



# 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.*

**Destaques**

---

**Panorama do Setor**

---

**Visão Geral da GSB**

---

**Desempenho Financeiro**

---

# Destaques

- ✓ Receita bruta totaliza R\$ 21,3 milhões no 2T08, crescimento de 74,3% em relação aos R\$ 12,2 milhões do 2T07. No 1S08, receita bruta alcança R\$ 41,2 milhões, aumento de 67,7% em relação ao 1S07
- ✓ Aluguéis “mesmas lojas” do 2T08 crescem 10,5% sobre o 2T07
- ✓ NOI consolidado alcança R\$ 16,6 milhões no 2T08, com margem de 84,2% e crescimento de 104,9% em relação aos R\$ 8,1 milhões do 2T07. No 1S08, NOI totaliza R\$ 31,6 milhões, com margem de 83,5% e crescimento de 86,9% em relação a 1S07
- ✓ NOI/m<sup>2</sup> “mesmas lojas” do 2T08 cresce 39,2% sobre 2T07
- ✓ Lucro bruto totaliza R\$ 13,8 milhões no 2T08, com margem de 70,0% e crescimento de 97,1% em relação aos R\$ 7,0 milhões do 2T07. No 1S08, lucro bruto soma R\$ 25,1 milhões, com margem de 66,3% e crescimento de 87,9% em comparação ao 1S07
- ✓ Ebitda ajustado alcança R\$ 14,6 milhões no 2T08, com margem de 73,9%, um crescimento de 96,0% em comparação aos R\$ 7,5 milhões do 2T07. No 1S08, o Ebitda ajustado alcança R\$ 27,7 milhões, crescimento de 76,3% em relação ao 1S07
- ✓ Vacância “mesmas lojas” cai de 2,5% no 2T07 para 1,4% no 2T08. Vacância total da companhia cai para 3,7% no 2T08
- ✓ Companhia capta R\$ 180 milhões em operação de securitização imobiliária com prazo de 10 anos e taxa de juros de 11% ao ano indexada pela TR





# Indicadores Econômicos

<b>Data</b>	<b>Indicador Inflação IPCA <sup>(1)</sup></b>	<b>Taxa de Desocupação <sup>(2)</sup></b>
jan-07	0,44%	9,30%
fev-07	0,44%	9,90%
mar-07	0,37%	10,10%
abr-07	0,25%	10,10%
mai-07	0,28%	10,10%
jun-07	0,28%	9,70%
jul-07	0,24%	9,50%
ago-07	0,47%	9,50%
set-07	0,18%	9,00%
out-07	0,30%	8,70%
nov-07	0,38%	8,20%
dez-07	0,74%	7,40%
jan-08	0,54%	8,00%
fev-08	0,49%	8,70%
mar-08	0,48%	8,60%
abr-08	0,55%	8,50%
mai-08	0,79%	7,90%
jun-08	0,74%	7,80%

Fonte: IBGE

Fonte: PME - IBGE

# Crescimento Varejista de Julho de 2007 a Junho de 2008

Atividades	Crescimento anual (%)											
	jul-07	ago-07	set-07	out-07	nov-07	dez-07	jan-08	fev-08	mar-08	abr-08	mai-08	jun-08
Super e hipermercados	5,1	6,5	6,6	5,5	6,4	6,2	8,5	8,3	8,5	0,3	8,2	1,3
Alimentos, vest. e calçados	10,4	13,0	7,0	15,2	12,2	9,7	15,4	12,5	11,9	19,5	3,6	10,2
Eletrônicos e eletrodomésticos	18,2	17,2	12,7	13,8	15,6	11,8	16,0	22,3	14,3	27,8	16,1	16,1
Prod. farmacêut., med., cosm. e de perfumaria	9,9	11,1	9,5	12,1	9,4	12,2	16,2	14,0	9,6	14,8	12,9	8,9
Equip. mat. escrit. informática e comunicação	34,0	35,3	30,3	38,5	37,7	39,1	24,7	39,6	24,8	23,3	29,9	40,1
Impressos, jornais, ver. e papelaria	9,7	11,9	4,8	6,8	9,0	6,4	8,1	17,9	7,1	10,5	9,9	12,3
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	24,2	24,4	16,5	22,7	24,2	20,5	29,6	27,5	23,7	10,2	10,6	19,3
Veículos e motos, partes e peças	22,8	26,0	20,1	30,0	22,0	13,5	20,9	30,6	14,6	29,2	14,0	26,5

