

GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



Apresentação dos Resultados  
2T15

[www.generalshopping.com.br](http://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**

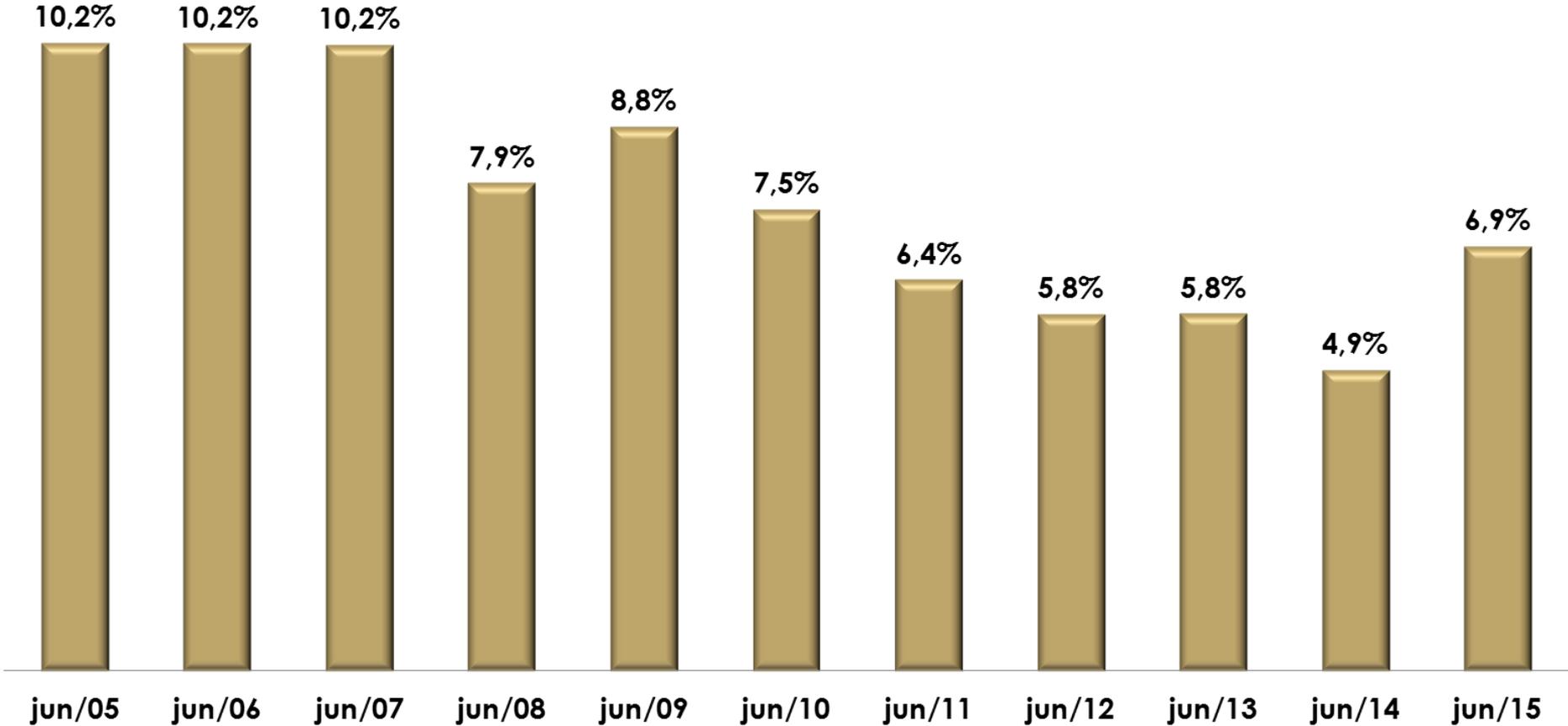
---

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



