

GeneralShopping^{BRASIL}



Apresentação dos Resultados
2T14

www.generalshopping.com.br

Aviso importante

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

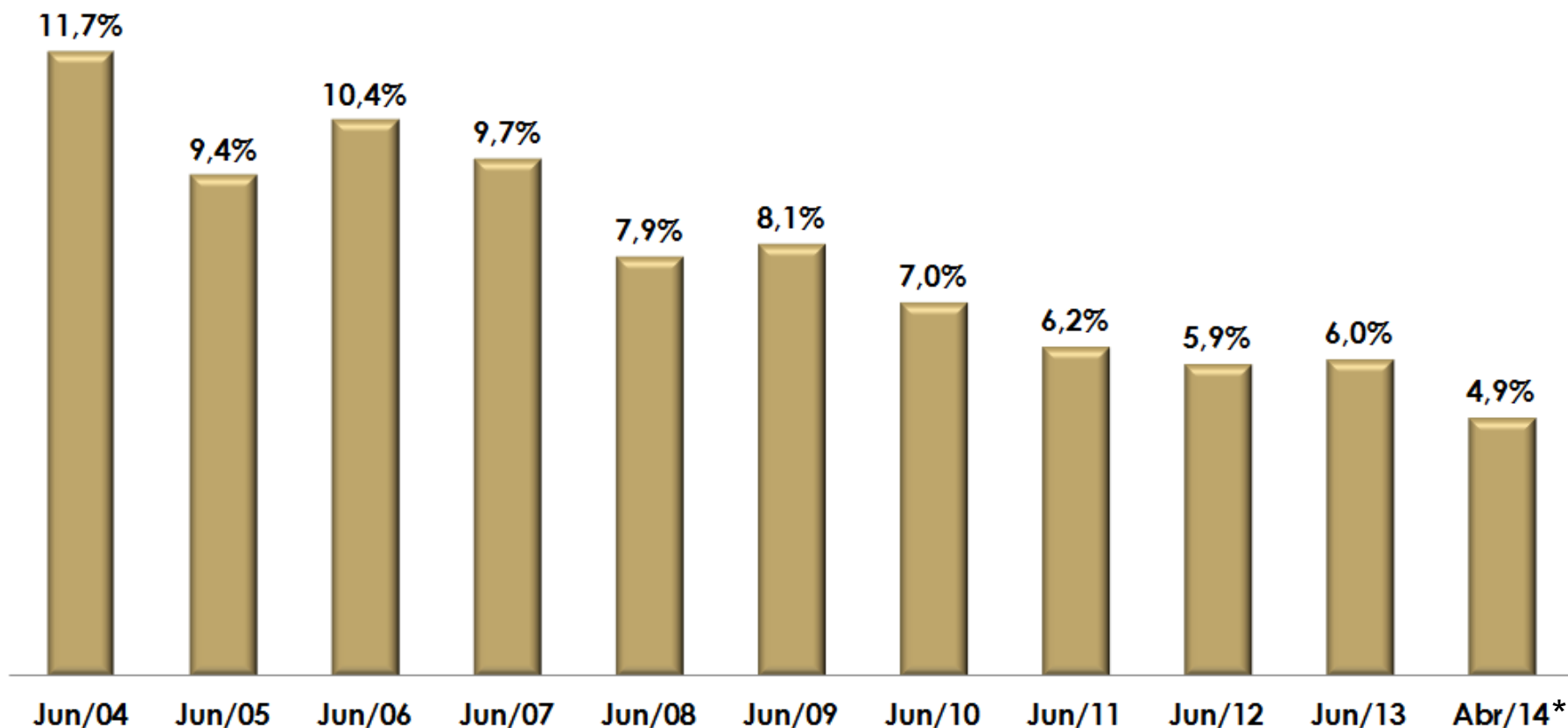
Desempenho Financeiro

GeneralShopping^{BRASIL}

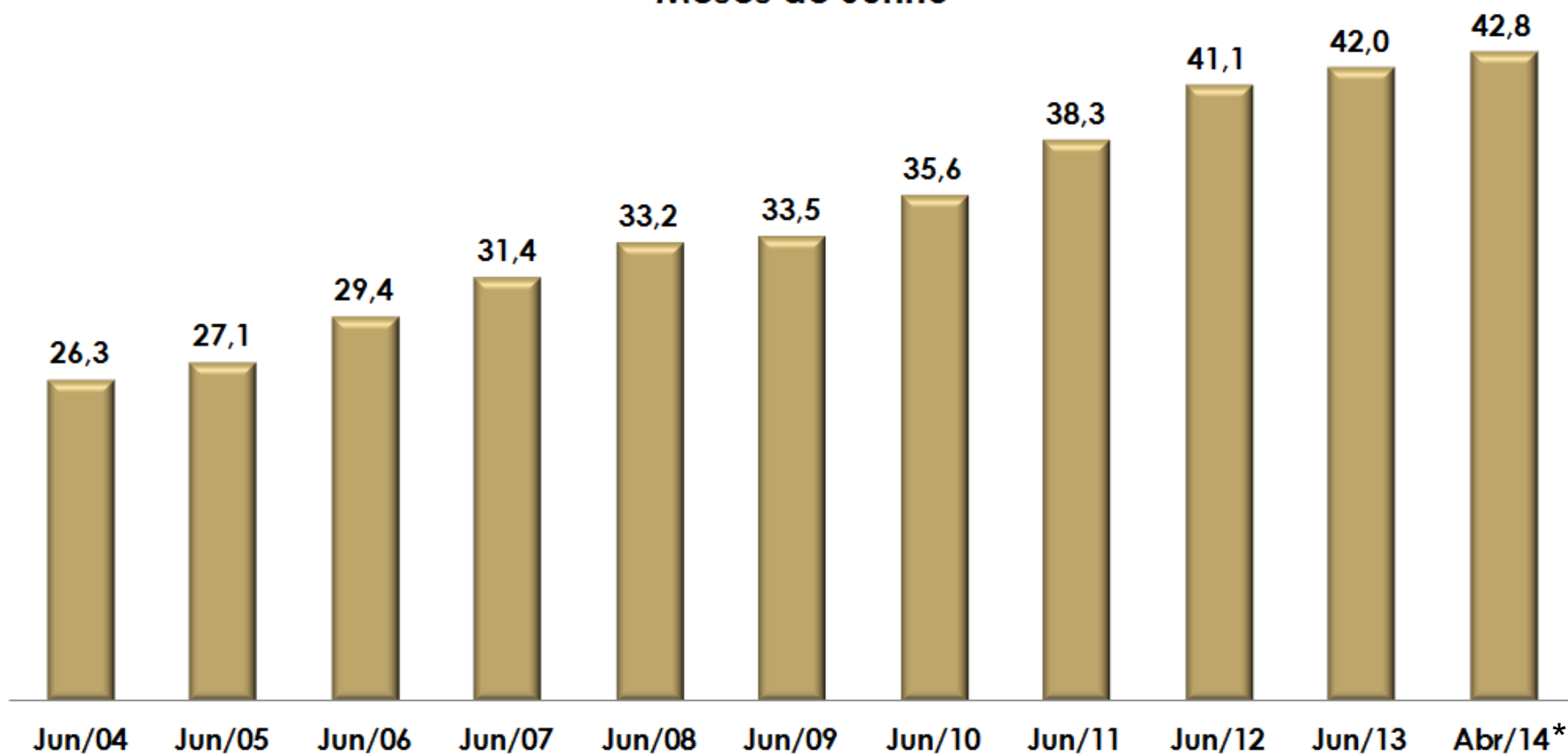


Panorama do Setor

Evolução da taxa de desocupação para os meses de Junho



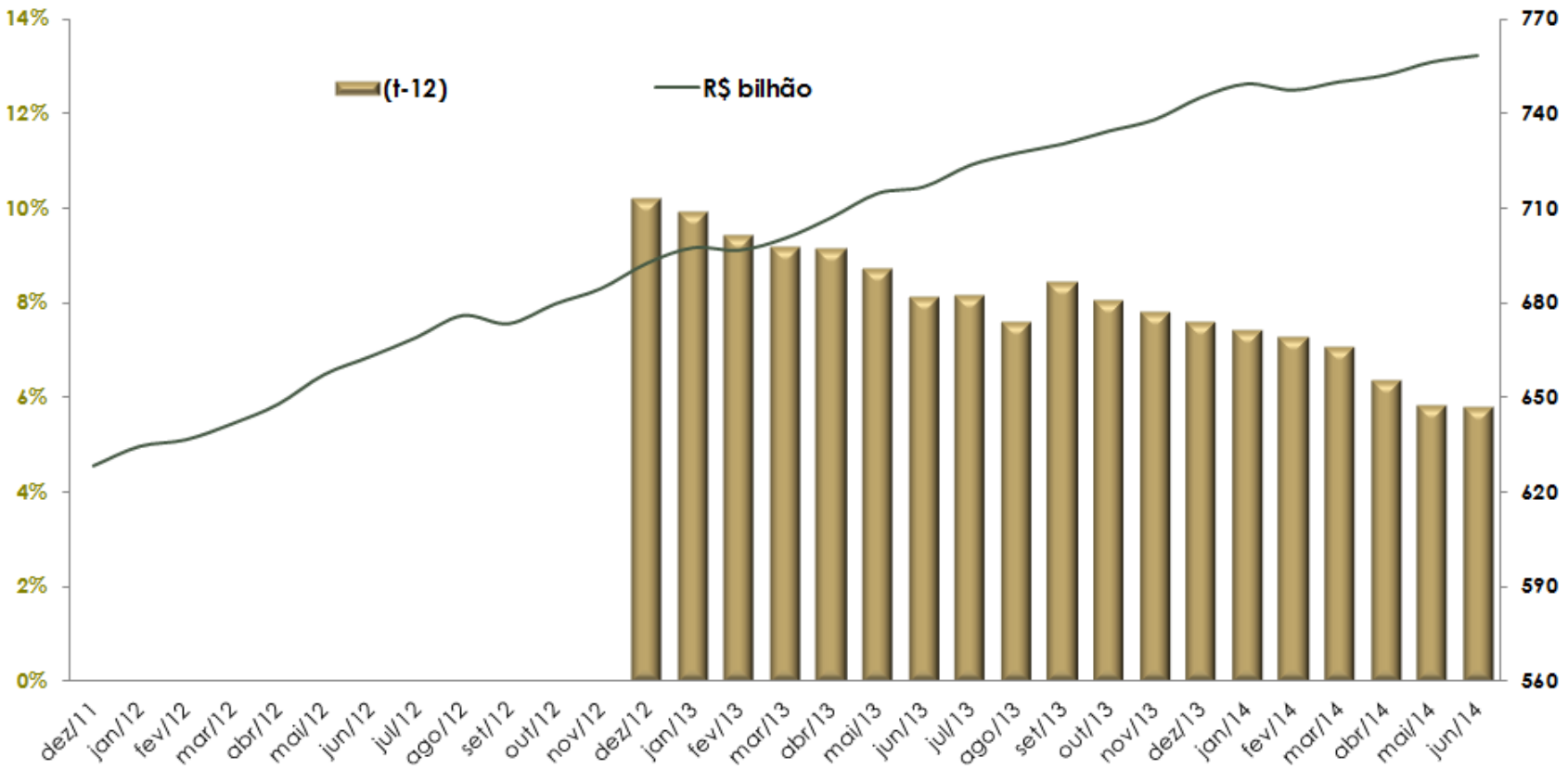
Massa de rendimento real habitual dos ocupados¹ R\$ bilhão Meses de Junho