Fonte: IBGE





**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
- Inovação em operações e modelos de shopping centers

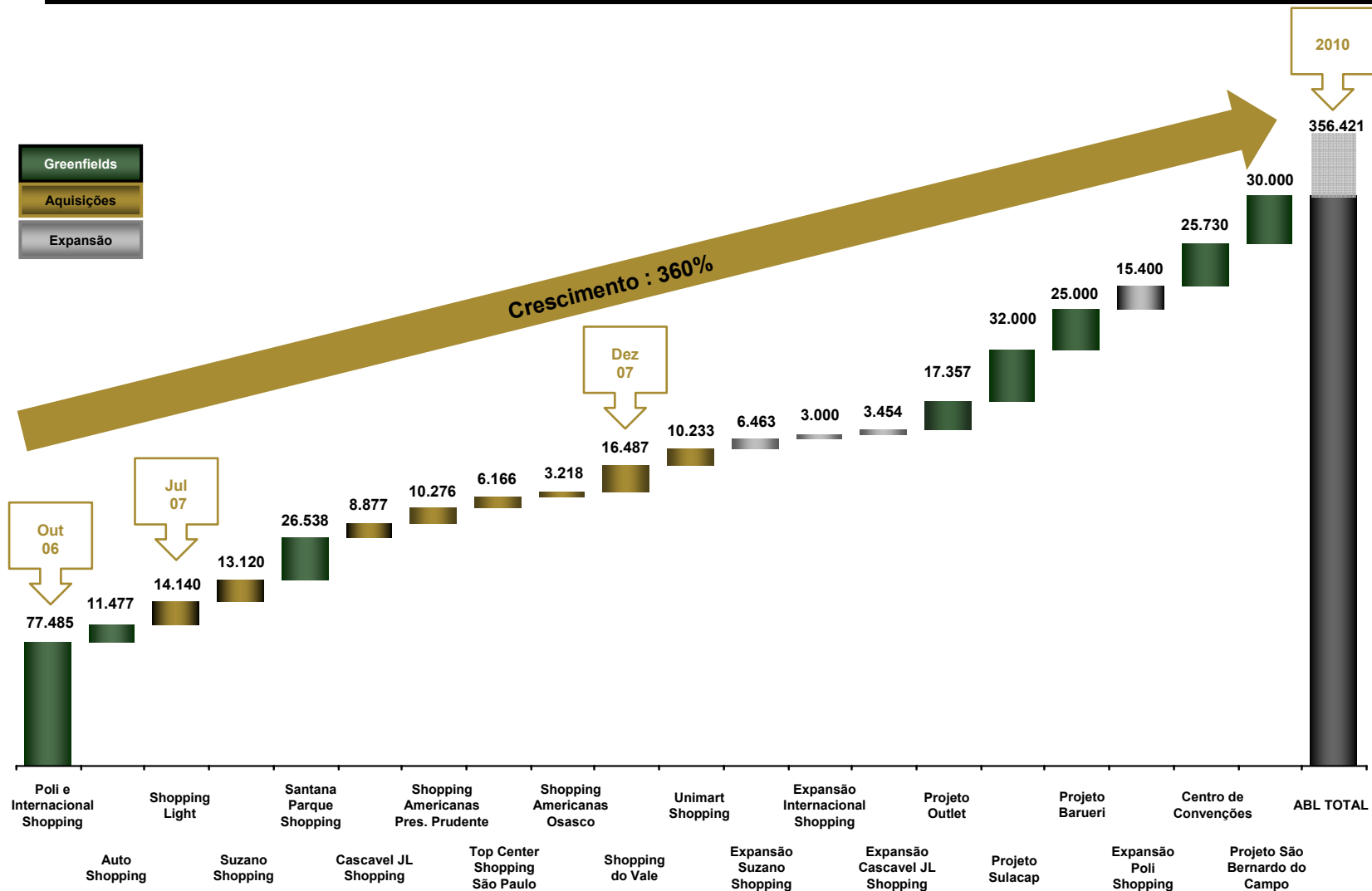
# General Shopping Brasil

Shopping Center	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )	Nº Lojas	Visitantes/Ano (em milhares)	Expansões ABL Própria (m <sup>2</sup> )
Poli Shopping	50,0%	4.527	2.264	52	6.000	15.400
Internacional Shopping	100,0%	72.958	72.958	292	23.500	3.000
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	12.000	-
Suzano Shopping	100,0%	13.120	13.120	170	9.000	6.463
Cascavel JL Shopping	85,5%	8.877	7.590	80	3.360	2.953
Top Center Shopping	100,0%	6.166	6.166	55	4.000	-
Americanas Prudente	100,0%	10.276	10.276	56	4.000	-
Americanas Osasco	100,0%	3.218	3.218	19	1.500	-
Shopping do Vale	84,4%	16.487	13.913	94	2.000	-