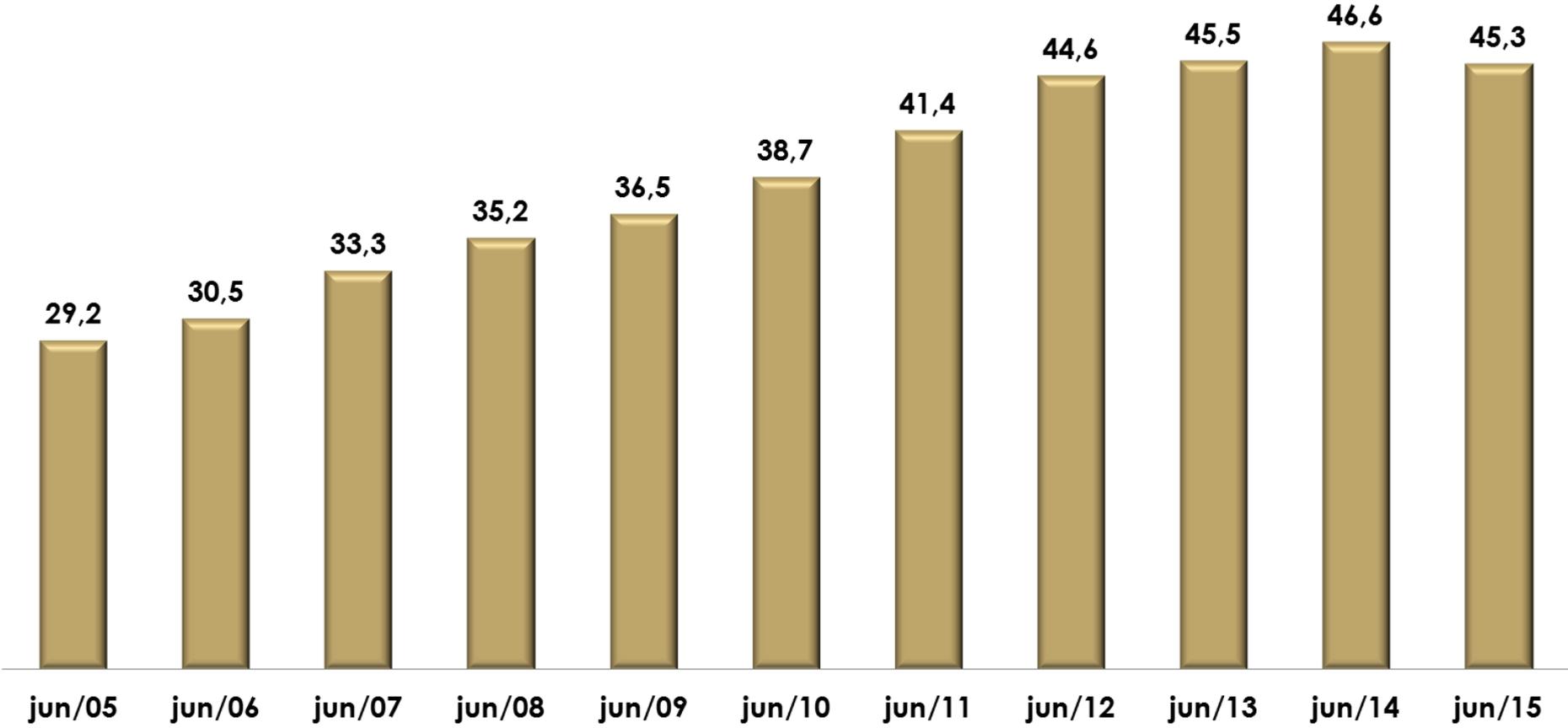
## Panorama do Setor

## Evolução da taxa de desocupação para os meses de Junho



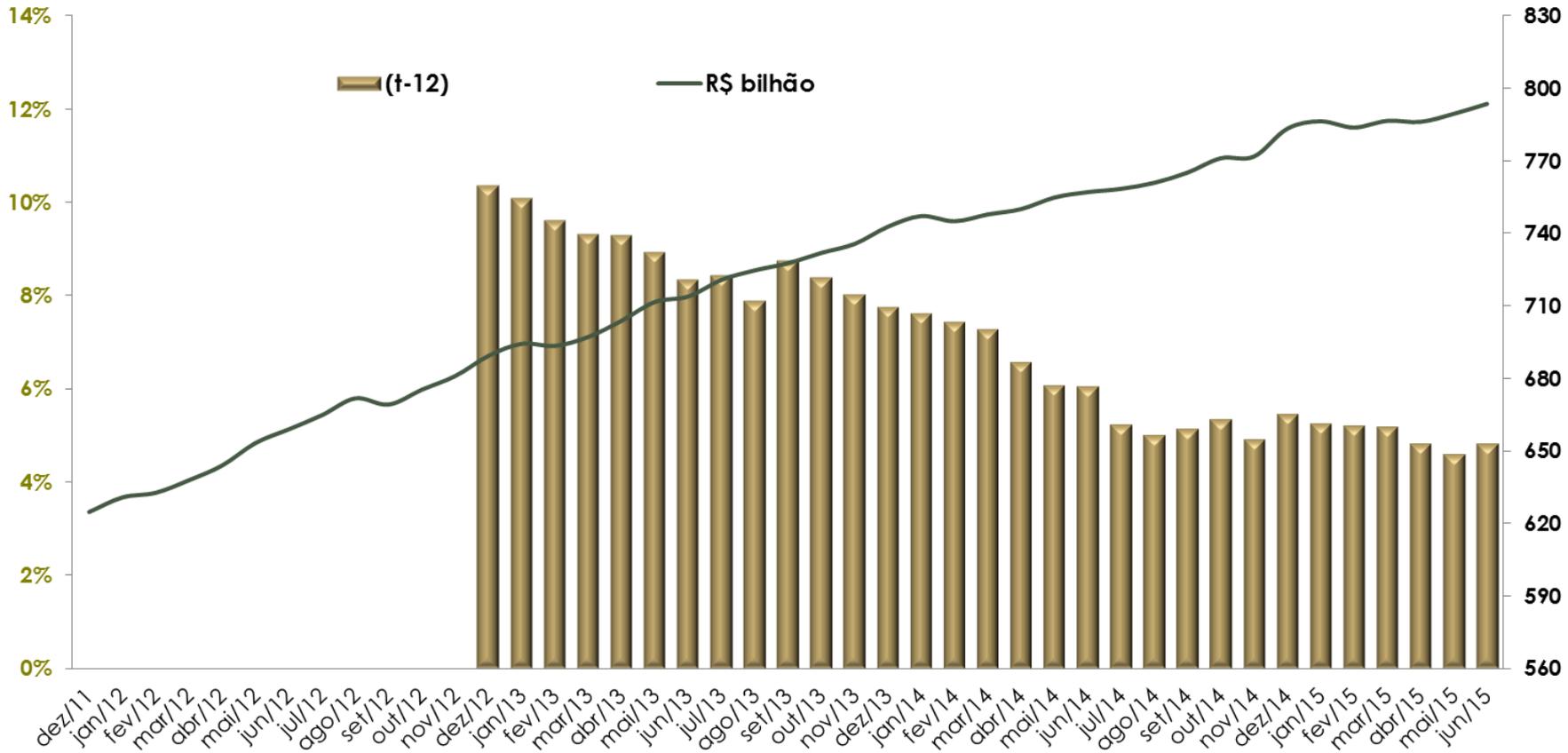
# Indicadores Econômicos

Massa de rendimento real habitual dos ocupados<sup>1</sup>  
R\$ bilhão  
Meses de Junho