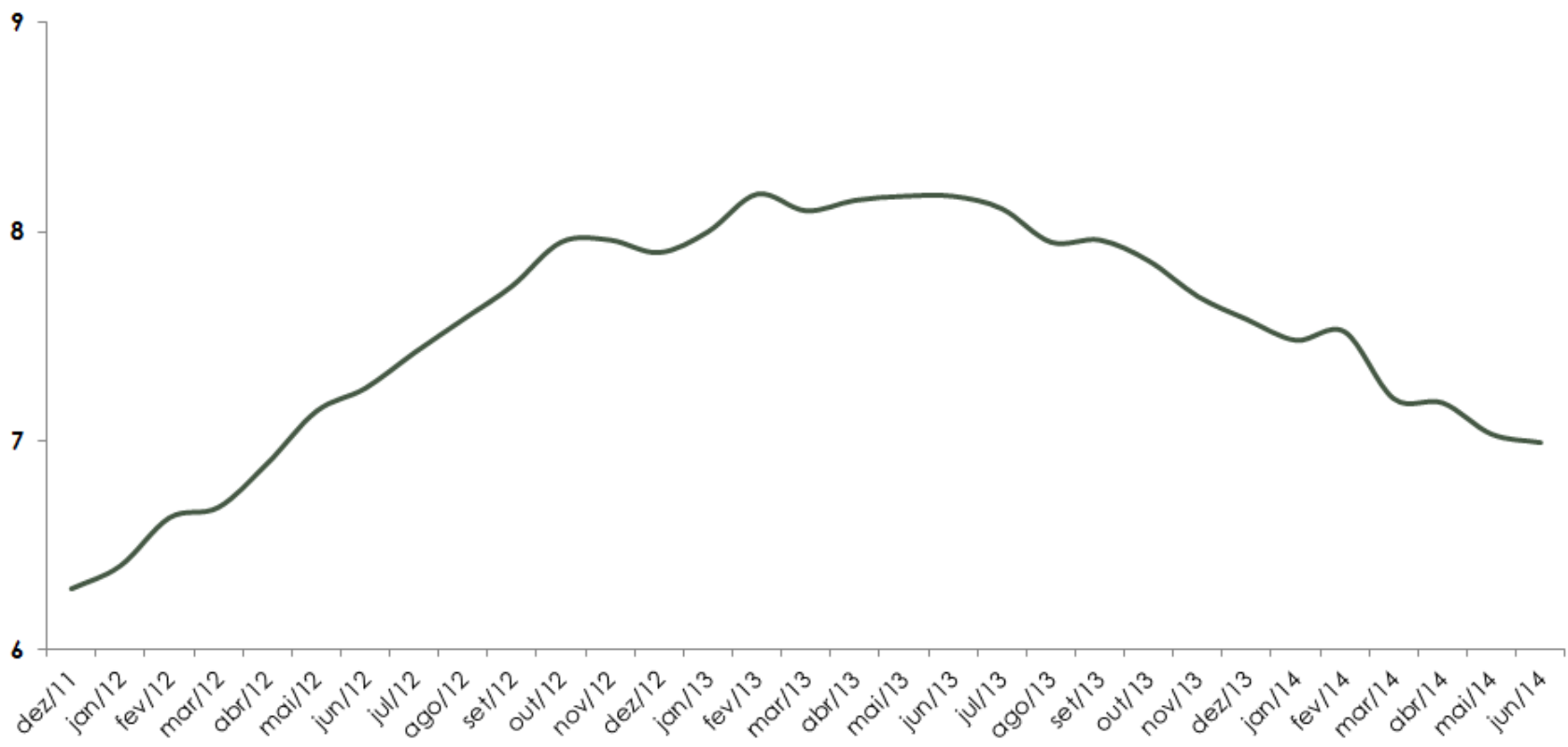
Fonte: PME – IBGE - Elaboração: GSB / *IBGE divulgou a série até Abril de 2014

¹Massa de rendimento calculada com base na população ocupada e rendimento médio real habitual dos ocupados

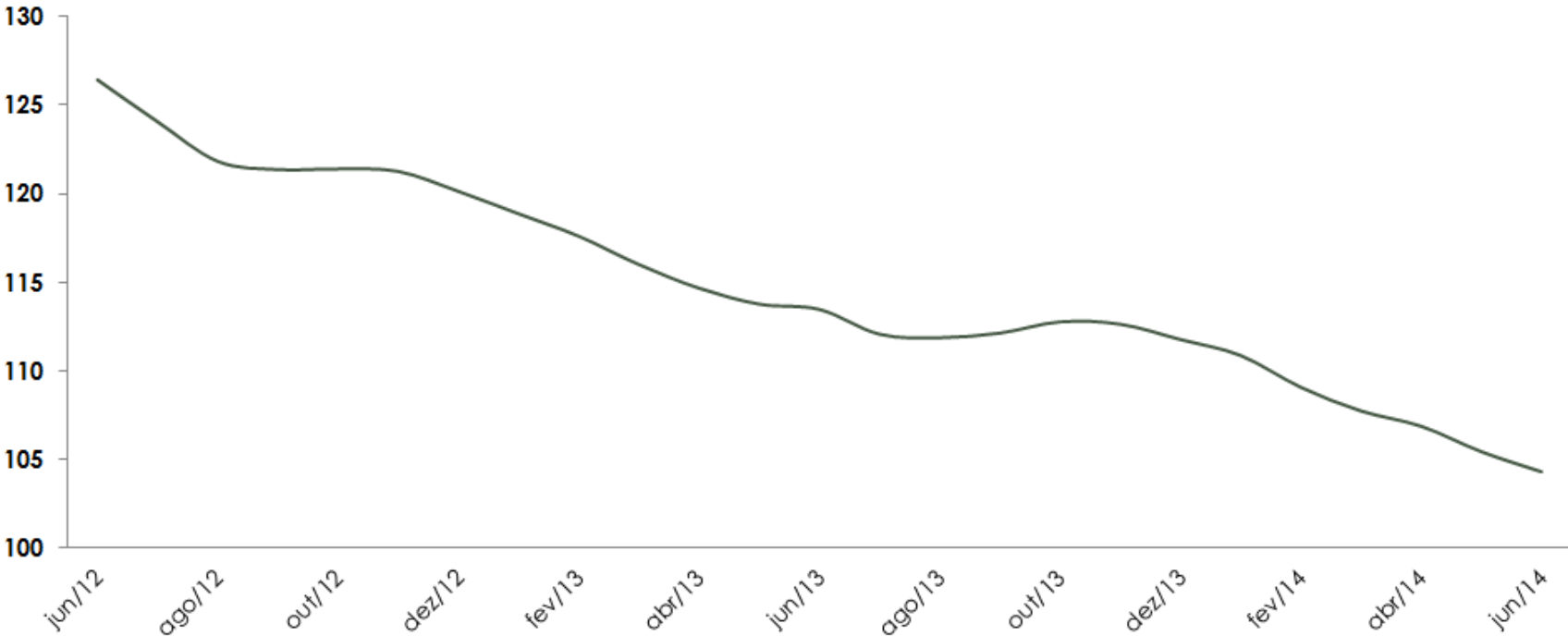
Volume de crédito destinado às famílias Estoque