Shopping Unimart	100,0%	10.233	10.233	91	6.480	-
	<b>86,7%</b>	<b>198.017</b>	<b>171.576</b>	<b>1.299</b>	<b>71.840</b>	<b>27.816</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>

considerando opção adicional de 20,0% da participação

## Evolução da ABL Total (m²)



# Serviços Complementares Crescentes

Atlas

## 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%

ISG Adm

▶ Administra as operações de shopping centers

100%

ASG Adm

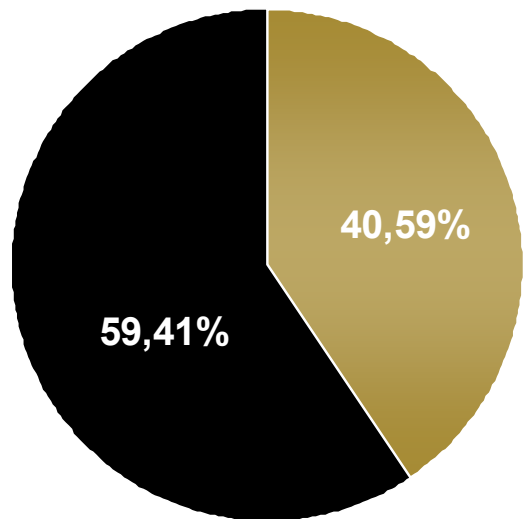
▶ Administra as operações do Auto Shopping

	Administração	Estacionamento	Água	Energia
ISG	✓	✓	✓	✓
Auto	✓	✓	✓	✓
Poli	✓	✓	✓	✓
Light	✓	✓	✓	✓
Santana	✓*	✓	✓	✓
Suzano	✓	✓	✓	✓
Cascavel	✓	✓	✓	✓
Americ. Pres Prudente	✓	✓	✓	✓
Americ. Osasco	✓	✓		
Top Center	✓		✓	
Do Vale	✓	✓	✓	✓
Unimart	✓	✓	✓	✓

