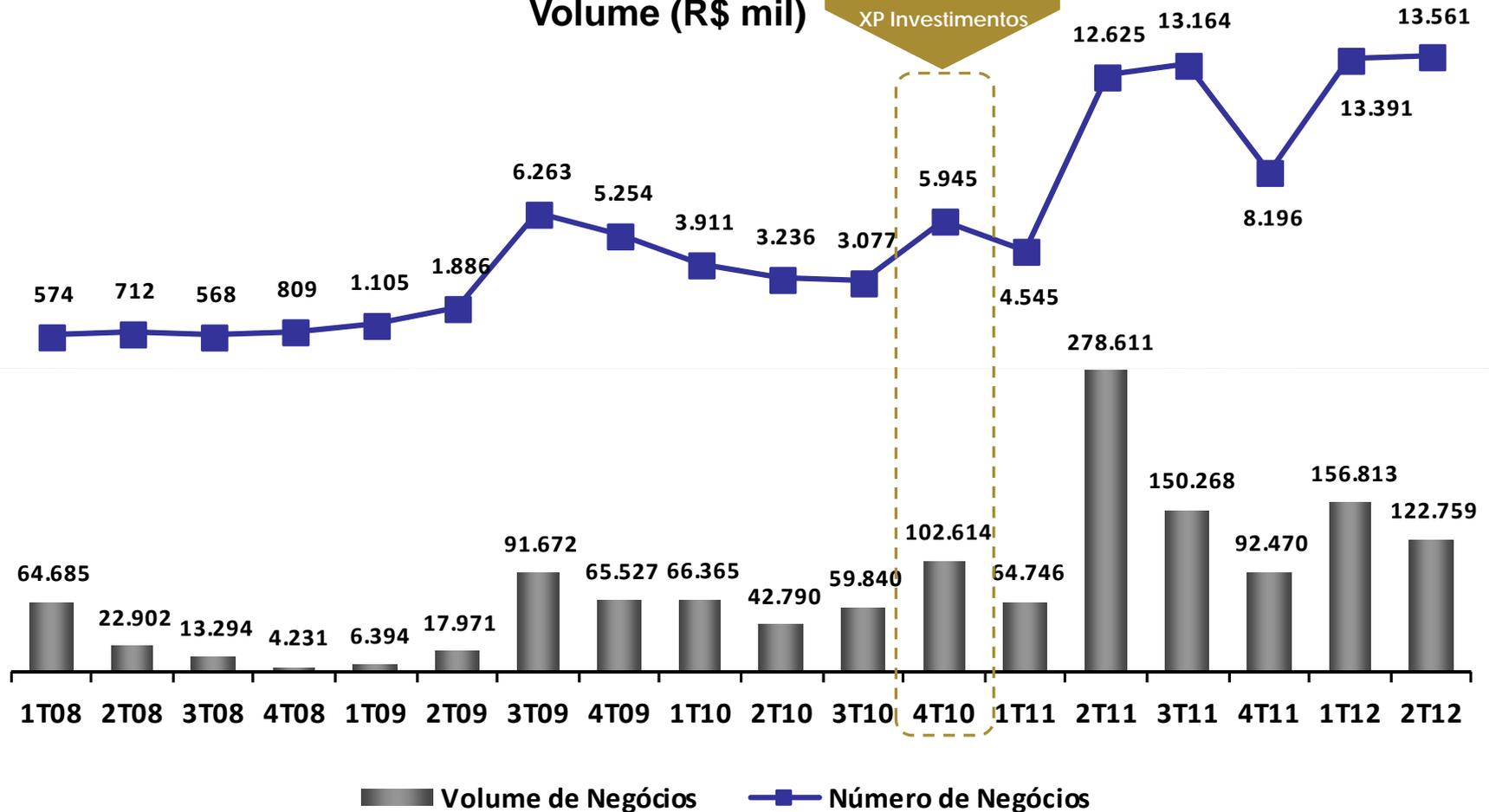
54.354*
144,8%*

— GSHP3 — Ibovespa

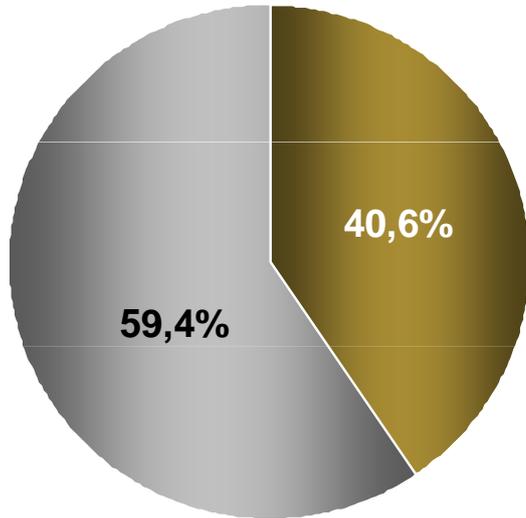
GSHP3

Volume (R\$ mil)