Taxa de Inadimplência Pessoas Físicas - %

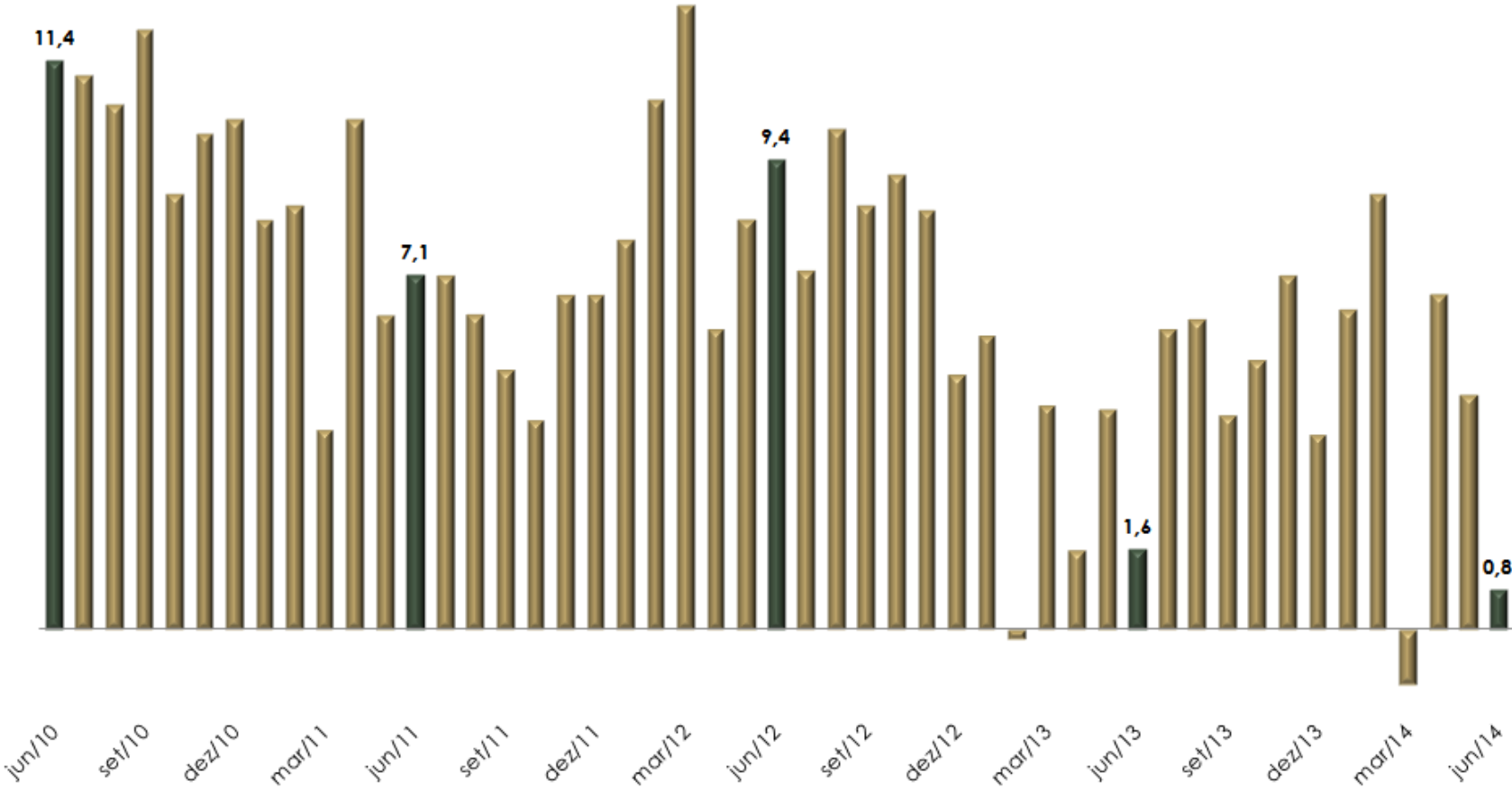


Índice de Confiança do Consumidor média móvel trimestral



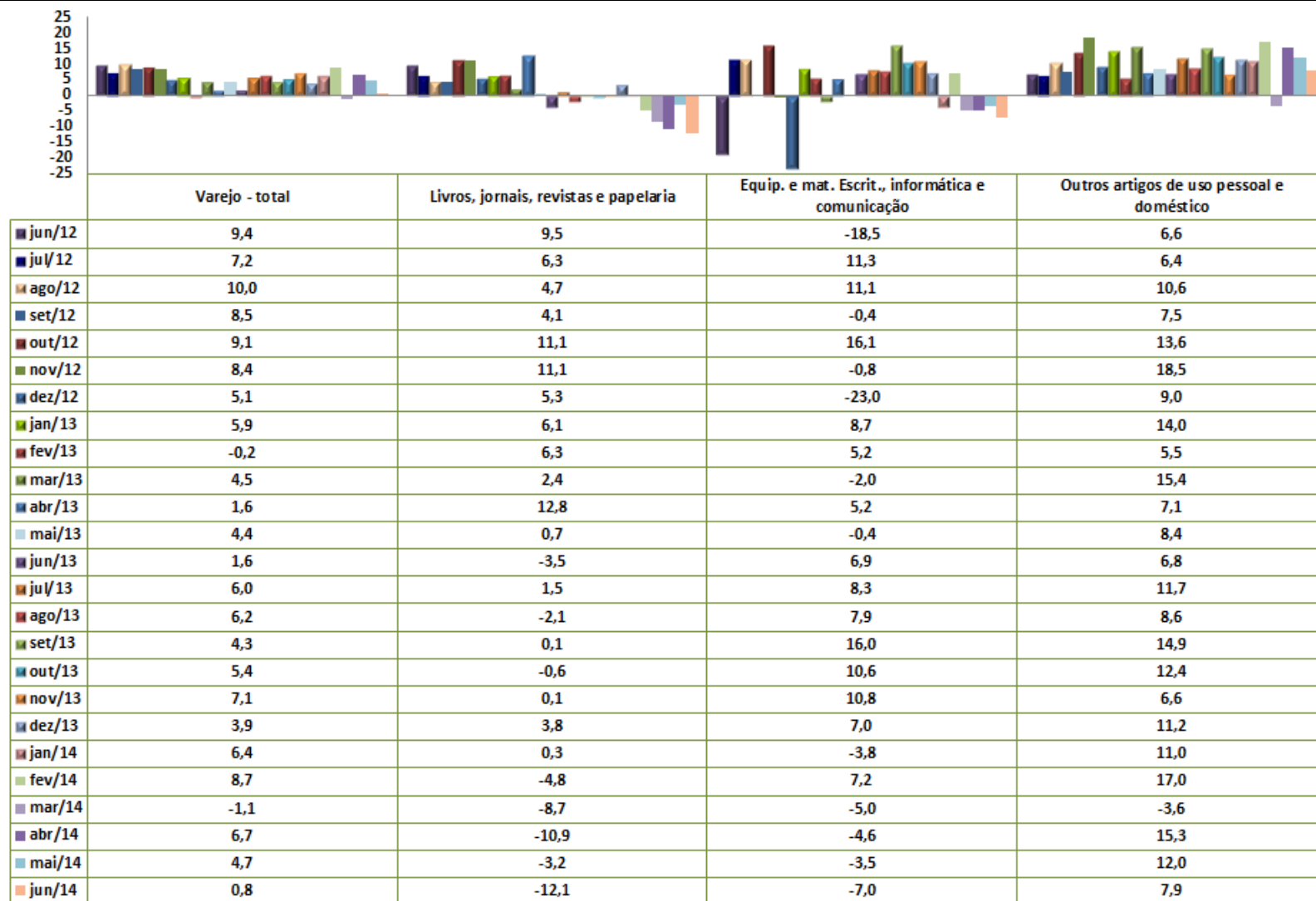
Desempenho do Comércio Varejista

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



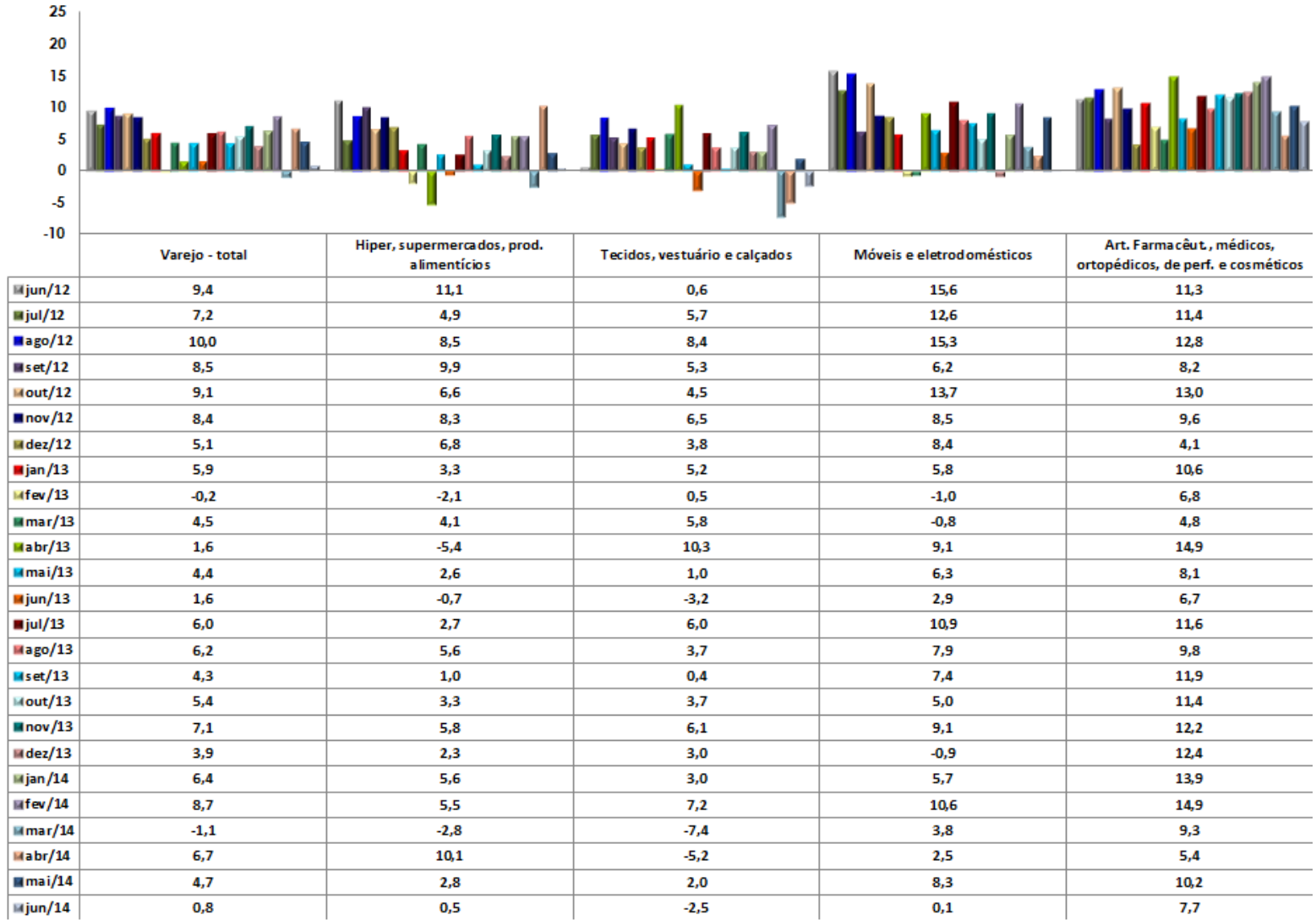
Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Jun/12-Jun/14



Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas – Jun/12-Jun/14



Fonte: IBGE
Elaboração: GSB

GeneralShopping^{BRASIL}



Visão Geral da GSB

www.generalshopping.com.br

- Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo

- Classes de consumidores B e C como alvo

- Inovação em serviços complementares

- Participação majoritária: média de 75,3%

General Shopping Brasil

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%	76.845	76.845	-
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	63,5%	24.437	15.517	-
Outlet Premium Salvador	52,0%	14.964	7.781	-
Parque Shopping Sulacap	51,0%	29.059	14.820	-
	75,3%	357.860	269.641	18.353

Greenfield	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)
Outlet Premium Rio de Janeiro*	98,0%	32.000	31.360
Parque Shopping Maia	63,5%	30.492	19.362
Parque Shopping Atibaia	100,0%	24.043	24.043
	86,4%	86.535	74.765

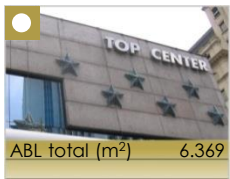
*Empresa pode vender até 48% para a BR Partners.