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



# 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

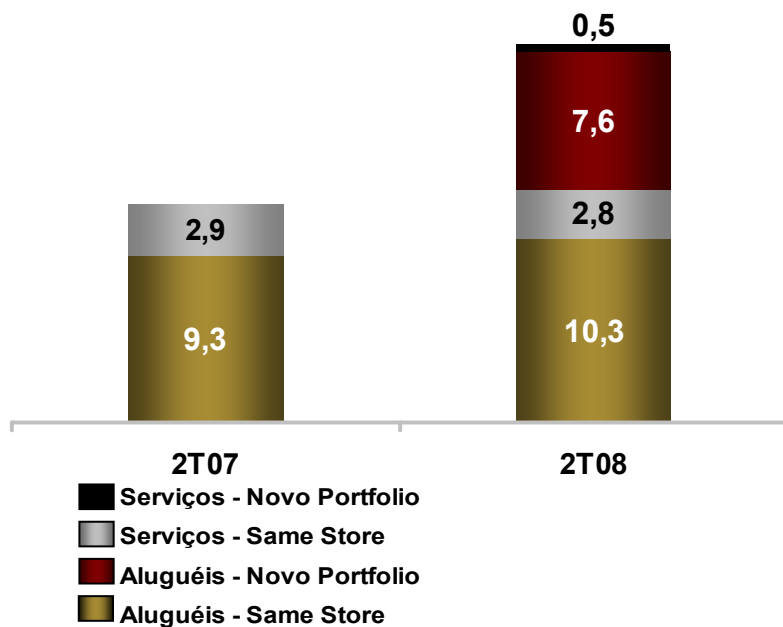




**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

**Desempenho Financeiro**

# Receita Bruta Total



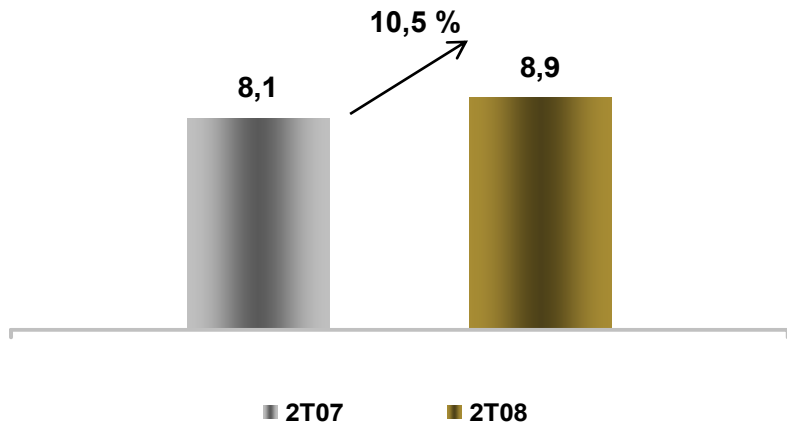
Same Store	1T08	2T08	Var.
ABL (mil)	86.699	86.699	-
ABL (%)	50,5%	50,5%	-
Aluguéis (R\$ / m <sup>2</sup> )	116,4	118,8	2,1%
Serviços (R\$ / m <sup>2</sup> )	27,9	32,5	16,6%

Novo Portfólio	1T08	2T08	Var.
ABL (mil)	84.877	84.877	-
ABL (%)	49,5%	49,5%	-
Aluguéis (R\$ / m <sup>2</sup> )	81,5	89,6	10,0%
Serviços (R\$ / m <sup>2</sup> )	6,0	6,3	4,2%

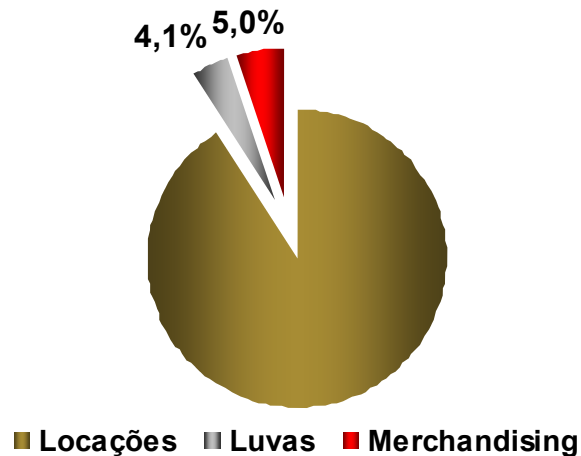
	2T07		2T08		Var.
	R\$ Milhões	%	R\$ Milhões	%	
Aluguéis	9,3	76,5%	17,9	84,2%	92,0%
Serviços	2,9	23,5%	3,4	15,8%	16,7%
<b>Total</b>	<b>12,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>21,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>74,3%</b>