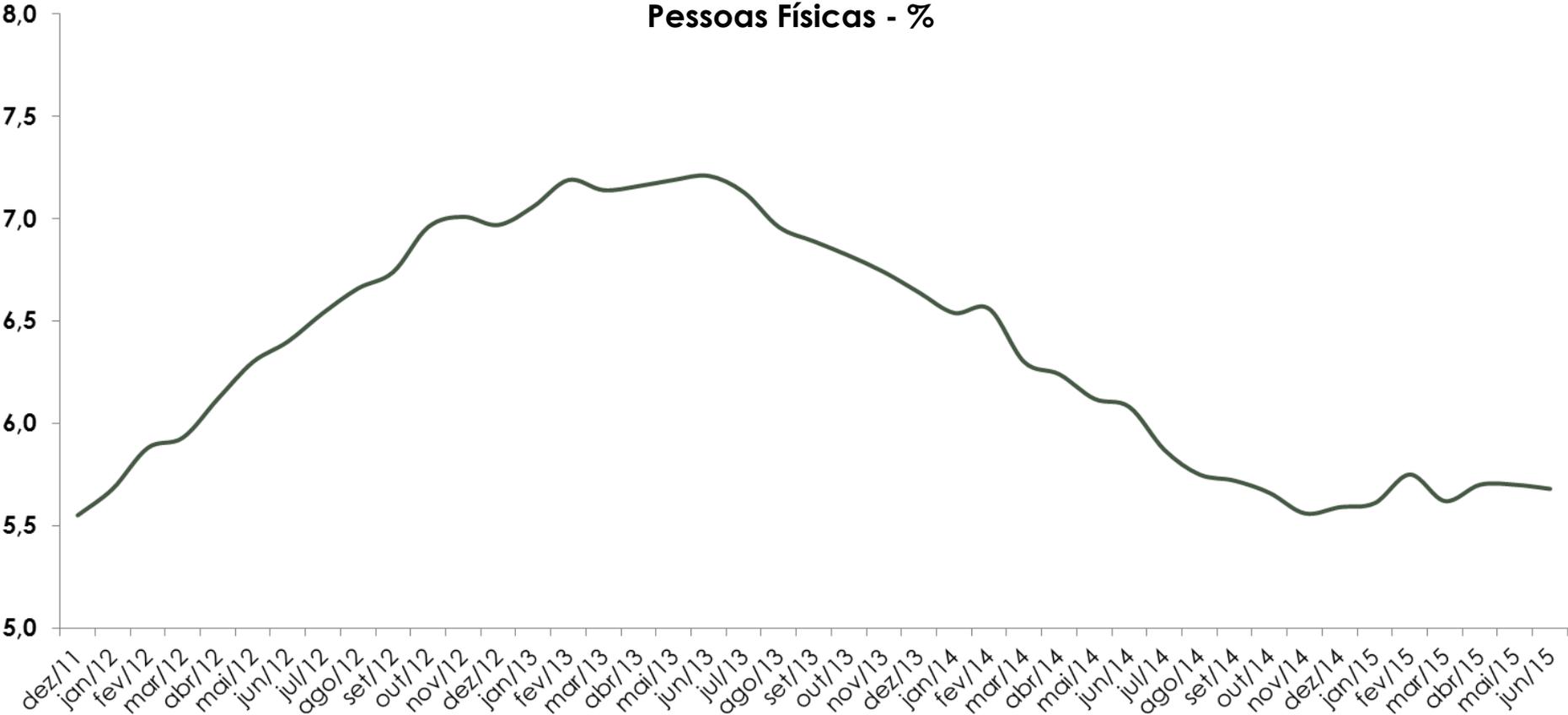


Fonte: PME – IBGE - Elaboração: GSB  
<sup>1</sup>Massa de rendimento calculada com base na população ocupada e rendimento médio real habitual dos ocupados

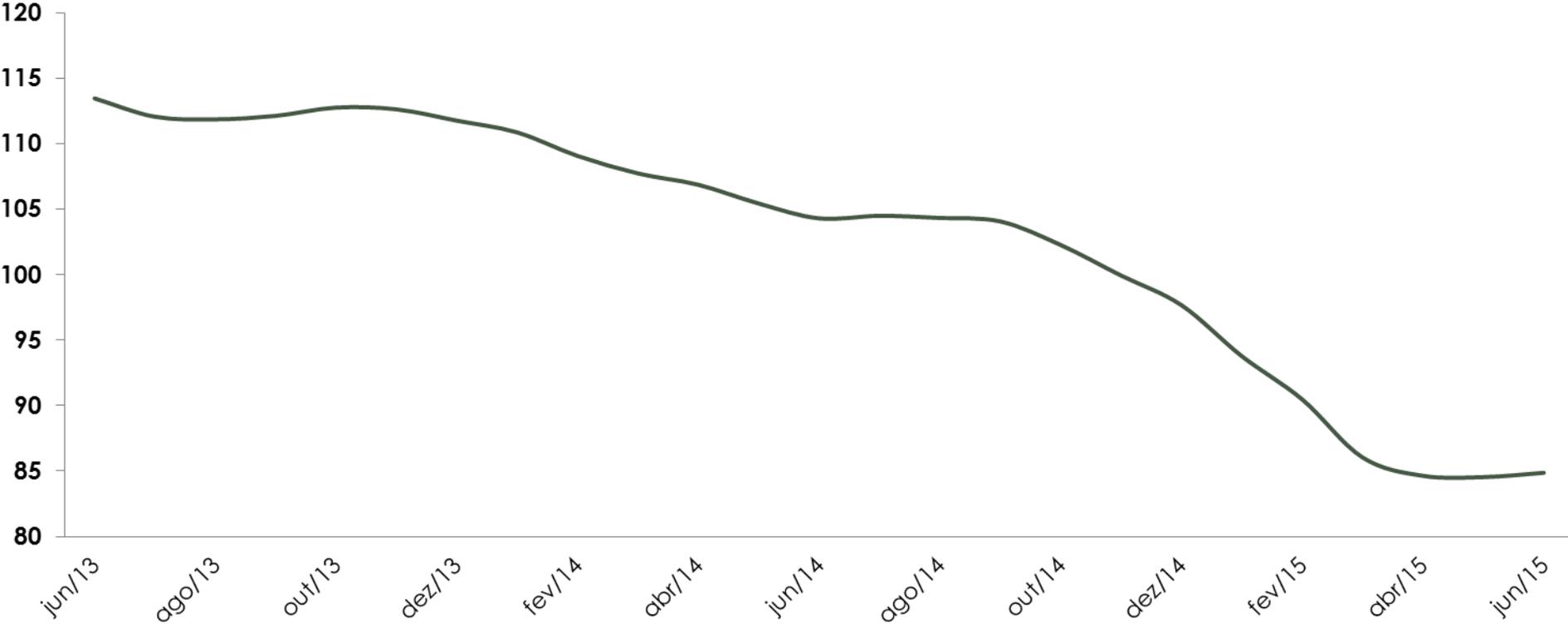
## Volume de crédito destinado às famílias Estoque