Distribuição Geográfica

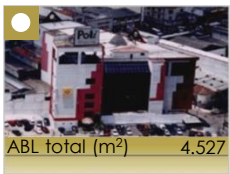
Internacional Shopping Guarulhos



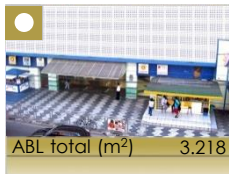
Top Center Shopping



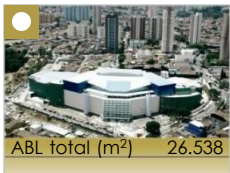
Poli Shopping Guarulhos



Poli Shopping Osasco



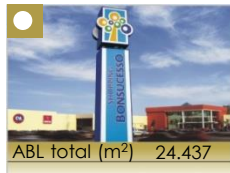
Santana Parque Shopping



Suzano Shopping



Shopping Bonsucesso



Parque Shopping Atibaia



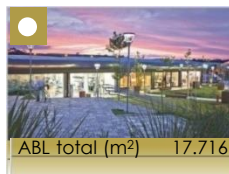
Shopping Light



Shopping do Vale



Outlet Premium São Paulo



Parque Shopping Prudente



Cascavel JI Shopping



Parque Shopping Sulacap



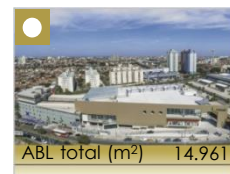
Parque Shopping Barueri



Auto Shopping



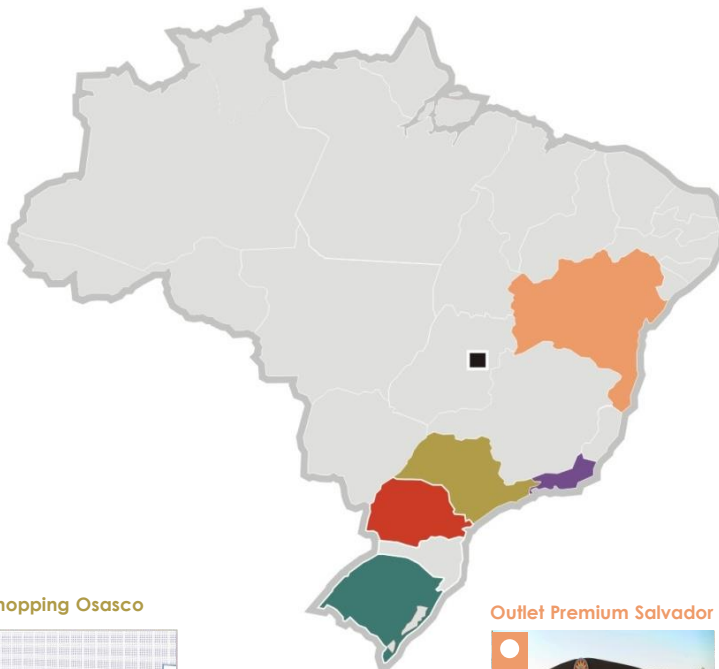
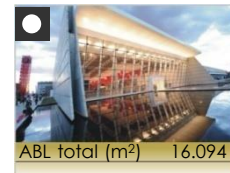
Unimart Shopping Campinas



Outlet Premium Rio de Janeiro



Outlet Premium Brasília

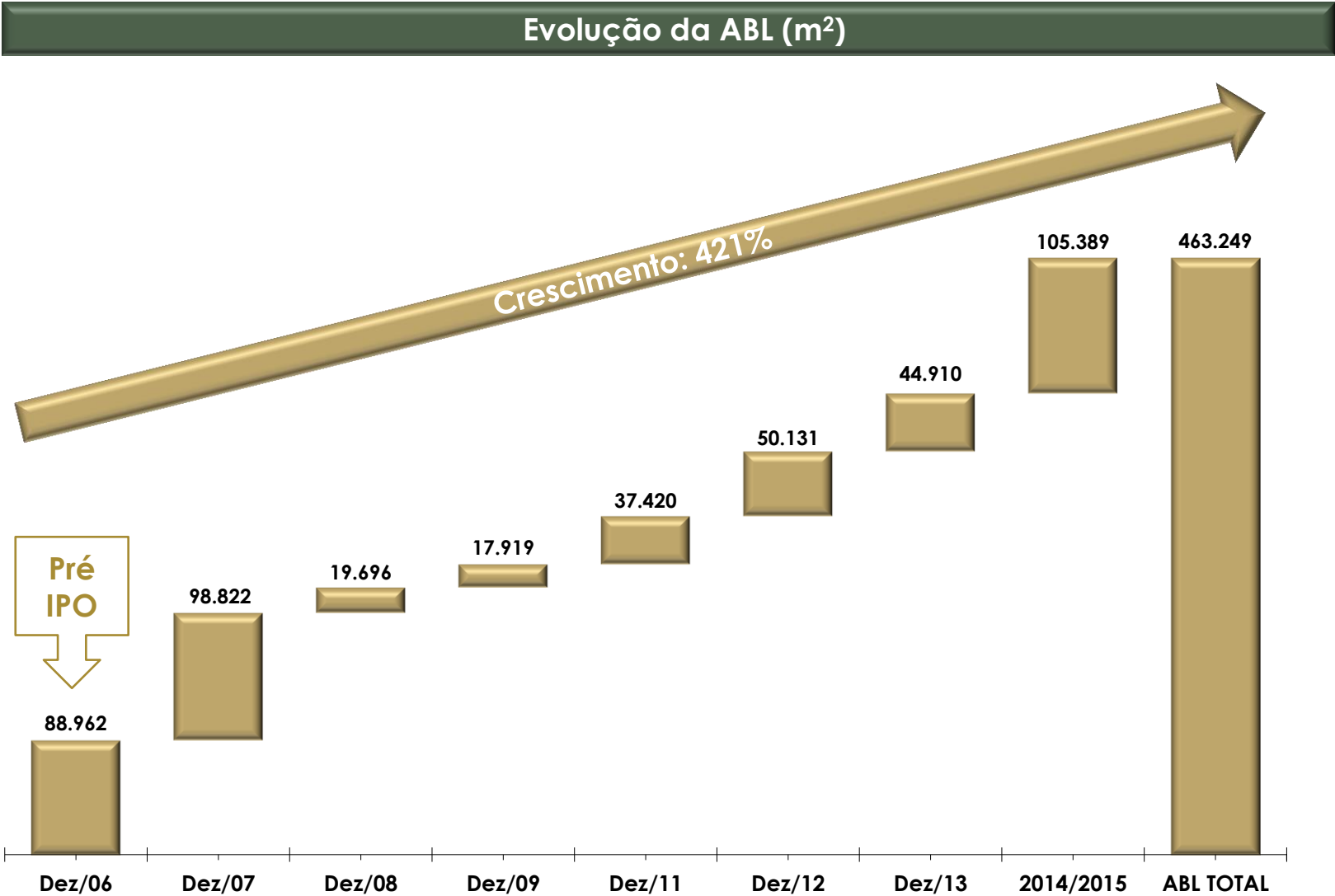


- Shopping em operação
- ▲ Shopping em construção

Região	PIB	Varejo
Sul e Sudeste	71,6%	72,3%

⁽¹⁾ Estimativa

Fonte: IBGE 2011



Estratégia de Crescimento Diversificada

Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

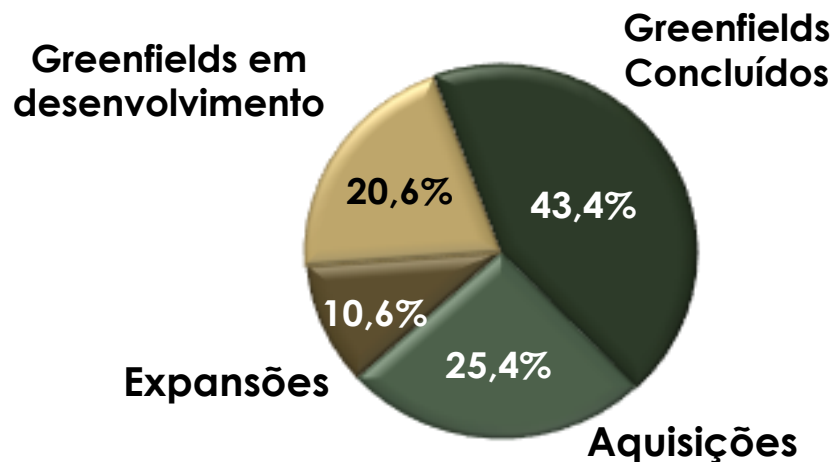
Expansão

- 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.



Parque Shopping Maia

Inauguração Programada:
Abril de 2015

Tipo: Vizinhança

Participação: 63,5%

ABL Total: 30.492 m²

Classe Social: A, B e C

População Total (raio de 5Km): 737 mil pessoas

Evento: Em 28 de junho de 2013 firmamos Promessa de Venda e Compra de fração ideal de 36,5% do imóvel e Instrumento Particular de Venda e Compra de 36,5% de Projeto, Benfeitorias, Acessões e Outras Avenças com o Fundo de Investimento Imobiliário General Shopping Ativo e Renda – FII pelo valor de R\$ 167,0 milhões

Parque Shopping Maia - Greenfield



Outlet Premium Rio de Janeiro - Greenfield



Outlet Premium Rio de Janeiro

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Duque de Caxias/RJ

Participação: 98%*

ABL Total estimada: 32.000 m²

ABL Própria estimada: 31.360 m²

Área de influência: Super Regional

Descrição: Quarto outlet da Companhia. Localizado próximo à cidade do Rio de Janeiro, com fácil acesso da cidade do Rio de Janeiro, cidades serranas, aeroporto Santos Dumont e Galeão e próximo ao futuro arco rodoviário metropolitano.