# Receita de Aluguéis

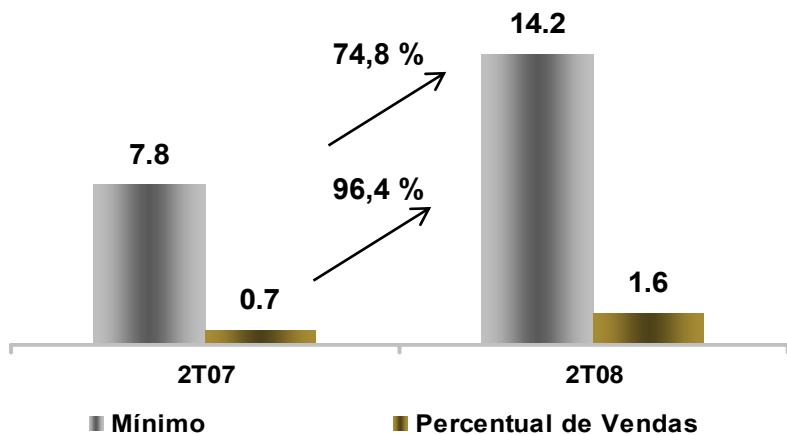
## Same Store Lease



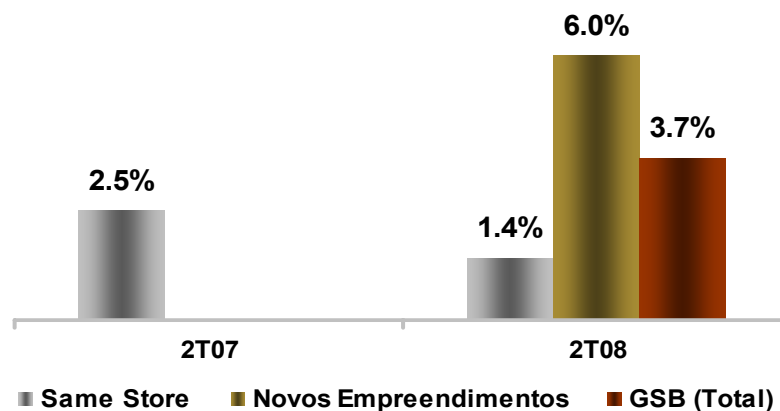
## Receitas de Aluguéis - 2T08



## Mínimo x Percentual de Vendas

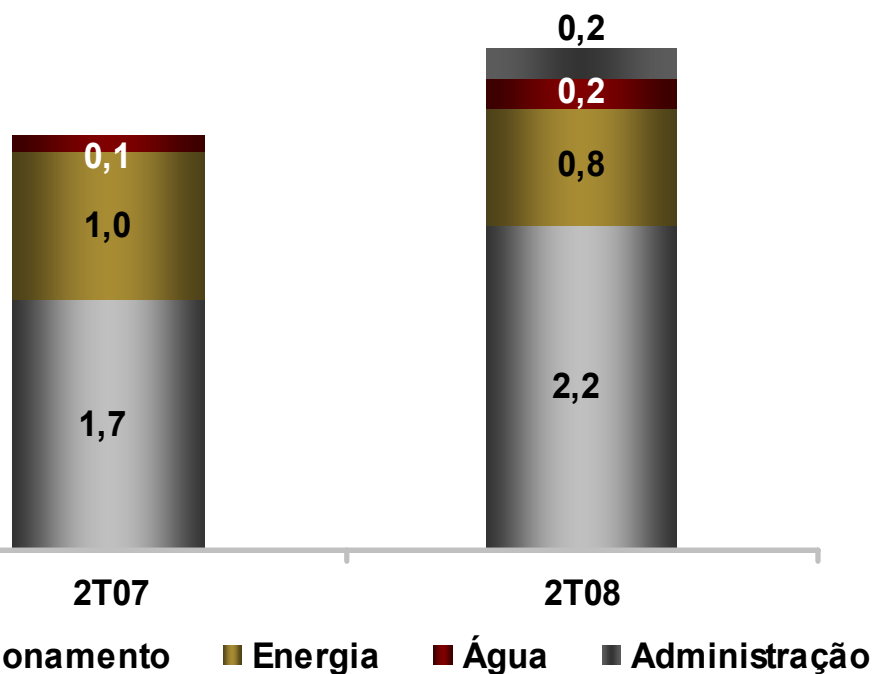


## Evolução da Vacância



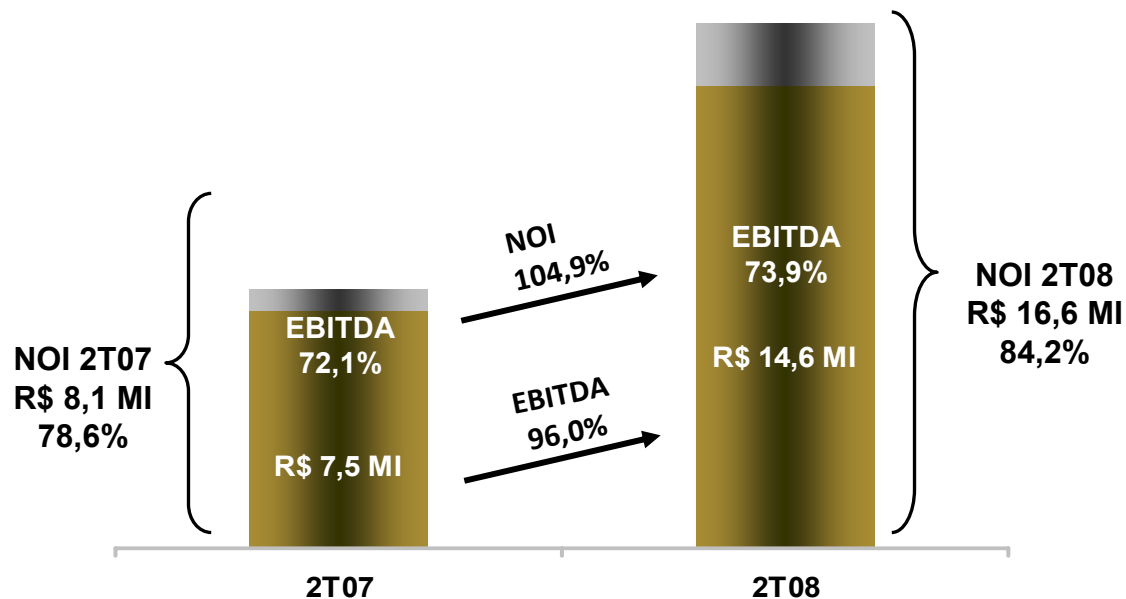


## Receita de Serviços



Serviços	2T08	%	2T08 X 2T07
Estacionamento	2,2	65,8%	26,9%
Energia	0,8	24,1%	-17,6%
Água	0,2	5,5%	48,6%
Administração	0,2	4,6%	466,7%
<b>Total</b>	<b>3,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>16,7%</b>