## Taxa de Inadimplência Pessoas Físicas - %



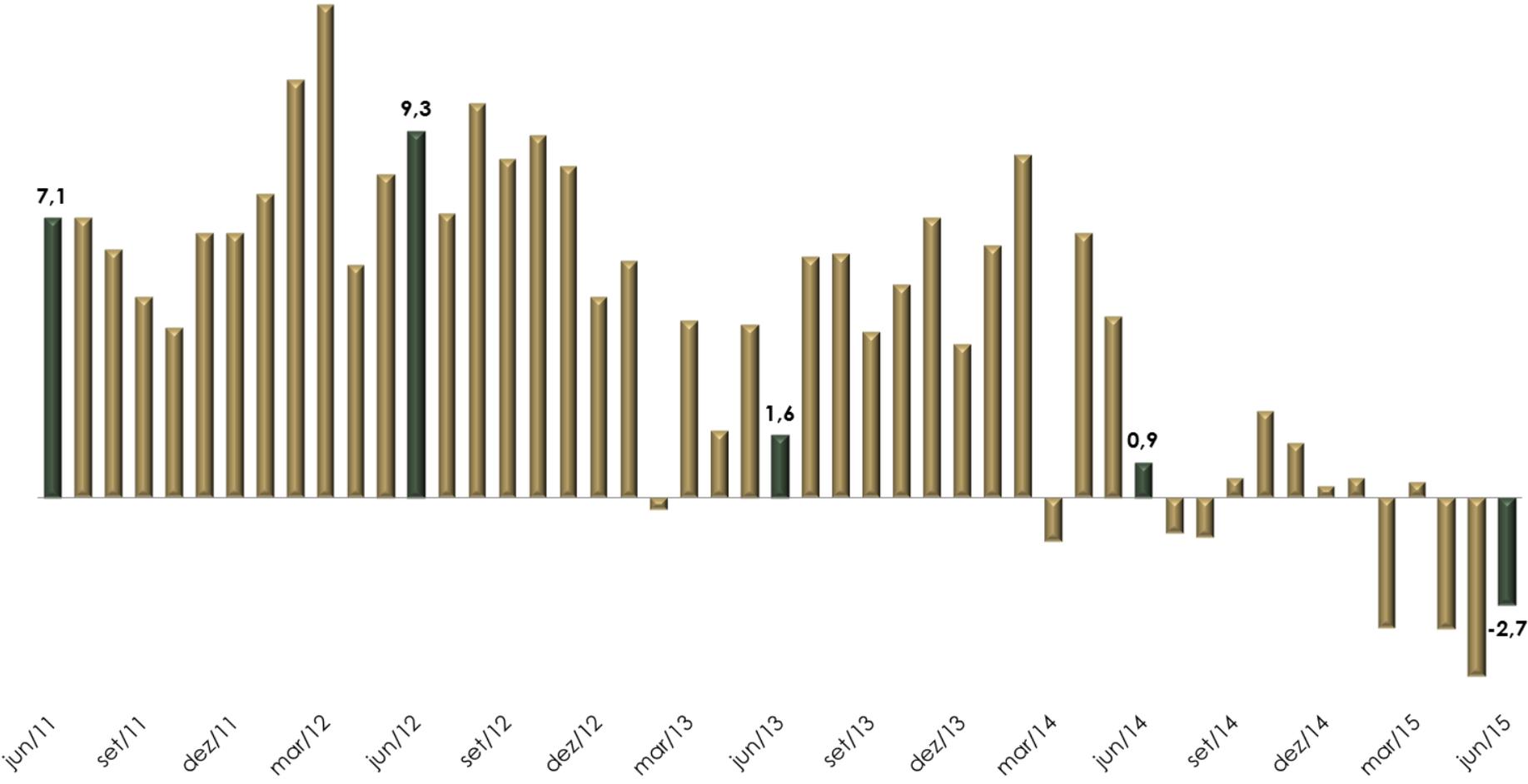
## Índice de Confiança do Consumidor média móvel trimestral



# Performance do Varejo

## Desempenho do Comércio Varejista

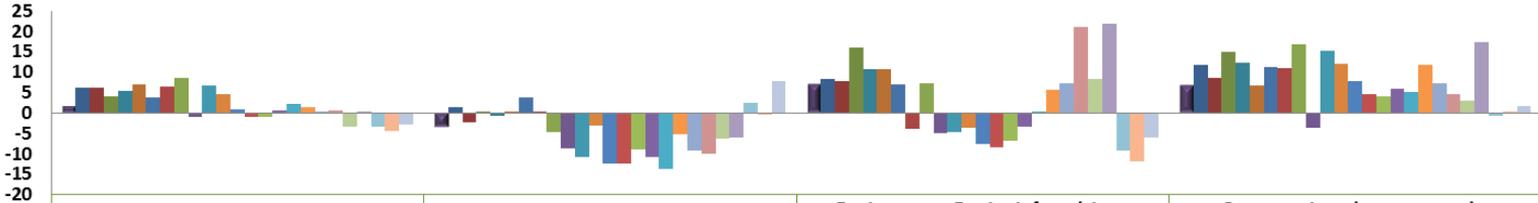
variação frente ao mesmo mês do ano anterior - volume de vendas - %



Fonte: PMC - IBGE  
Elaboração: GSB

# Performance do Varejo

## Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Jun/13-Jun/15



	Varejo - total	Livros, jornais, revistas e papelaria	Equip. e mat. Escrit., informática e comunicação	Outros artigos de uso pessoal e doméstico
jun/13	1,6	-3,5	6,9	6,8
jul/13	6,1	1,4	8,3	11,7
ago/13	6,2	-2,2	7,9	8,6
set/13	4,2	0,1	16,0	14,9
out/13	5,4	-0,6	10,7	12,4
nov/13	7,1	0,2	10,8	6,6
dez/13	3,9	3,8	7,0	11,2
jan/14	6,4	0,3	-3,8	11,0
fev/14	8,7	-4,8	7,2	16,9
mar/14	-1,1	-8,8	-5,0	-3,5
abr/14	6,7	-10,8	-4,6	15,3
mai/14	4,6	-3,2	-3,5	12,0
jun/14	0,9	-12,5	-7,5	7,9
jul/14	-0,9	-12,5	-8,4	4,5
ago/14	-1,0	-8,9	-6,7	4,2
set/14	0,5	-10,7	-3,4	5,8
out/14	2,2	-13,6	0,3	5,2
nov/14	1,4	-5,2	5,6	11,7
dez/14	0,3	-9,3	7,2	7,2
jan/15	0,5	-9,9	21,0	4,5
fev/15	-3,3	-6,3	8,2	3,1
mar/15	0,4	-5,9	21,8	17,4
abr/15	-3,3	2,5	-9,1	-0,7
mai/15	-4,5	-0,5	-11,8	0,2
jun/15	-2,7	7,9	-5,9	1,6

# Performance do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas – Jun/13-Jun/15



GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



Visão Geral da GSB

[www.generalshopping.com.br](http://www.generalshopping.com.br)

- Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo

- Segmento de Outlet Centers

- Inovação em serviços complementares

- Participação majoritária: média de 75,4%

# General Shopping Brasil

Shopping Center	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )	Expansões ABL Própria (m <sup>2</sup> )
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	-
Suzano Shopping	100,0%	19.583	19.583	-
Cascavel JL Shopping	85,5%	8.877	7.590	2.953
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	-
Parque Shopping Maia*	63,5%	31.711	20.136	-
	<b>75,4%</b>	<b>342.524</b>	<b>258.120</b>	<b>18.353</b>

Greenfield	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )
Outlet Premium Rio de Janeiro	50,0%	32.000	16.000
Parque Shopping Atibaia	100,0%	25.915	25.915
	<b>72,4%</b>	<b>57.915</b>	<b>41.915</b>