Contratação de novo Formador de Mercado
XP Investimentos



Estrutura Acionária



	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	60,9% - Brasileiros
		34,0% - Estrangeiros
		5,1% - Varejo
Total	50.480.600	-

■ Free float ■ Controlador

Listada desde Julho de 2007

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



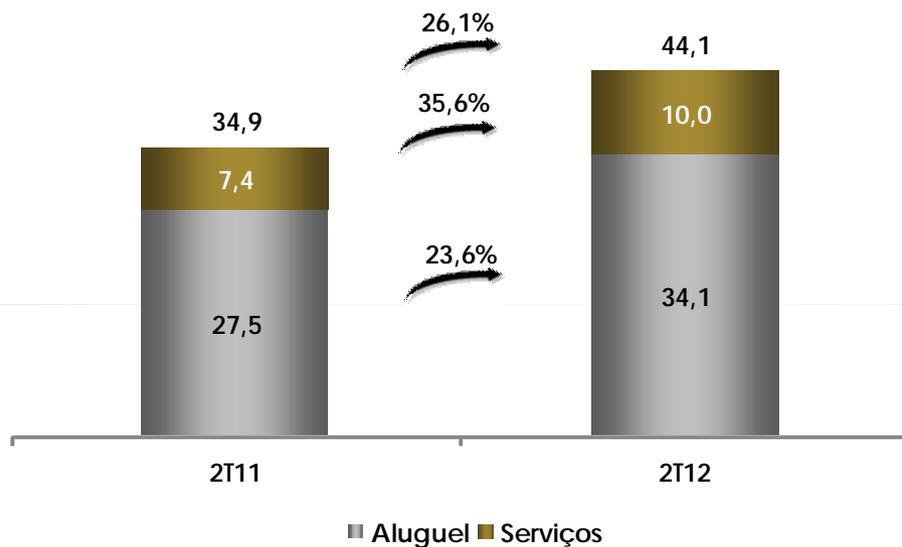
GeneralShopping BRASIL

Desempenho Financeiro

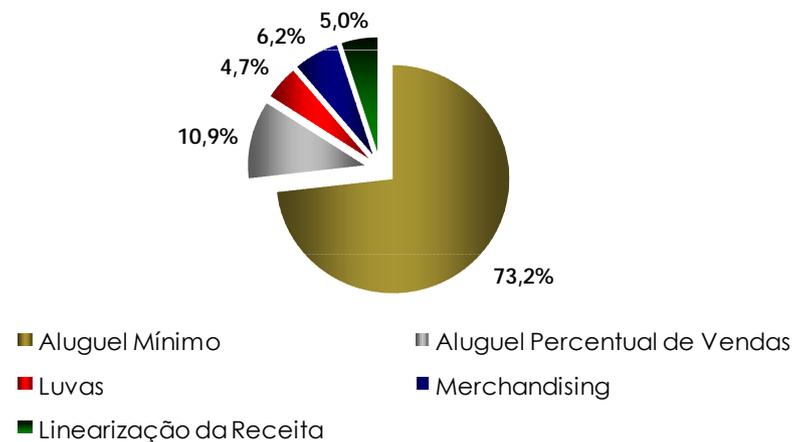


Receita Bruta Total – R\$ milhões

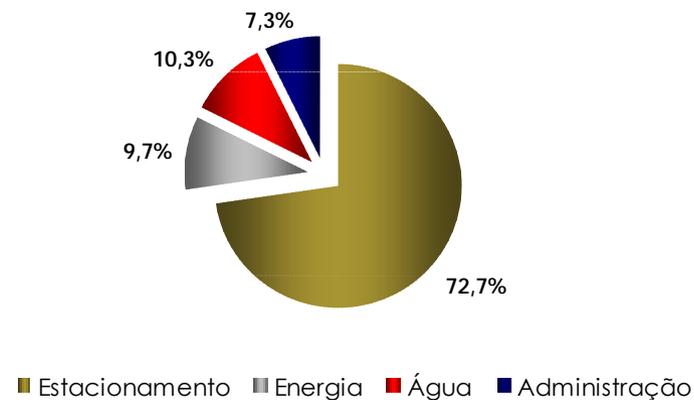
EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA



RECEITA DE ALUGUÉIS - 2T12

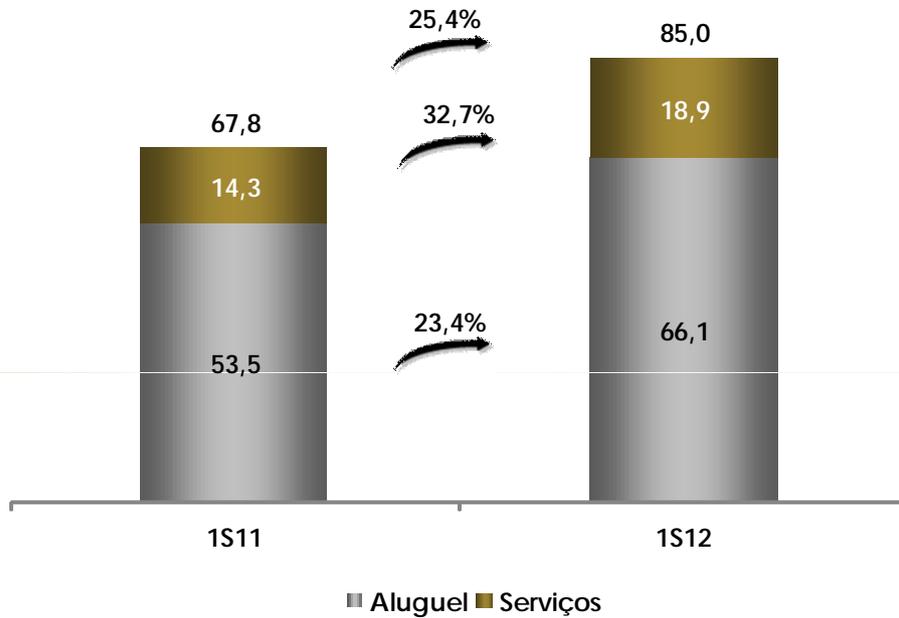


RECEITA DE SERVIÇOS - 2T12

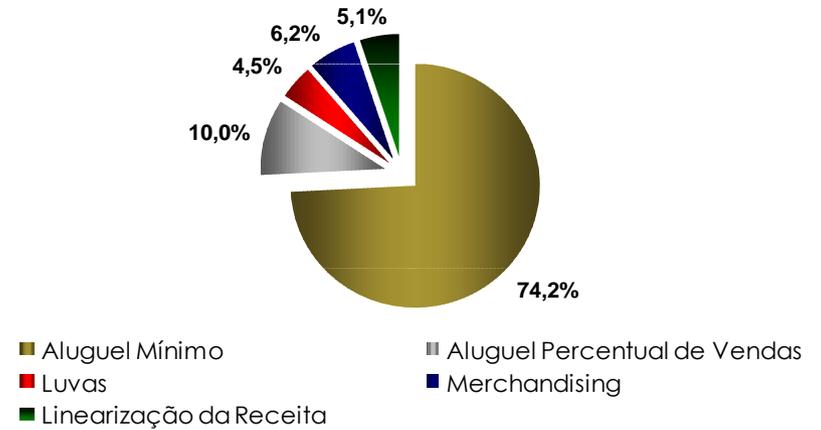


Receita Bruta Total – R\$ milhões

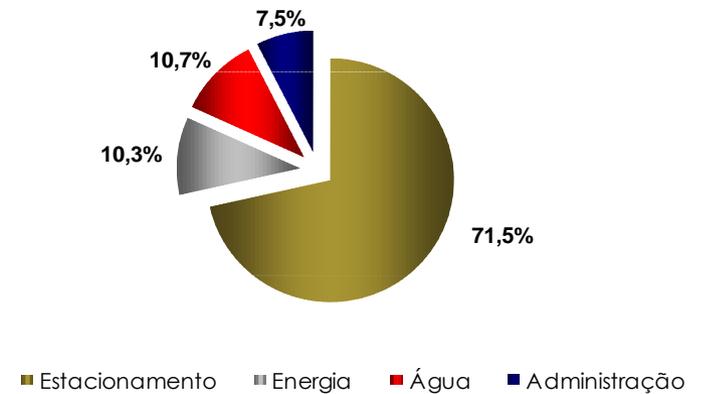
EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA



RECEITA DE ALUGUÉIS - 1S12

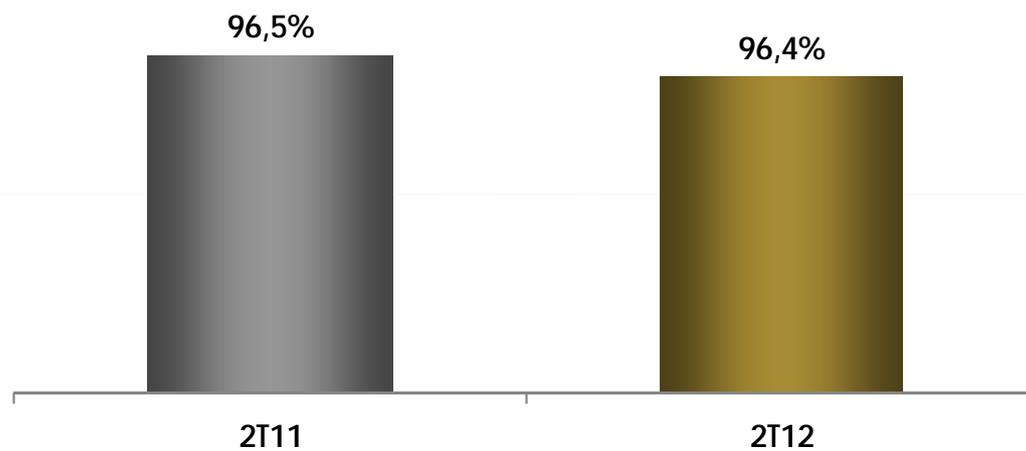


RECEITA DE SERVIÇOS - 1S12



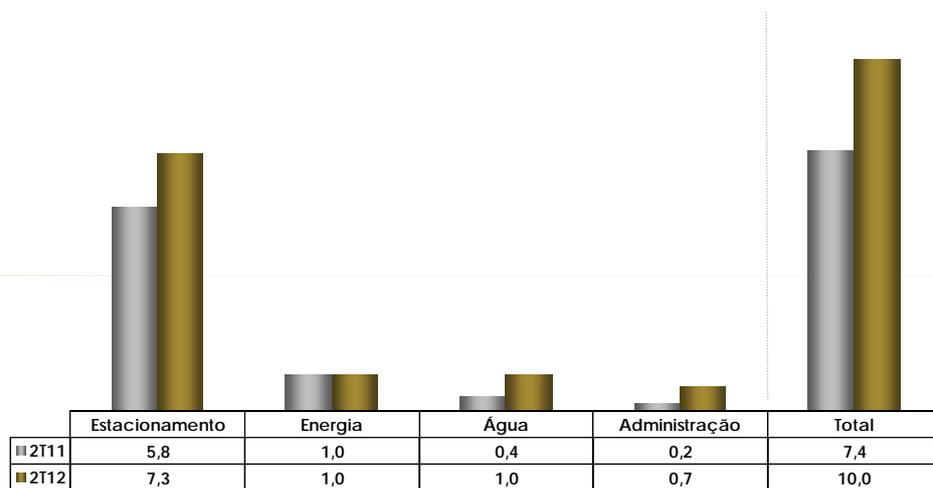
Descrição	2T11	2T12	Var %	1S11	1S12	Var %
GSB (Total)						
ABL Média (m²)	192.906	212.989	10,4%	191.503	212.989	11,2%
Aluguel (R\$/m²)	142,74	159,81	12,0%	279,44	310,16	11,0%
Serviços (R\$/m²)	38,30	47,02	22,8%	74,39	88,74	19,3%
Total (R\$/m²)	181,04	206,83	14,2%	353,83	398,90	12,7%