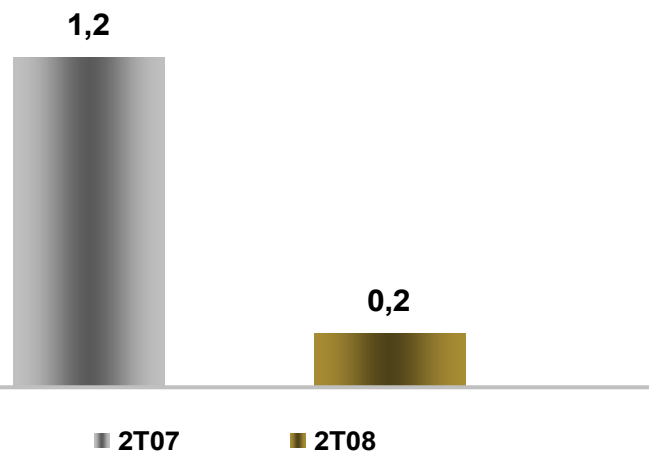
# NOI x EBITDA Ajustado



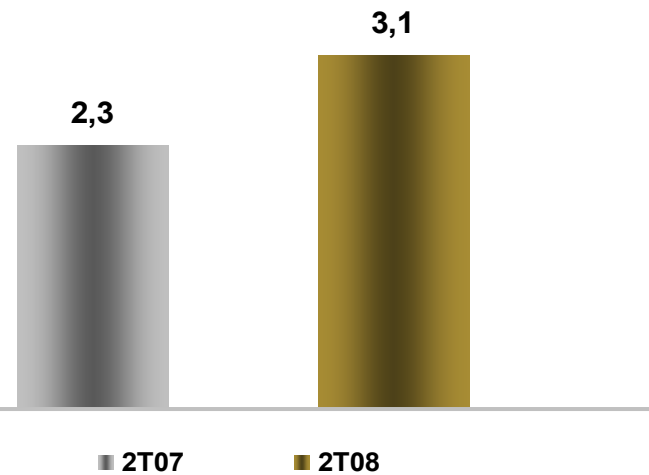
	2T07	% (Rec. Liq.)	2T08	% (Rec. Liq.)
Cash Cogs	2,2	21,4%	3,1	15,8%
Despesas	0,7	6,5%	2,0	10,3%

# Lucro Líquido Ajustado X FFO Ajustado

Lucro Líquido Ajustado (R\$MM)

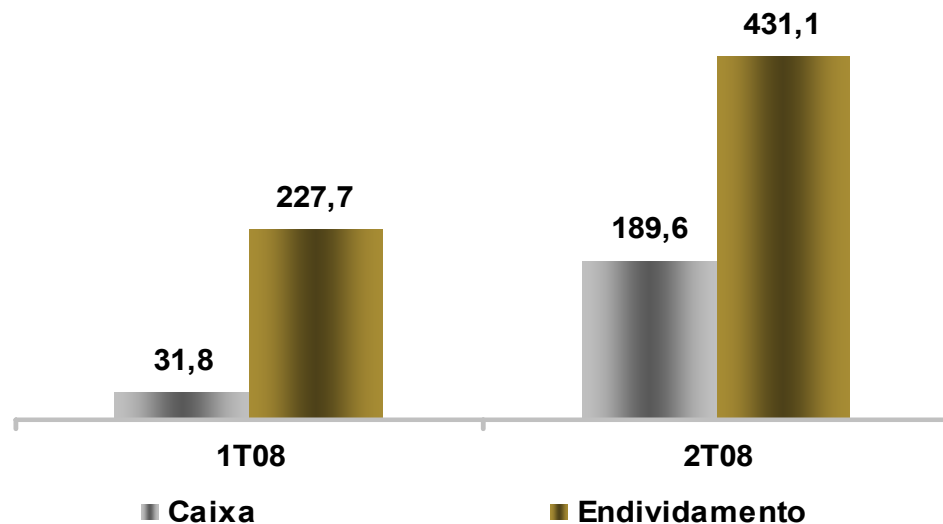


FFO Ajustado (R\$MM)



	2T07		2T08	
	R\$ MM	% Rec Líq.	R\$ MM	% Rec Líq.
Lucro Líquido Ajustado	1,2	11,2%	0,2	1,2%
FFO Ajustado	2,3	21,9%	3,1	15,6%