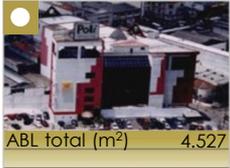
\*Inaugurado em abril de 2015

# Distribuição Geográfica



● Shopping em operação  
▲ Shopping em construção

Poli Shopping Guarulhos



Poli Shopping Osasco



Outlet Premium Salvador



Shopping do Vale



Parque Shopping Prudente



Auto Shopping



Cascavel JI Shopping



Unimart Shopping Campinas



Internacional Shopping Guarulhos



Suzano Shopping



Shopping Bonsucesso



Parque Shopping Atibaia



Outlet Premium São Paulo



Parque Shopping Sulacap



Outlet Premium Rio de Janeiro



Parque Shopping Maia



Parque Shopping Barueri



Outlet Premium Brasília

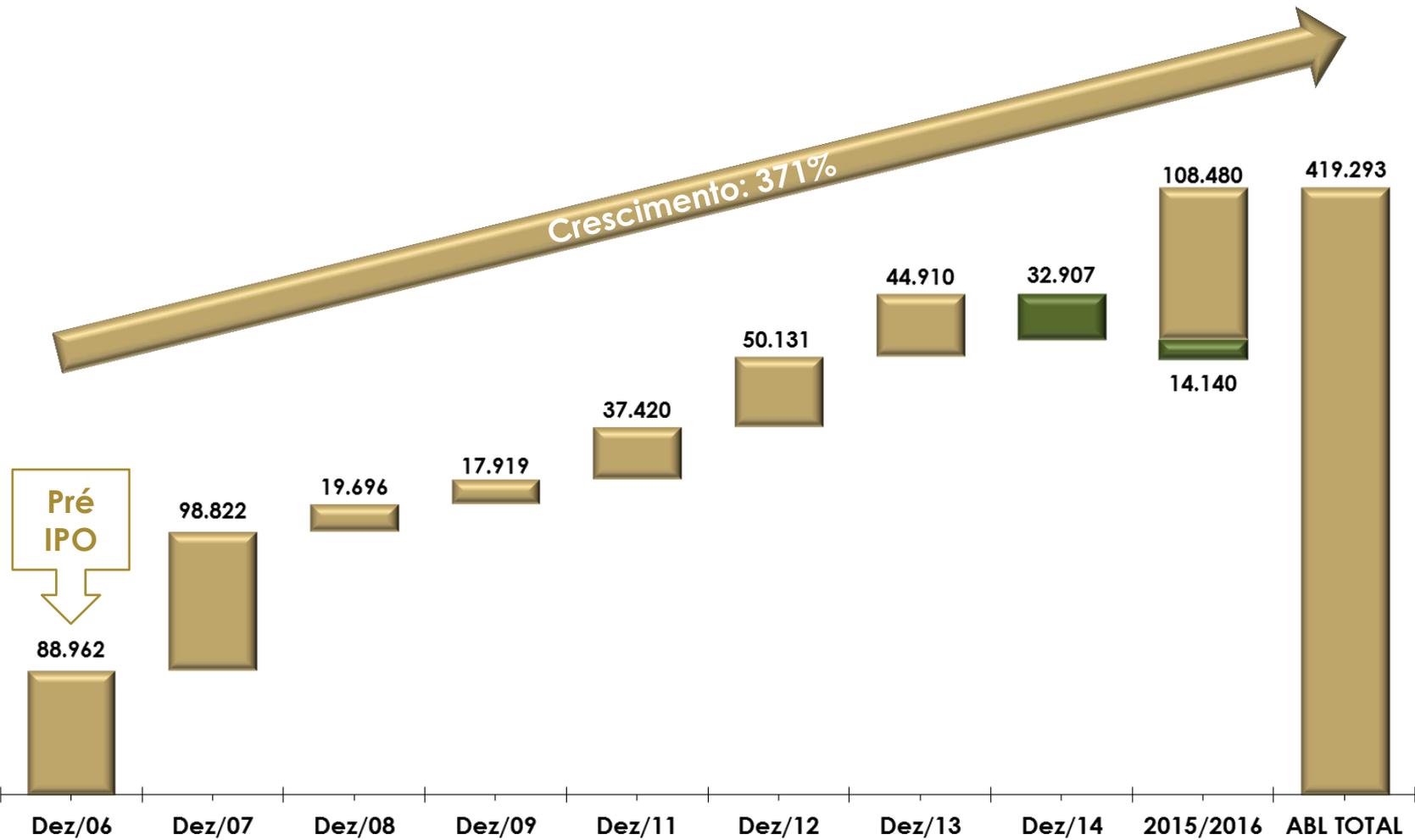


Região	PIB	Varejo
Sul e Sudeste	70,5%	72,5%

<sup>(1)</sup> Estimativa

Fonte: IBGE 2012

## Evolução da ABL (m²)



# Estratégia de Crescimento Diversificada

## Consolidação

- Aquisição de shopping centers

## Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

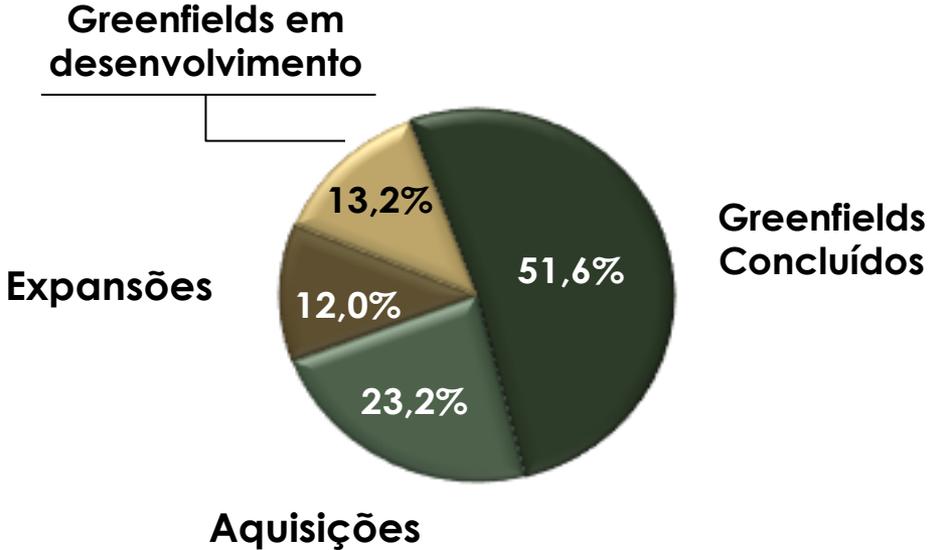
## Expansão

- 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<sup>(1)</sup>



(1) Considerando atuais shopping centers, expansões e greenfields anunciados.