Evolução da Taxa de Ocupação

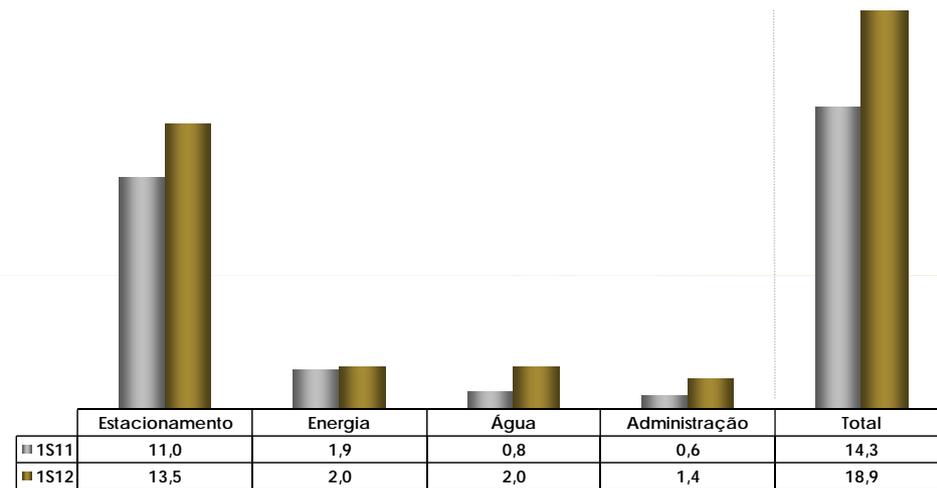


Receita de Serviços – R\$ milhões

Trimestre

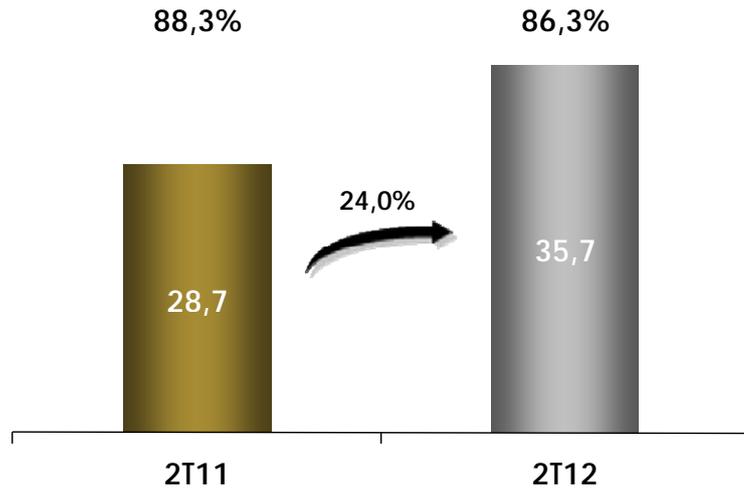


Semestre

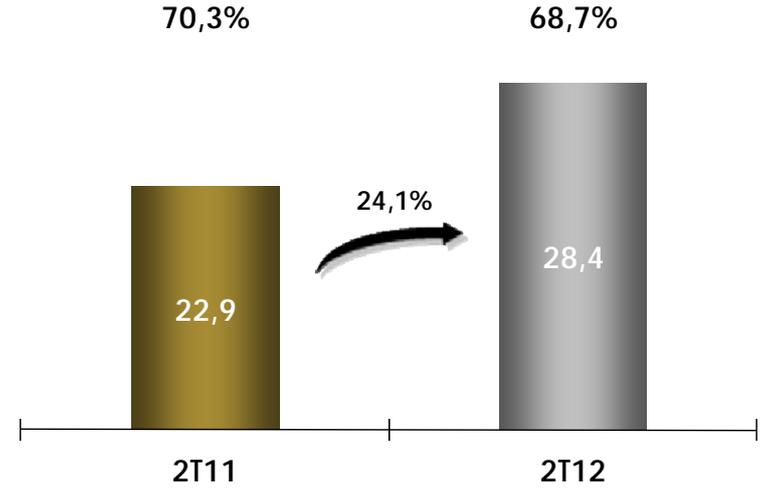


Indicadores Financeiros – R\$ milhões

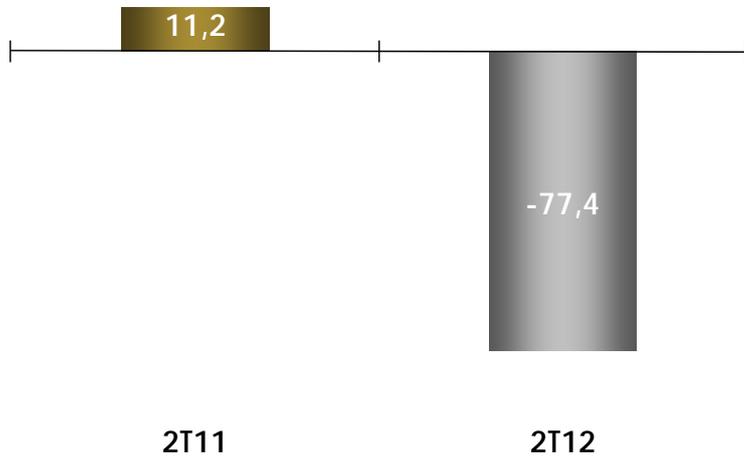
NOI Consolidado e Margem



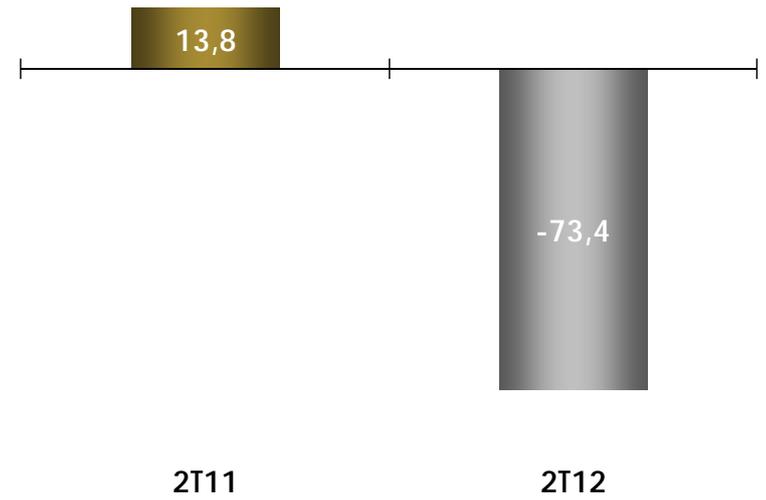
EBITDA Ajustado e Margem



Resultado Líquido Ajustado

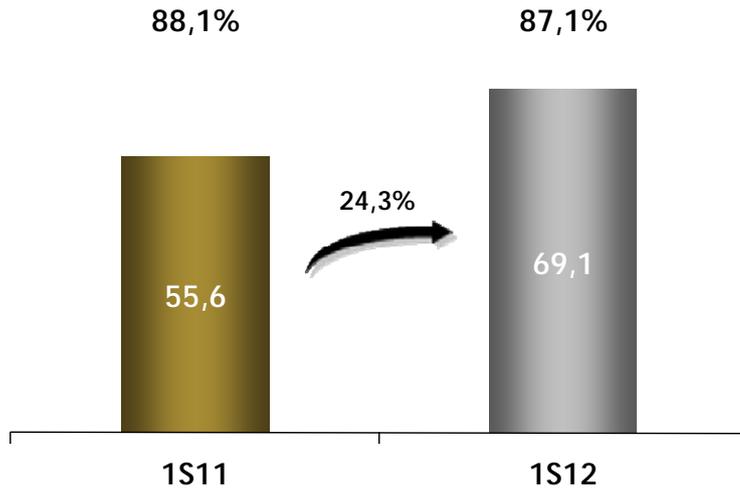


FFO Ajustado

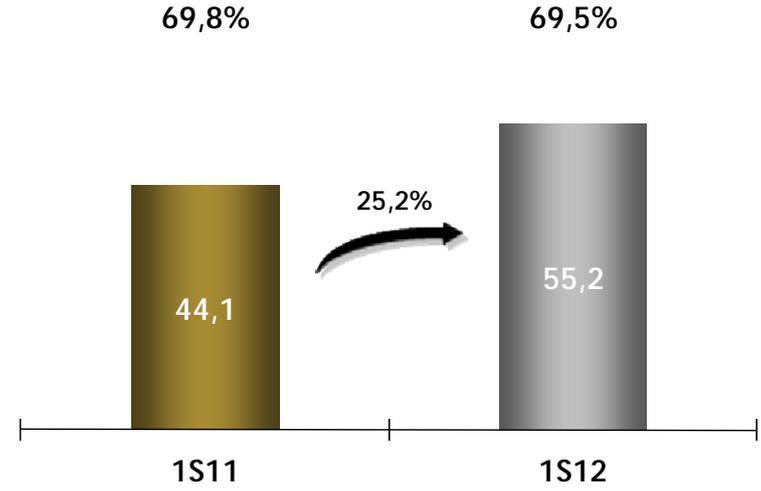