Outlet Premium Rio de Janeiro - Greenfield





Parque Shopping Atibaia

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Atibaia/SP

Participação: 100%

ABL Total estimada: 24.043 m²

ABL Própria estimada: 24.043 m²

Descrição: Localizado em um dos principais corredores econômicos do país, no cruzamento dos eixos São Paulo-Belo Horizonte e Campinas-São José dos Campos.

Parque Shopping Atibaia - Greenfield



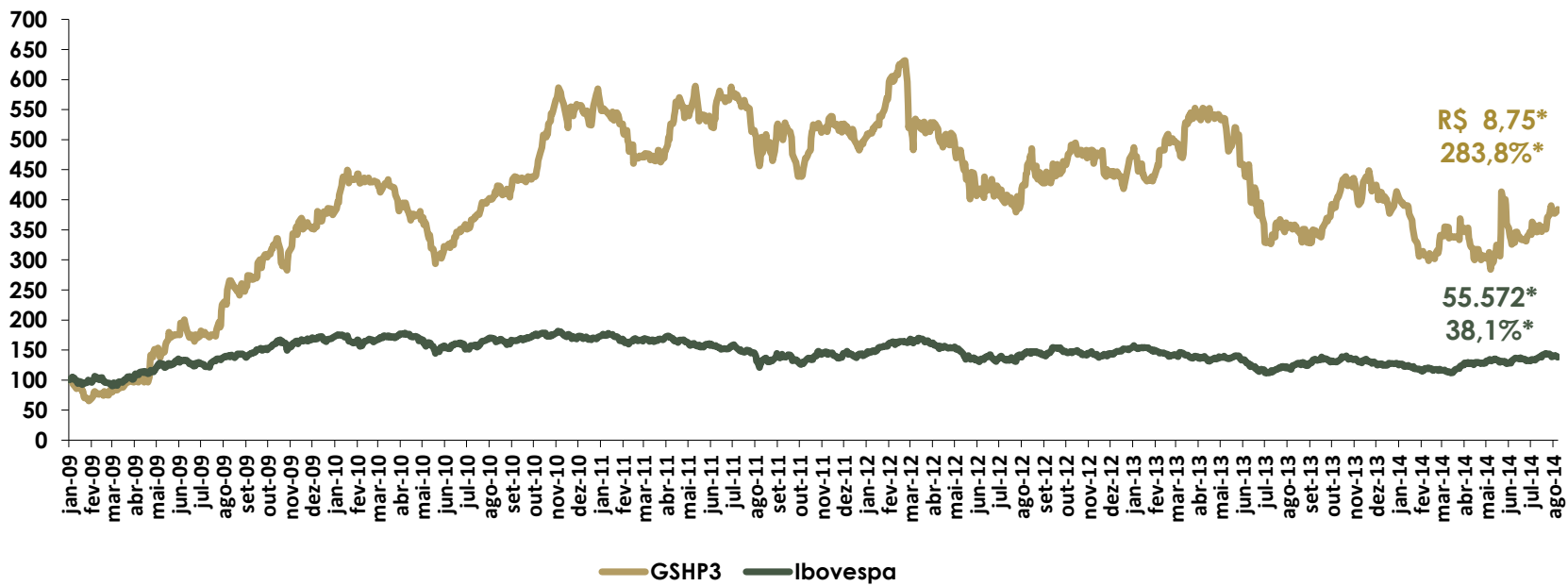
Serviços Complementares Crescentes



	Administração	Estacionamento	Água	Energia
Internacional	✓	✓	✓	✓
Auto	✓	✓	✓	✓
Poli	✓	✓	✓	✓
Light	✓	✓	✓	✓
Santana	✓*	✓	✓	✓
Suzano	✓	✓	✓	✓
Cascavel	✓	✓	✓	✓
Prudente	✓	✓	✓	✓
Poli Osasco	✓	✓		
Top Center	✓		✓	
Do Vale	✓	✓	✓	✓
Unimart Campinas	✓	✓	✓	✓
Outlet São Paulo	✓	✓	✓	✓
Barueri	✓	✓	✓	✓
Outlet Brasília	✓	✓	✓	✓
Bonsucesso	✓	✓	✓	✓
Outlet Salvador	✓	✓	✓	✓
Sulacap	✓	✓	✓	✓

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

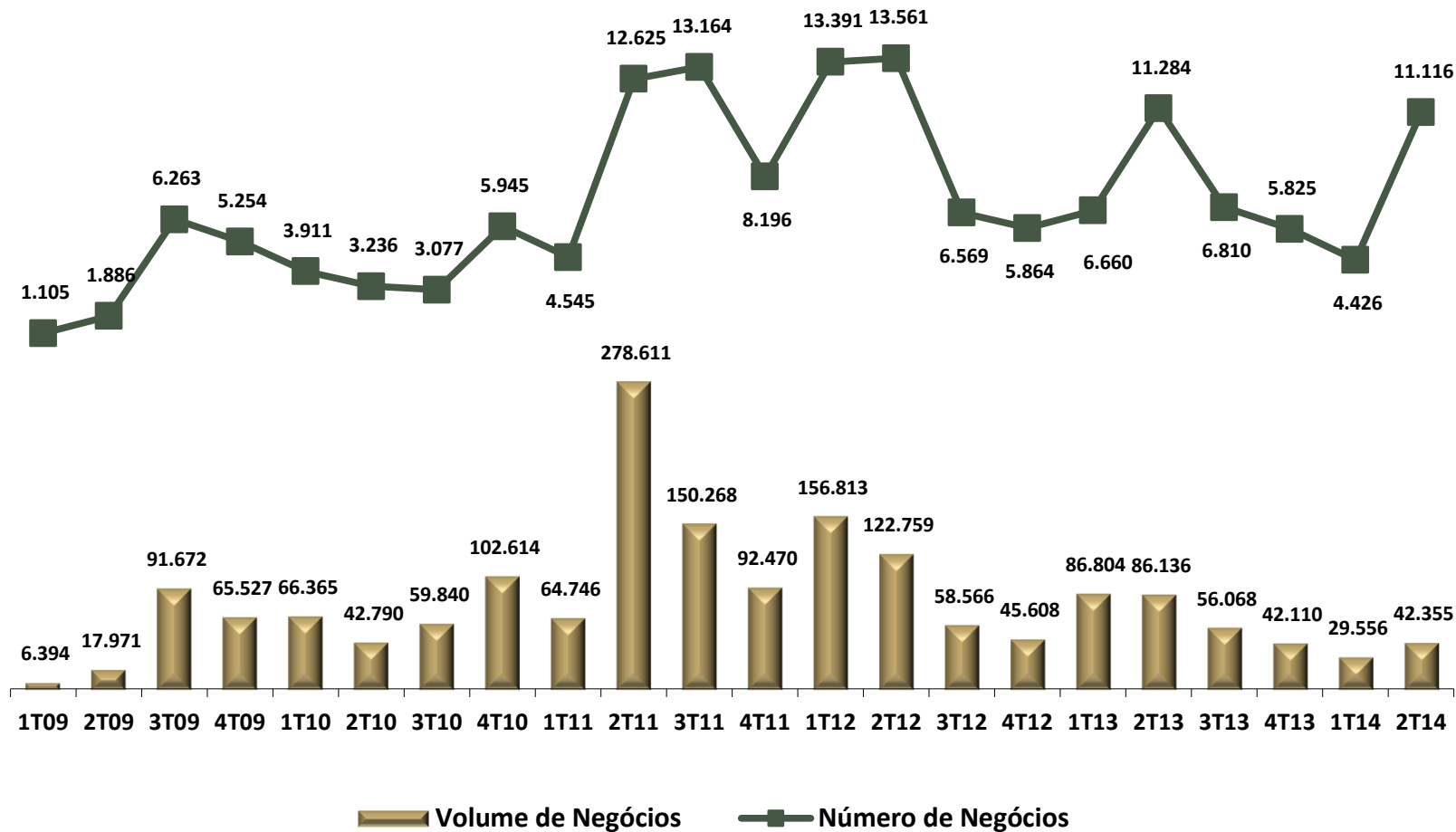
Desempenho Acionário (Base 100 – 02/01/2009)



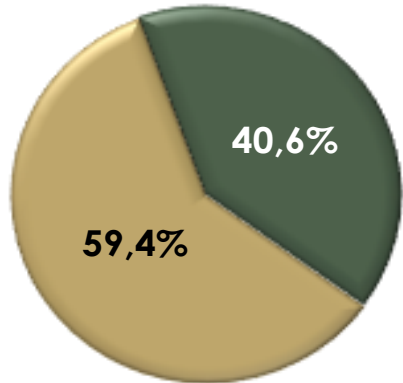
(*) Em 08/08/2014
Até 30/06/2014: GSHP3 = 243,4%
Ibovespa = 32,1%

GSHP3

Volume (R\$ mil)



Estrutura Acionária



■ Free Float ■ Controlador

	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	30,3% - Brasileiros 64,6% - Estrangeiros 5,1% - Varejo
Total	50.480.600	-