# Caixa X Endividamento – R\$ MM

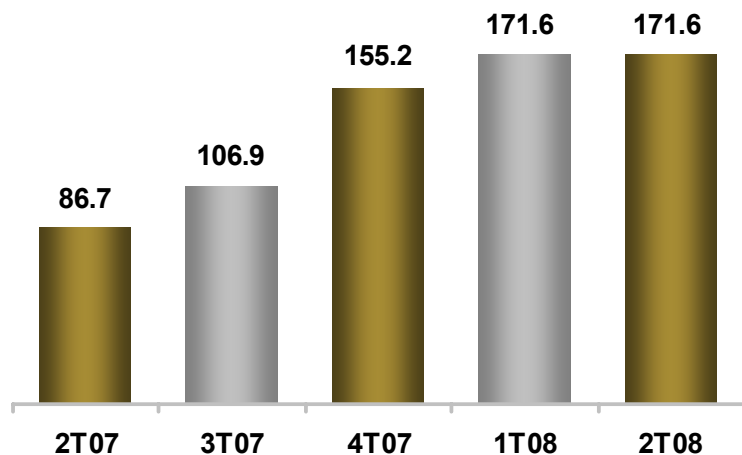


Cronograma de Amortização						
	2008	2009	2010	Após 2010	Total	%
BNDES	6,1	89,6	19,6	0,0	115,3	26,7%
Outros Bancos	111,0	8,8	0,0	0,0	119,8	27,8%
CCI	10,0	26,2	24,8	135,0	196,0	45,5%
<b>Total</b>	<b>127,1</b>	<b>124,6</b>	<b>44,4</b>	<b>135,0</b>	<b>431,1</b>	<b>100%</b>

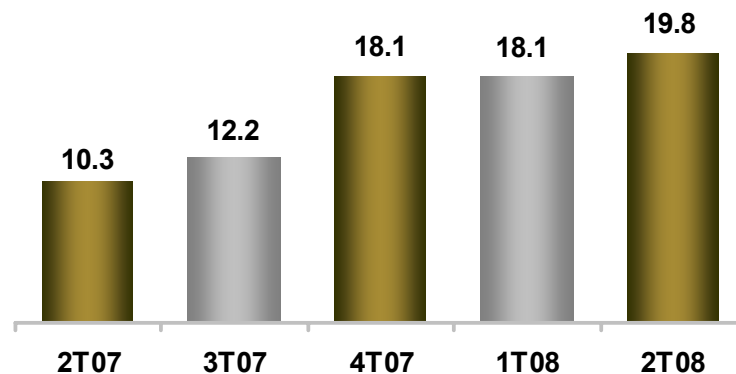


# Indicadores de Performance

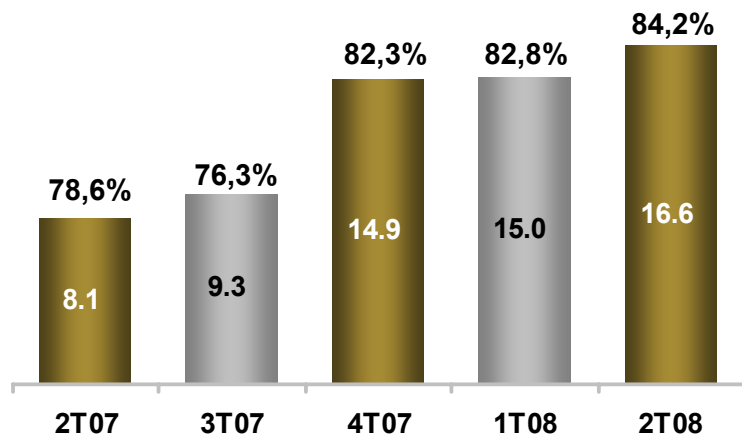
## ABL própria (milhares de m<sup>2</sup>)



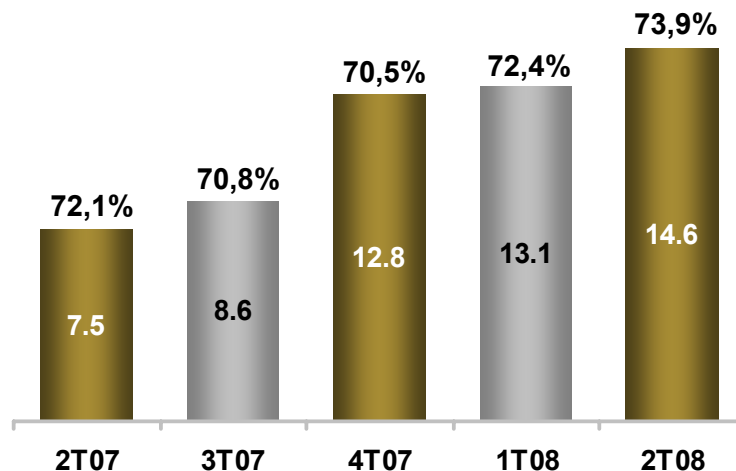
## Receita Líquida - R\$ (MM)



## NOI (R\$MM)



## EBITDA Ajustado (R\$ MM)



## 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)