# Parque Shopping Maia - Greenfield



## Parque Shopping Maia

Inaugurado em:  
Abril de 2015

**Tipo:** Vizinhança

**Cidade/Estado:** Guarulhos/SP

**Participação:** 63,5%

**ABL Total:** 31.711 m<sup>2</sup>

**Classe Social:** A, B e C

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

**Principais Lojas:** Academia Fórmula, Aramis, Bacio di Latte, Bar do Alemão, Brookfield, C&A, Camicado, Cecilia Dale, Cinépolis, Cristallo, Dudalina, Forever 21, John John, Kipling, Lacoste, Le Lis Blanc, Neo Geo, New Balance, Outback Steakhouse, Pandora, Renner, Riachuelo, Starbucks, Tok & Stock, Tommy Hilfiger, Track & Field, Victor Hugo, Vivara e VR.

# Parque Shopping Maia - Greenfield





## Outlet Premium Rio de Janeiro

Inauguração  
Prevista – 4T15

**Tipo:** Outlet Center

**Cidade/Estado:** Duque de Caxias/RJ

**Participação:** 50%

**ABL Total estimada:** 32.000 m<sup>2</sup>

**ABL Própria estimada:** 16.000 m<sup>2</sup>

**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:** 25.915 m<sup>2</sup>

**ABL Própria estimada:** 25.915 m<sup>2</sup>

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

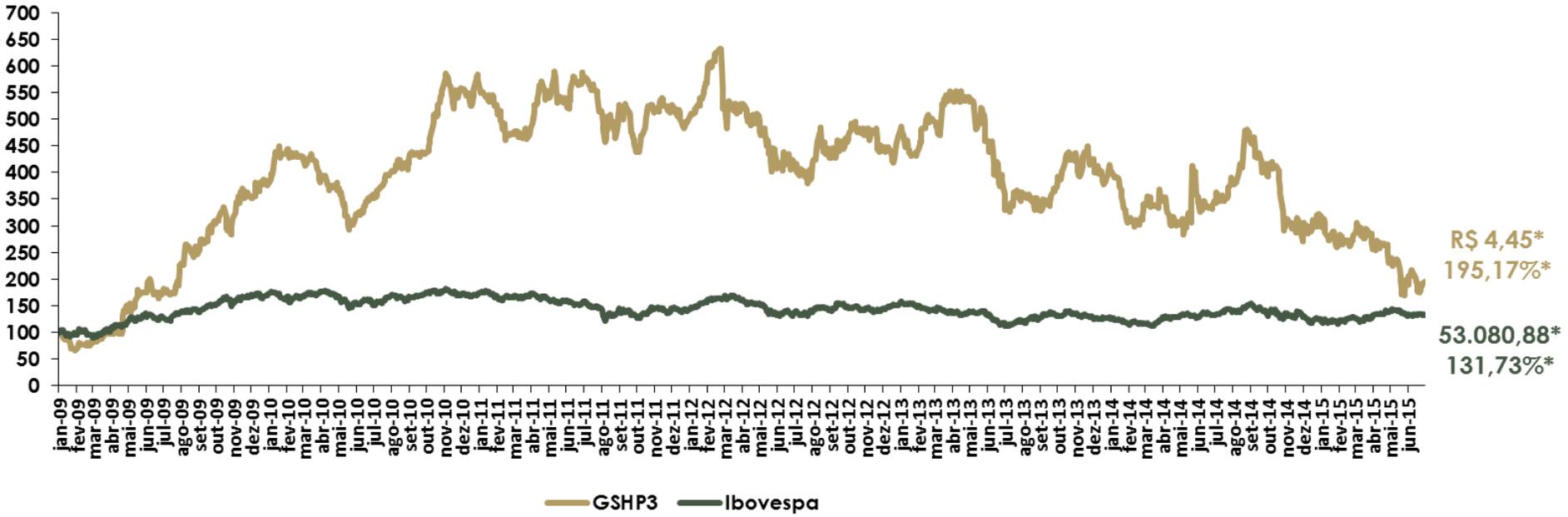
# Parque Shopping Atibaia - Greenfield



# Serviços Complementares Crescentes

Atlas			Administração	Estacionamento	Água	Energia	
			Internacional	✓	✓	✓	✓
			Auto	✓	✓	✓	✓
			Poli	✓	✓	✓	✓
			Suzano	✓	✓	✓	✓
			Cascavel	✓	✓	✓	✓
			Prudente	✓	✓	✓	✓
			Poli Osasco	✓	✓		
			Do Vale	✓	✓	✓	✓
			Unimart Campinas	✓	✓	✓	✓
			Outlet São Paulo	✓	✓	✓	✓
			Barueri	✓	✓	✓	✓
			Outlet Brasília	✓	✓	✓	✓
			Bonsucesso	✓	✓	✓	✓
			Outlet Salvador	✓	✓	✓	✓
			Sulacap	✓	✓	✓	✓
			Maia	✓	✓	✓	✓
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 e GSPark	▶ Controla e administra estacionamentos					
100%	GSB Adm	▶ Administra as operações de shopping centers					
100%	ASG Adm	▶ Administra as operações do Auto Shopping					