Listada desde Julho de 2007



(*) Posição em 07/08/2014

GeneralShopping^{BRASIL}

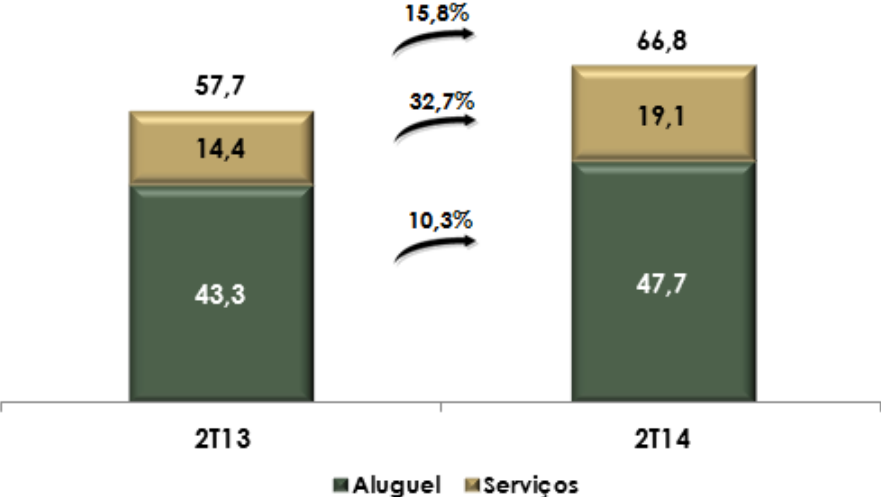


Desempenho Financeiro

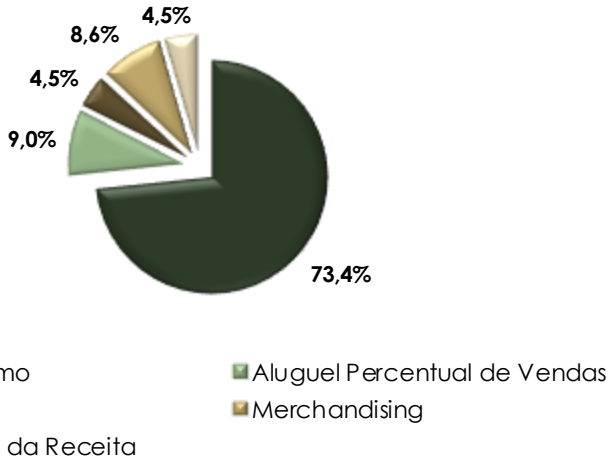
www.generalshopping.com.br

Receita Bruta Total – R\$ milhões

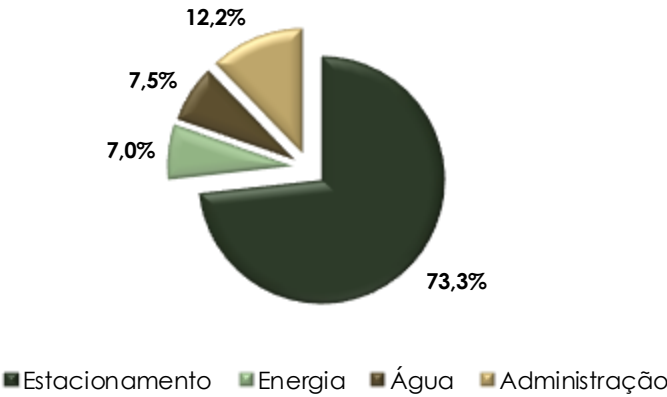
EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA



Receita de Aluguéis - 2T14

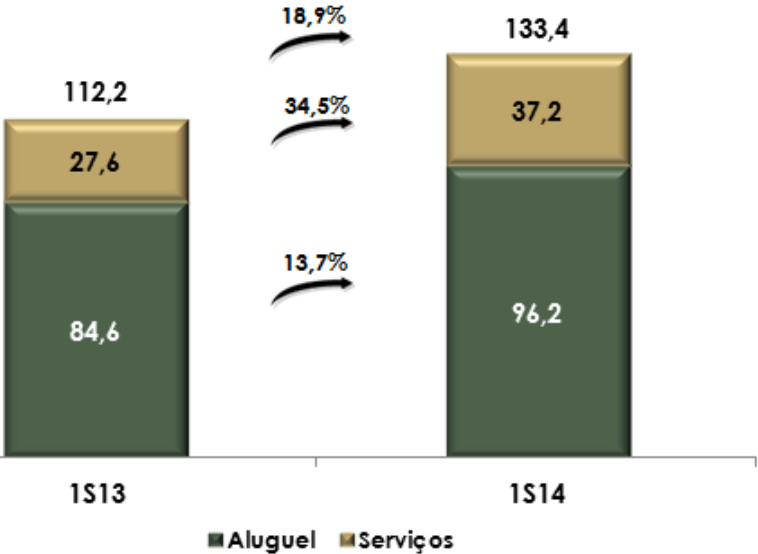


Receita de Serviços - 2T14

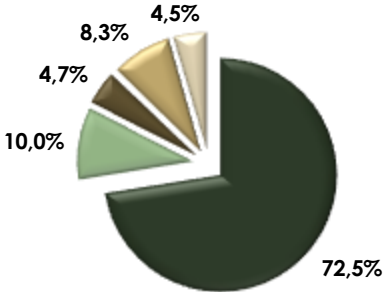


Receita Bruta Total – R\$ milhões

EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA

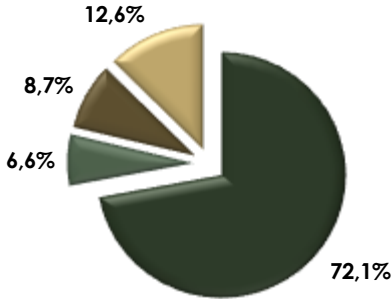


Receita de Aluguéis - 1S14



- Aluguel Mínimo
- Aluguel Percentual de Vendas
- Luvas
- Merchandising
- Linearização da Receita

Receita de Serviços - 1S14

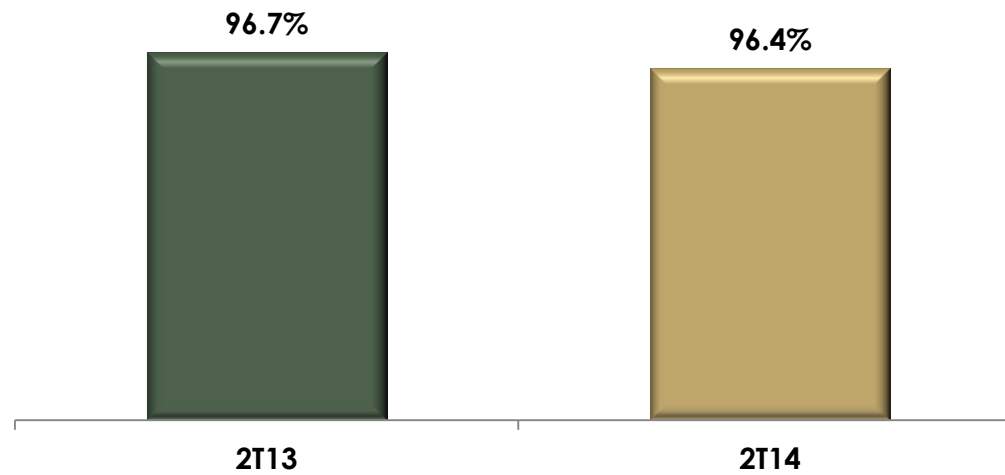


- Estacionamento
- Energia
- Água
- Administração

Performance

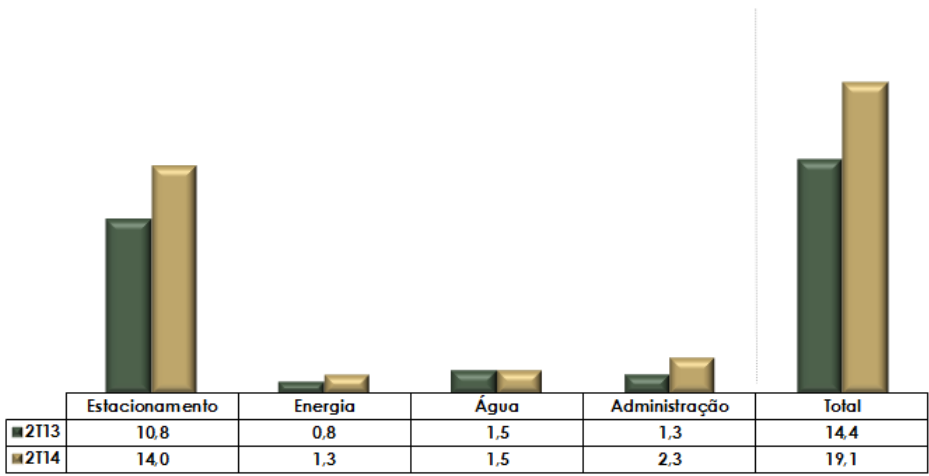
Descrição	2T13	2T14	Var %	1S13	1S14	Var %
GSB (Total)						
ABL Média (m ²)	255.073	269.641	5,7%	255.073	269.491	5,7%
Aluguel (R\$/m ²)	169,80	177,11	4,3%	331,69	357,04	7,6%
Serviços (R\$/m ²)	56,35	70,72	25,5%	108,31	137,93	27,3%
Total (R\$/m²)	226,15	247,83	9,6%	440,00	494,97	12,5%