Indicadores Financeiros – R\$ milhões

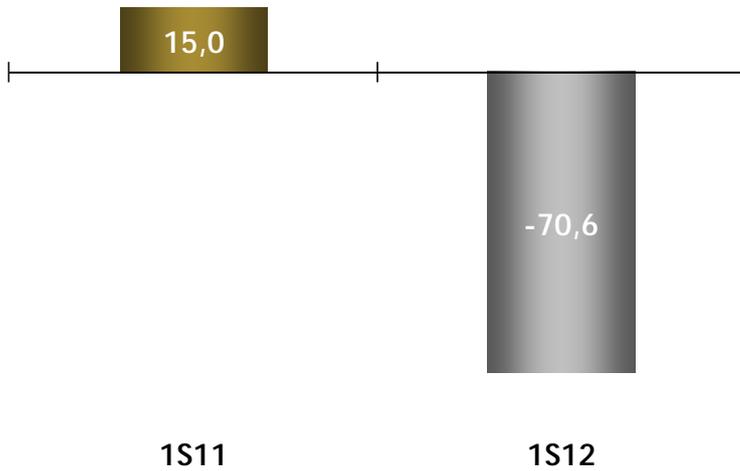
NOI Consolidado e Margem



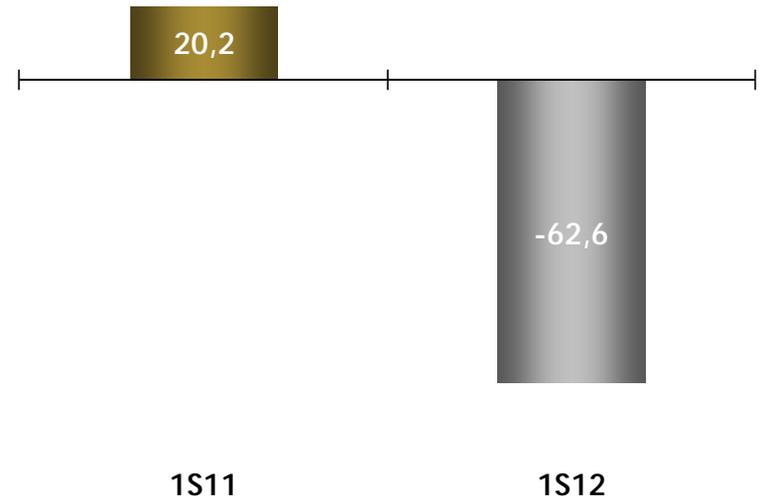
EBITDA Ajustado e Margem



Resultado Líquido Ajustado

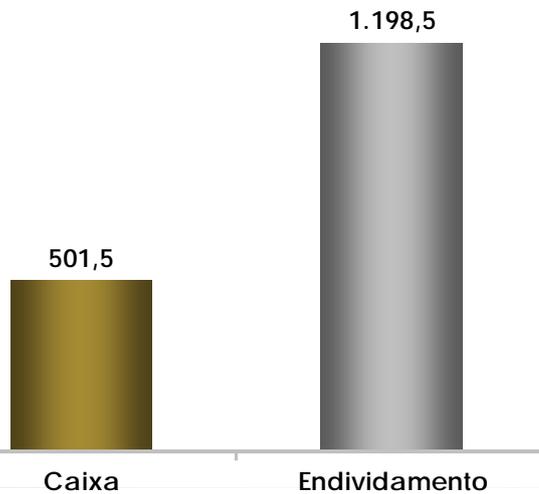


FFO Ajustado

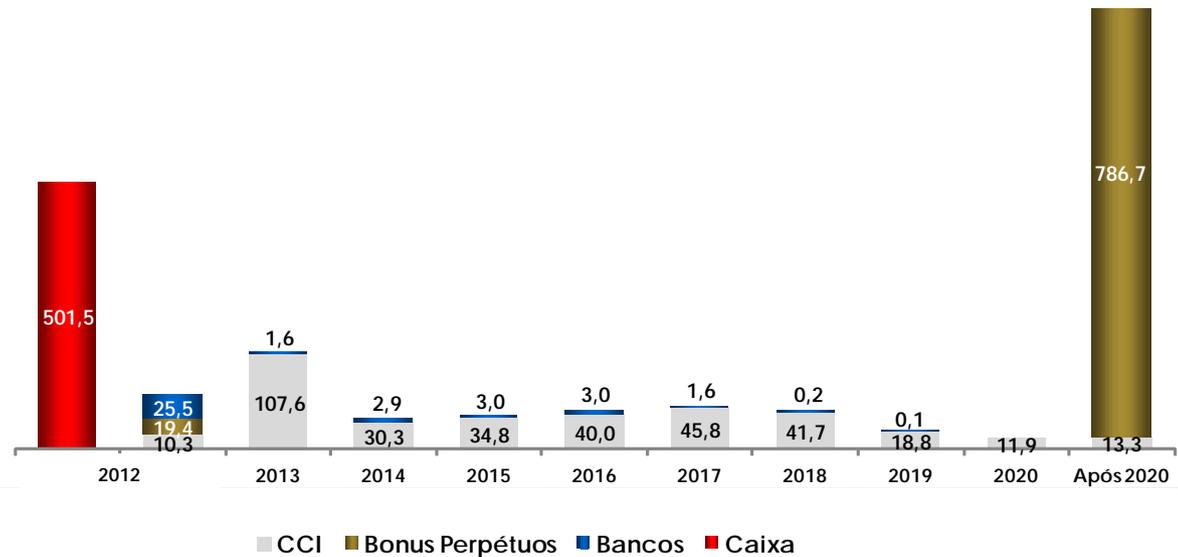


Caixa X Endividamento - R\$ milhões

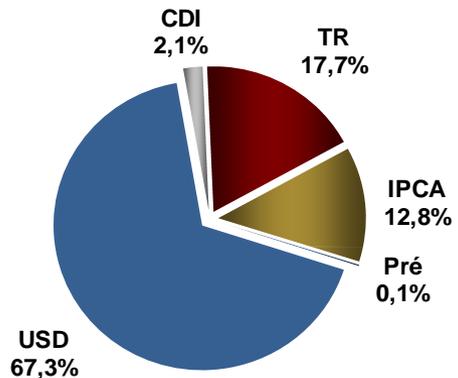
Caixa X Endividamento



CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO

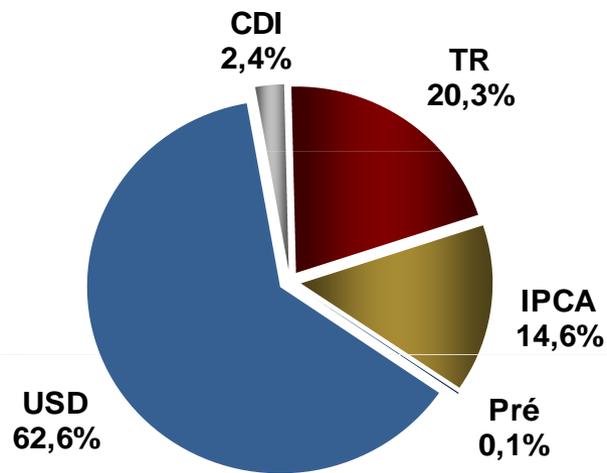


Composição do Endividamento