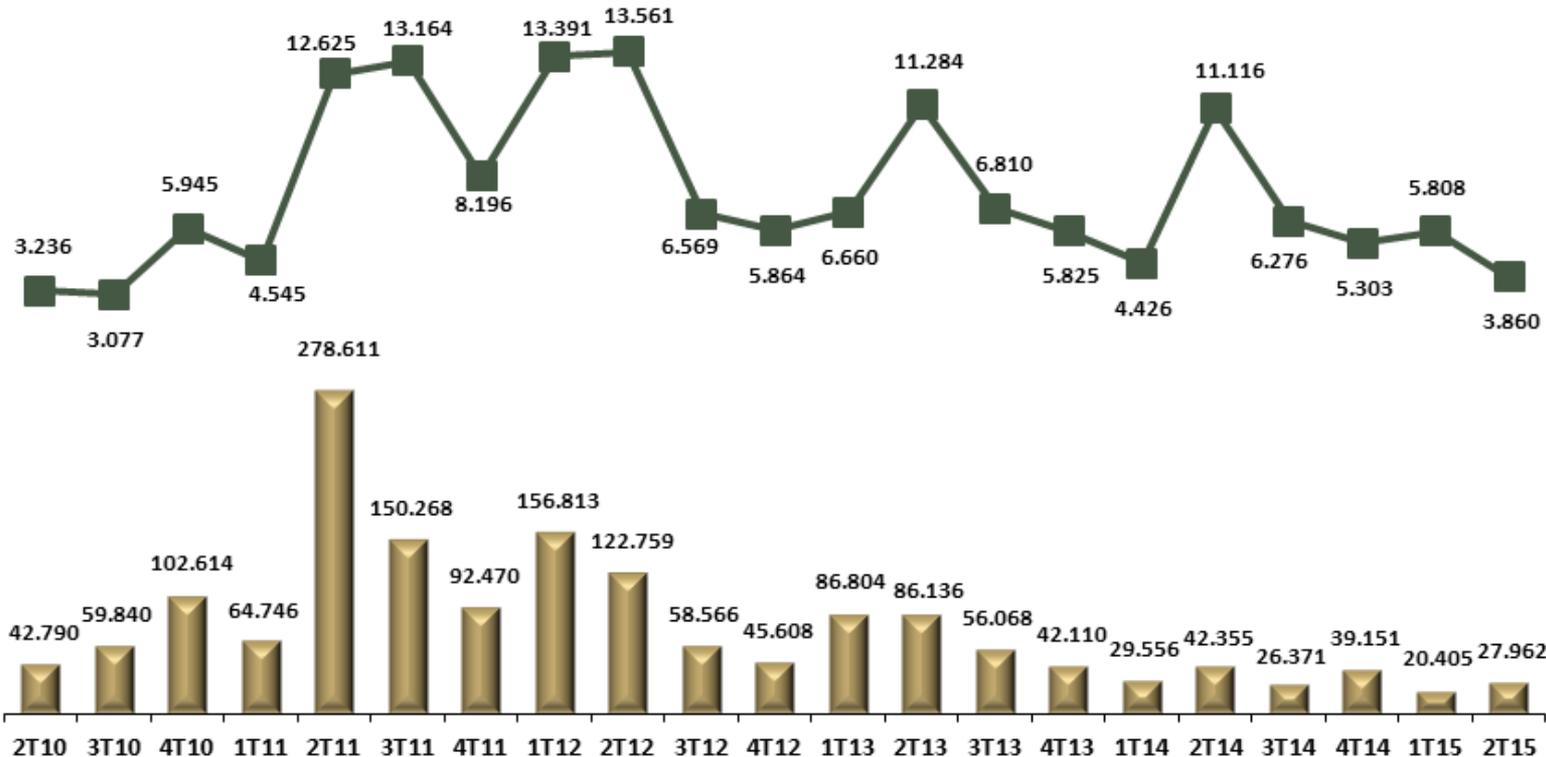
## Desempenho Acionário (Base 100 – 02/01/2009)



(\*) Em 30/06/2015

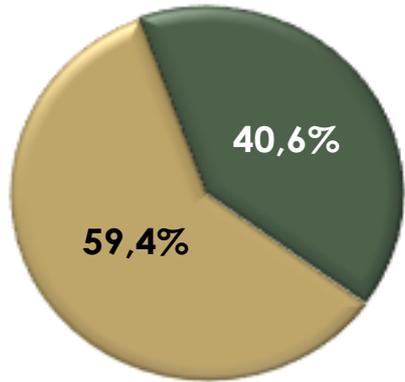
# GSHP3

Volume (R\$ mil)



Volume de Negócios      Número de Negócios

# Estrutura Acionária



■ Free Float ■ Controlador

	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	32,6% - Brasileiros 63,5% - Estrangeiros 3,9% - Varejo
Total	50.480.600	-

Listada desde Julho de 2007



(\*) Posição em 30/06/2015

GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>

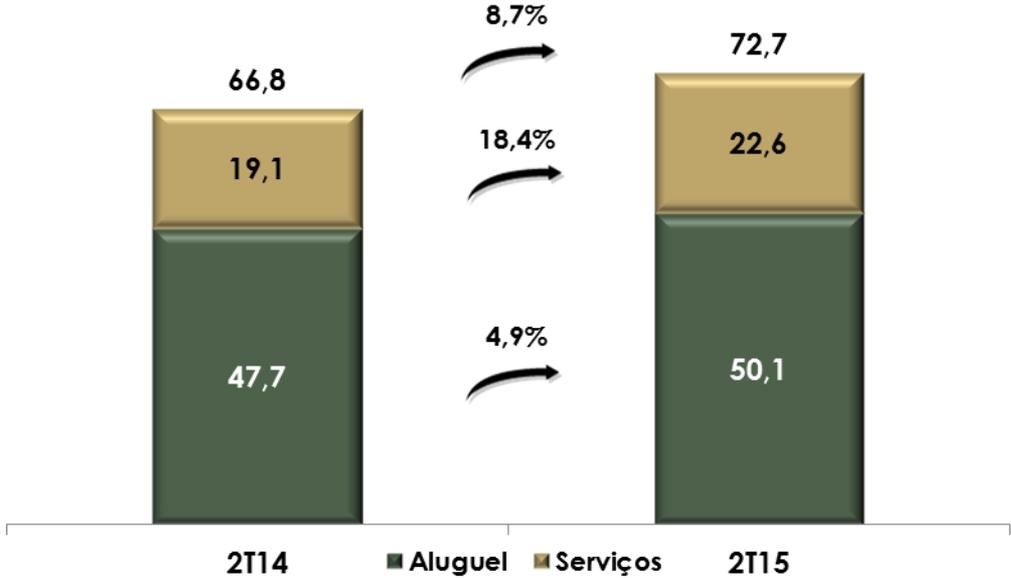


Desempenho Financeiro

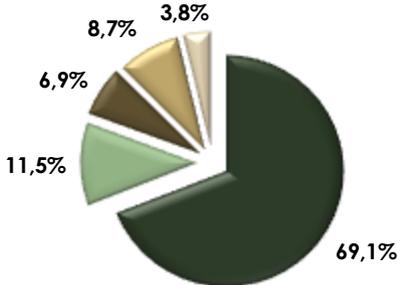
[www.generalshopping.com.br](http://www.generalshopping.com.br)