Evolução da Taxa de Ocupação

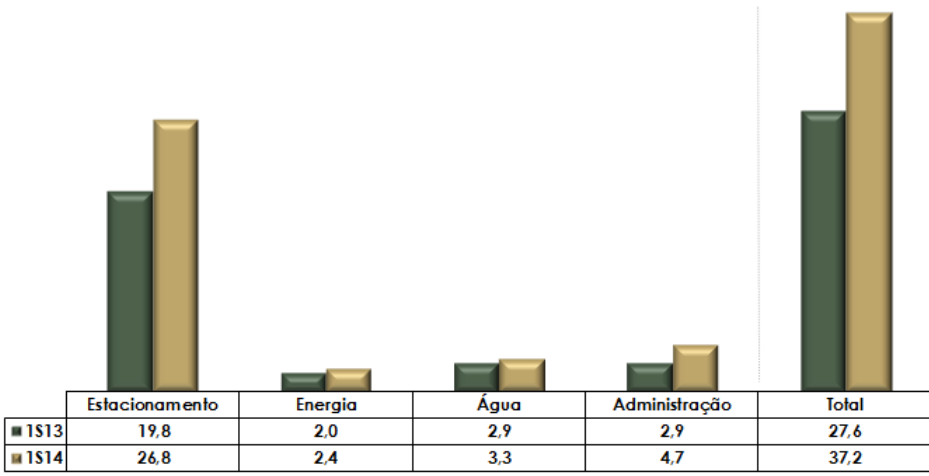


Receita de Serviços – R\$ milhões

2º Trimestre

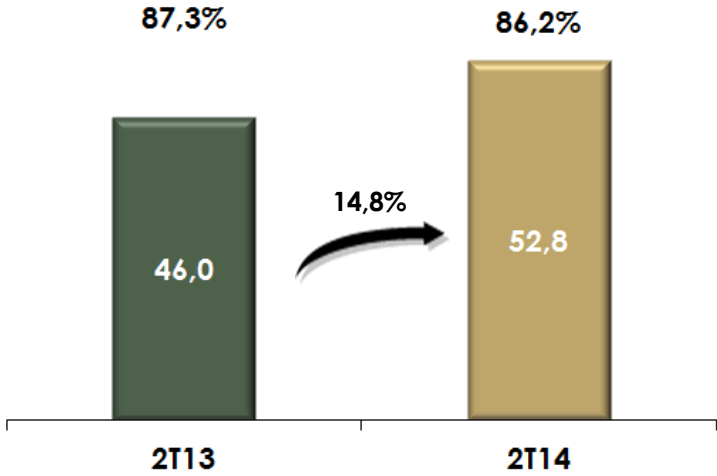


1º Semestre

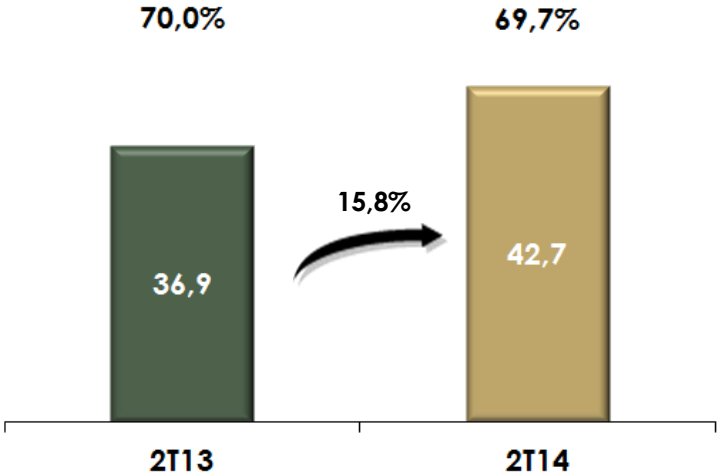


Indicadores Financeiros – R\$ milhões

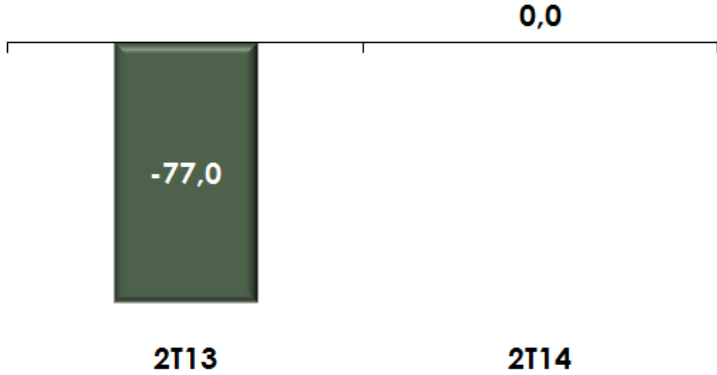
NOI Consolidado e Margem



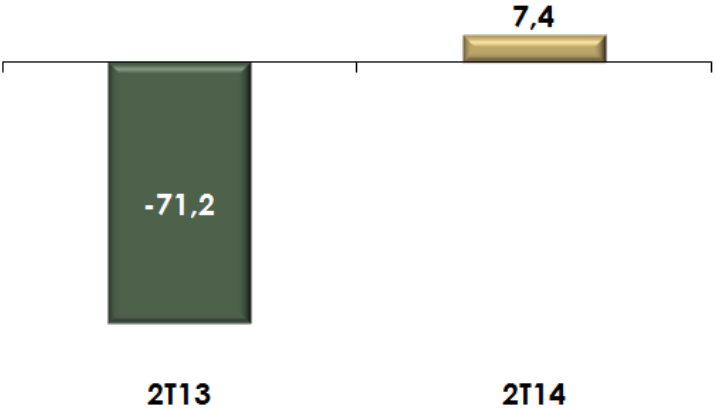
EBITDA Ajustado e Margem



Resultado Líquido Ajustado



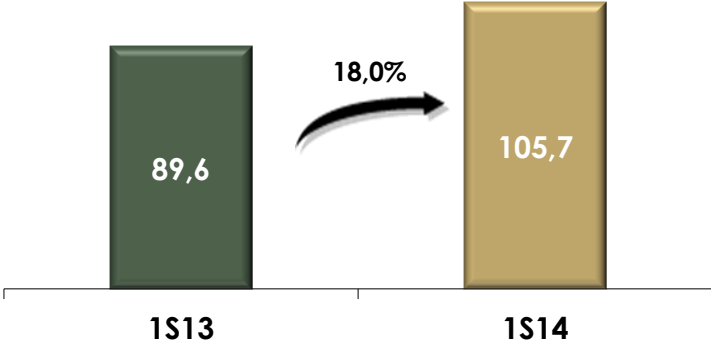
FFO Ajustado



Indicadores Financeiros – R\$ milhões

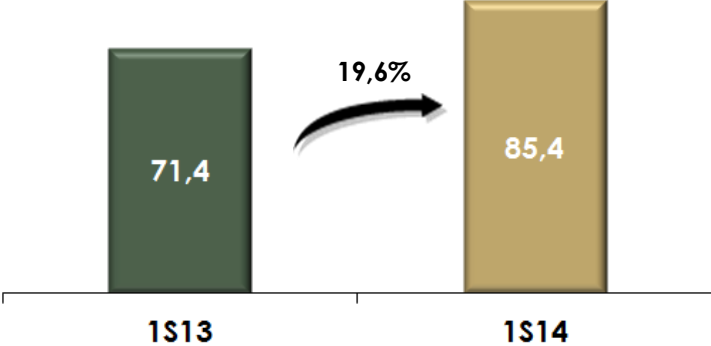
NOI Consolidado e Margem

87,2% 86,4%

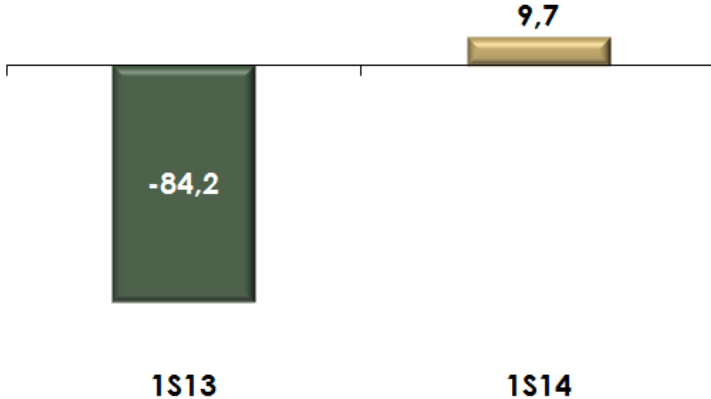


EBITDA Ajustado e Margem

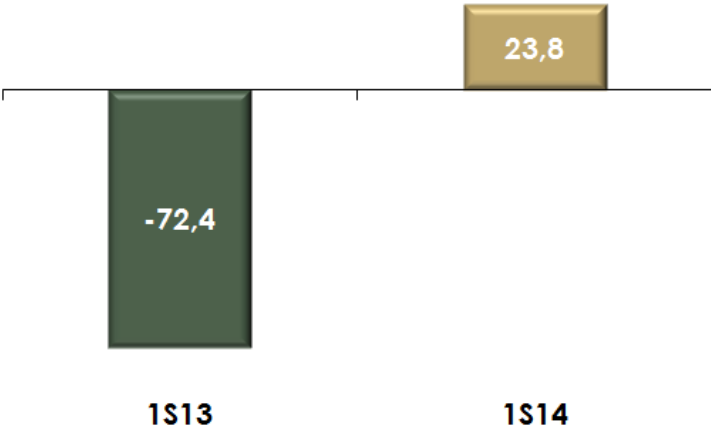
69,5% 69,8%



Resultado Líquido Ajustado

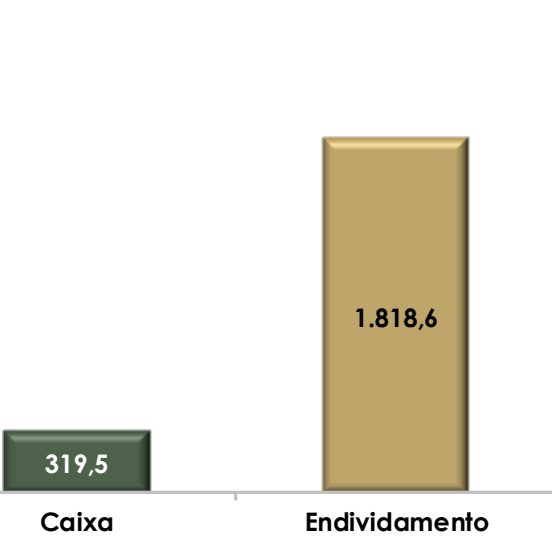


FFO Ajustado

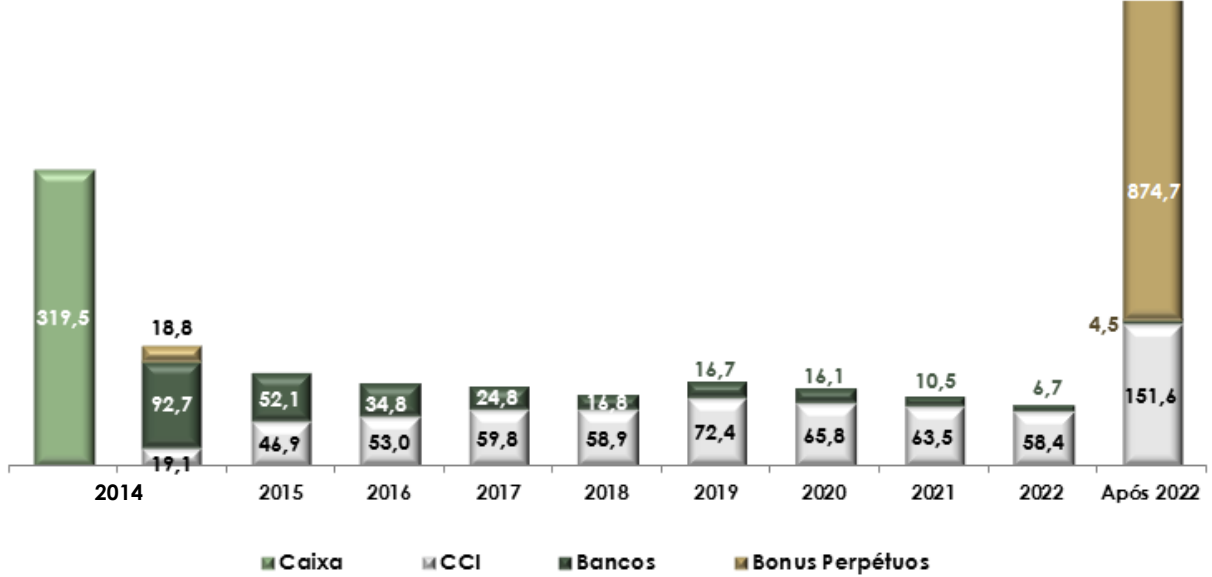


Caixa X Endividamento - R\$ milhões

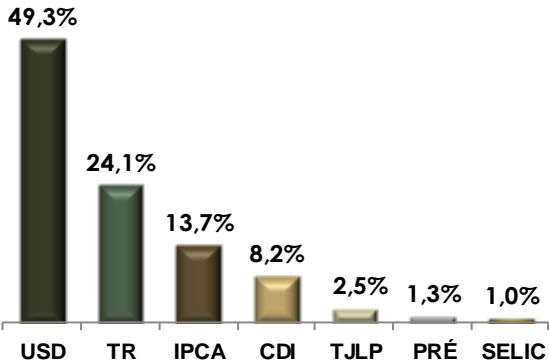
Caixa X Endividamento



Cronograma de Amortização



Composição do Endividamento

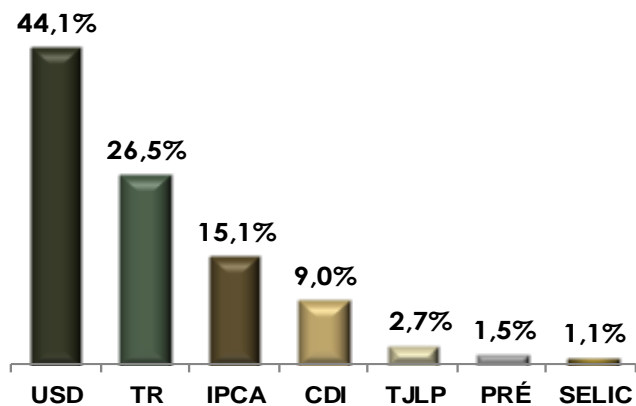


Cronograma de Amortização												
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Após 2022	Total	%
CCI	19,1	46,9	53,0	59,8	58,9	72,4	65,8	63,5	58,4	151,6	649,4	35,7%
Bancos	92,7	52,1	34,8	24,8	16,8	16,7	16,1	10,5	6,7	4,5	275,7	15,2%
Bonus Perpétuos	18,8	-	-	-	-	-	-	-	-	874,7	893,5	49,1%
Total	130,6	99,0	87,8	84,6	75,7	89,1	81,9	74,0	65,1	1.030,8	1.818,6	100,0%

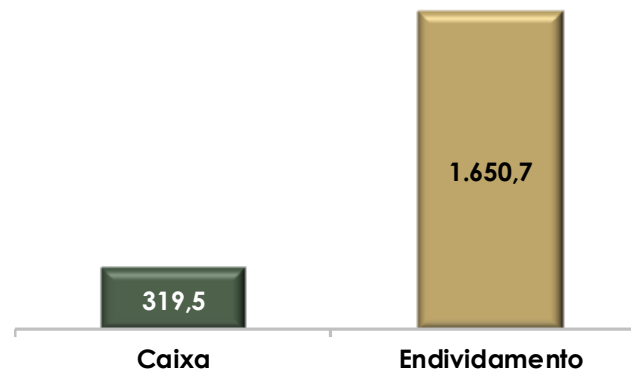
Caixa X Endividamento - R\$ milhões

Segundo critério das Agências de Rating*

Composição do Endividamento

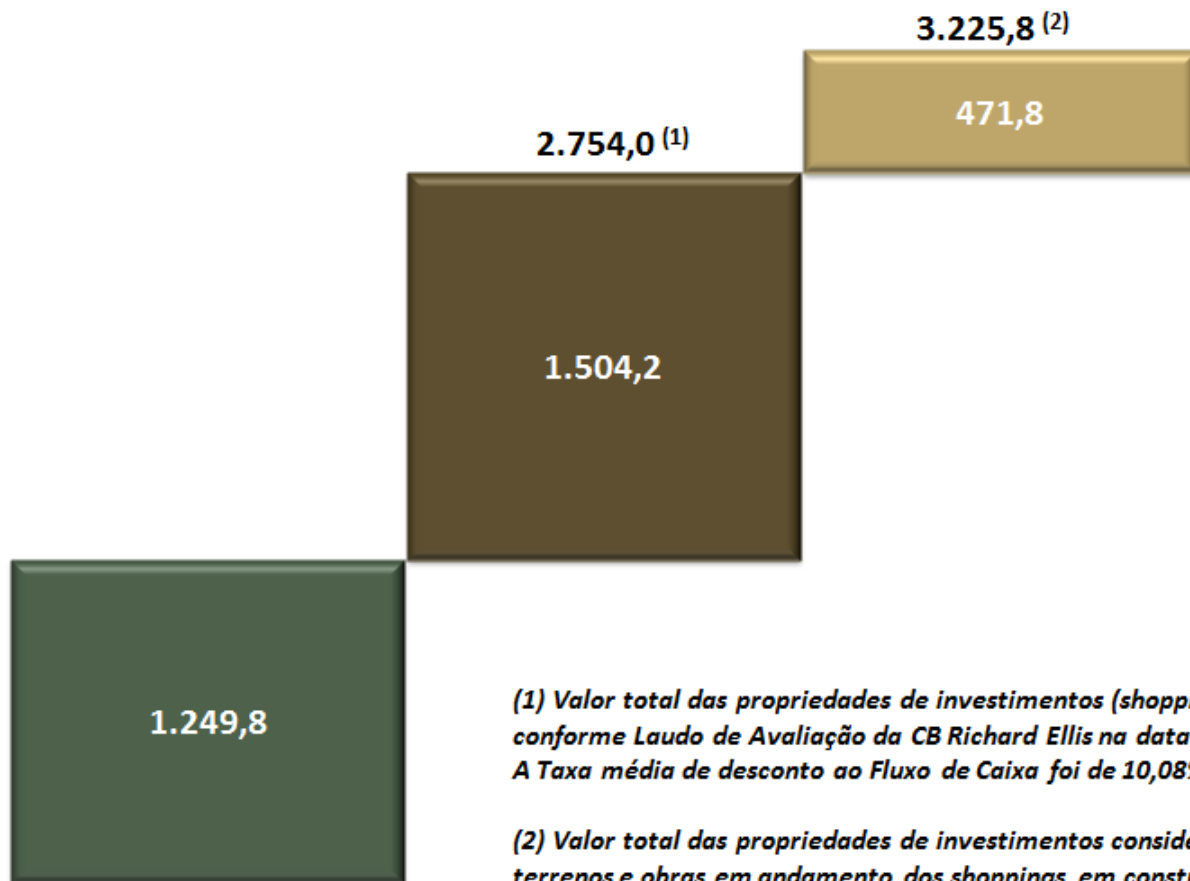


Caixa X Endividamento



*Considerado 50% do saldo do Bônus Perpétuo Subordinado como Equity, no valor de R\$ 167,9 milhões.

Propriedade de Investimentos



(1) Valor total das propriedades de investimentos (shoppings em operação) conforme Laudo de Avaliação da CB Richard Ellis na data base de 31/12/2013. A Taxa média de desconto ao Fluxo de Caixa foi de 10,08%.

(2) Valor total das propriedades de investimentos considerando valores de terrenos e obras em andamento dos shoppings em construção.

■ Book Value