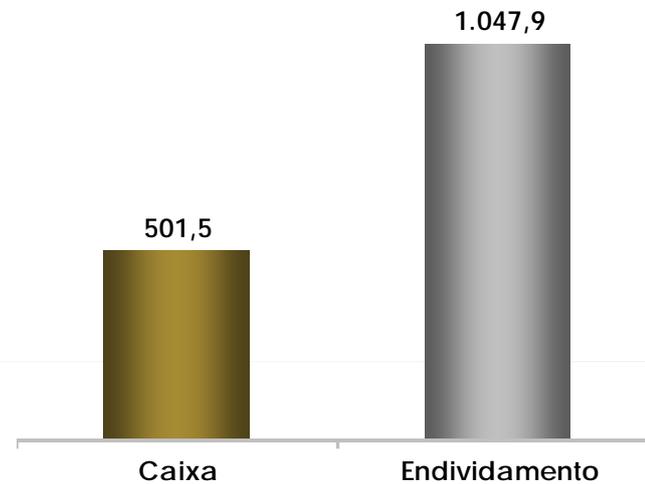


Cronograma de Amortização												
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Após 2020	Total	%
CCI	10,3	107,6	30,3	34,8	40,0	45,8	41,7	18,8	11,9	13,3	354,5	29,5%
Bancos	25,5	1,6	2,9	3,0	3,0	1,6	0,2	0,1	-	-	37,9	3,2%
Bonus Perpétuos	19,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	786,7	67,3%
Total	55,2	109,2	33,2	37,8	43,0	47,4	41,9	18,9	11,9	800,0	1.198,5	100,0%

Composição do Endividamento

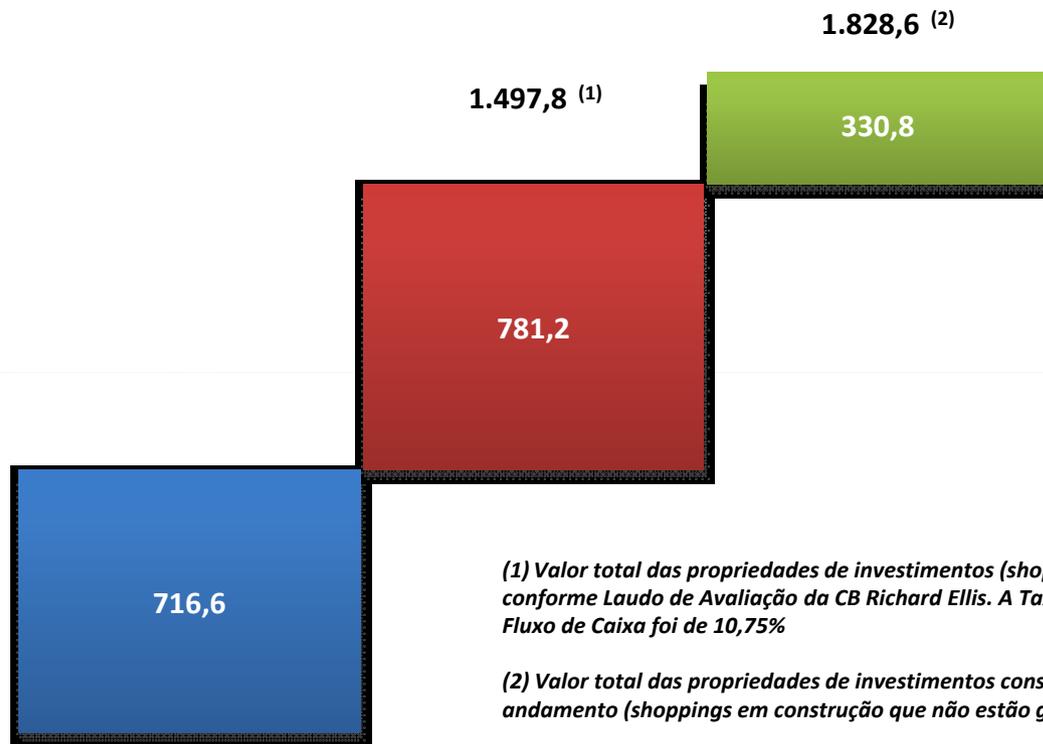


Caixa X Endividamento



(*) Considerado 50% do saldo do Bônus Perpétuo Subordinado como Equity.

Propriedade de Investimentos



(1) Valor total das propriedades de investimentos (shoppings em operação) conforme Laudo de Avaliação da CB Richard Ellis. A Taxa média de desconto ao Fluxo de Caixa foi de 10,75%

(2) Valor total das propriedades de investimentos considerando as obras em andamento (shoppings em construção que não estão gerando receitas)

■ 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

11 3159-5100

dri@generalshopping.com.br

www.generalshopping.com.br