■ Ajuste para Fair Value (Ativos Operacionais)

■ Obras em Andamento

Eventos Subsequentes

Em 14 de julho de 2014, por meio das controladas SECURIS ADMINISTRADORA E INCORPORADORA LTDA e SEND – EMPREENDIMENTOS E PARTICIPAÇÕES LTDA, celebramos o INSTRUMENTO PARTICULAR DE PROMESSA DE COMPRA E VENDA DE FRAÇÕES IDEAIS DE BENS IMÓVEIS (“Promessa de Compra e Venda”) com a ACAPURANA PARTICIPAÇÕES S.A, com a finalidade de alienar a totalidade de nossa participação de 50% no empreendimento comercial denominado “SANTANA PARQUE SHOPPING”, pelo preço total de aquisição de R\$ 144.548.894,50. A operação somente será consumada após o cumprimento de determinadas condições precedentes previstas na Promessa de Compra e Venda. Caso as condições precedentes previstas na Promessa de Compra e Venda venham a se verificar e a operação acima referida seja consumada, a Companhia deixará de deter qualquer participação direta ou indireta no empreendimento comercial denominado “SANTANA PARQUE SHOPPING”.

Em 13 de agosto de 2014, por meio da controlada “SECURIS ADMINISTRADORA E INCORPORADORA LTDA.”, celebramos o CONTRATO DE COMPROMISSO DE VENDA E COMPRA E OUTROS PACTOS (“Compromisso de Compra e Venda”) com a “CLAVAS EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.”, com a finalidade de alienar a totalidade de nossa participação de 100% no empreendimento comercial denominado “TOP CENTER”, pelo preço total de aquisição de R\$145.500.000,00, sujeito a ajustes previstos no Compromisso de Compra e Venda. A operação somente será consumada após o cumprimento de determinadas condições precedentes previstas no Compromisso de Compra e Venda. Caso as condições precedentes previstas no Compromisso de Compra e Venda venham a se verificar e a operação acima referida seja consumada, a Companhia deixará de deter qualquer participação direta ou indireta no empreendimento comercial denominado “TOP CENTER”.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES GSB

Alessandro Poli Veronezi

Diretor de RI

Marcio Snioka

Superintendente de RI

Rodrigo Lepski Lopes

Analista de RI

11 3159-5100

dri@generalshopping.com.br

www.generalshopping.com.br