# Receita Bruta Total – R\$ milhões

**EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA**  
(R\$ milhões)

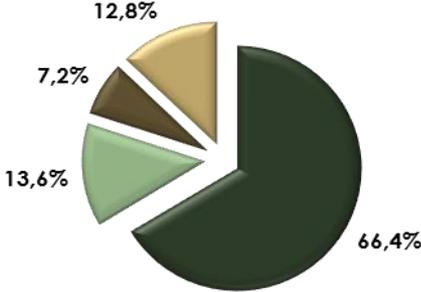


**Receita de Aluguéis - 2T15**



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

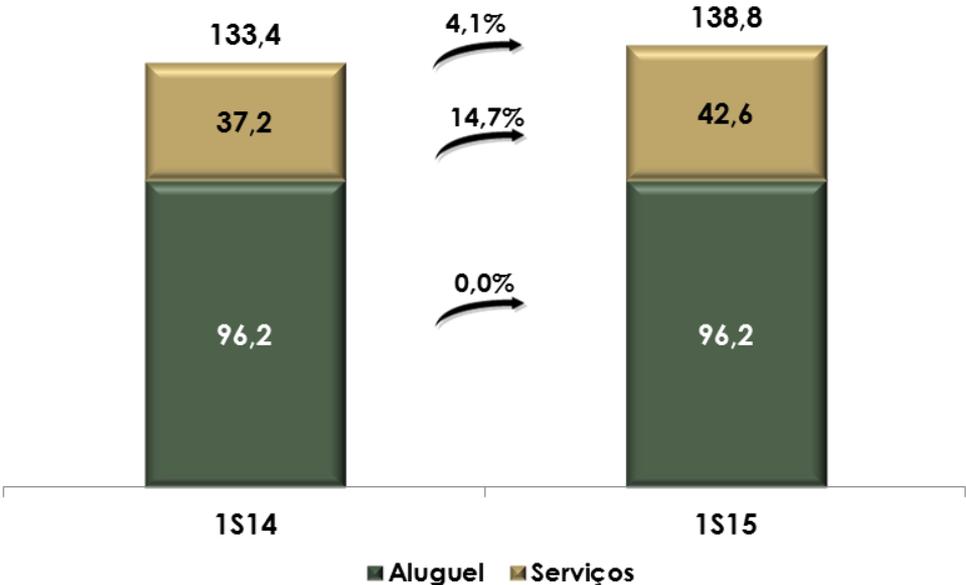
**Receita de Serviços - 2T15**



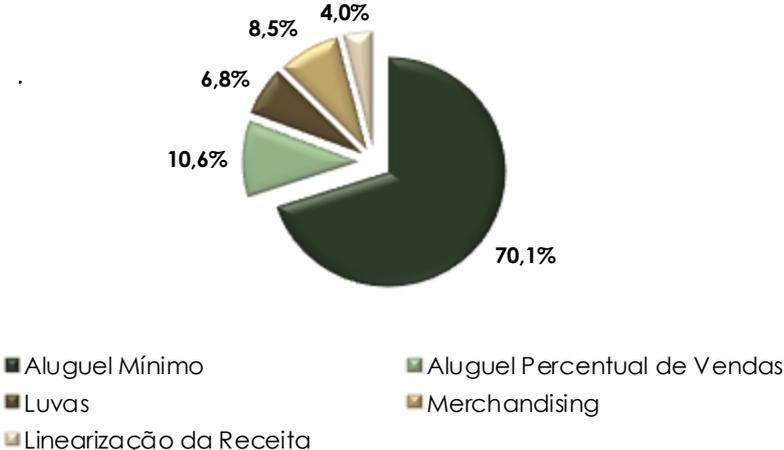
- Estacionamento
- Energia
- Água
- Administração

# Receita Bruta Total – R\$ milhões

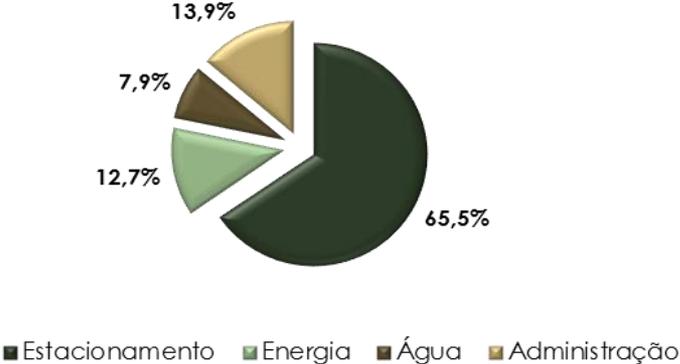
**EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA**  
(R\$ milhões)



**Receita de Aluguéis - 1S15**



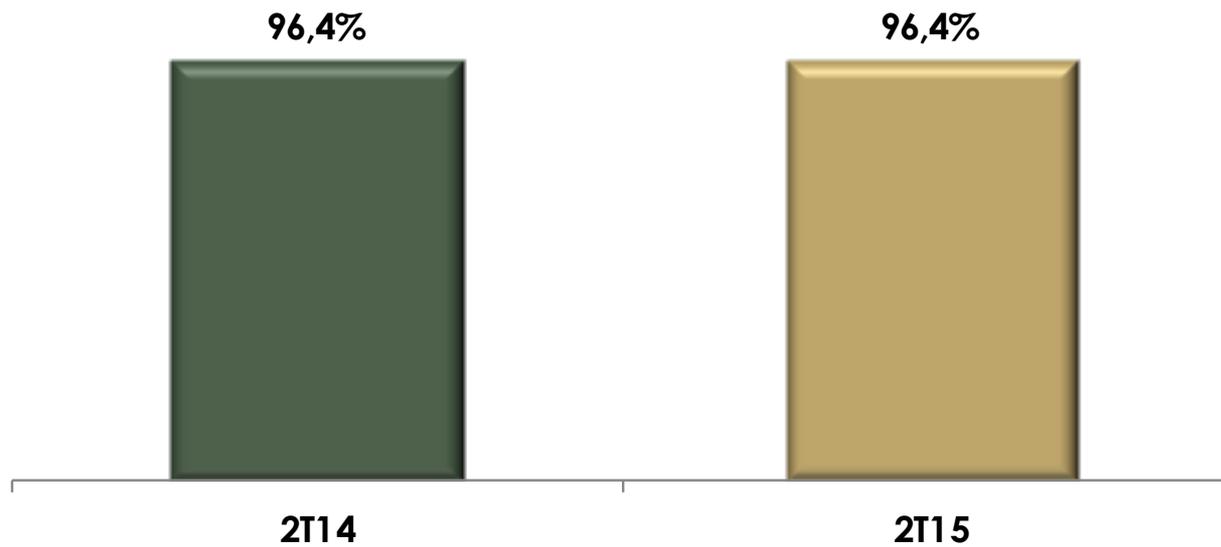
**Receita de Serviços - 1S15**



# Performance

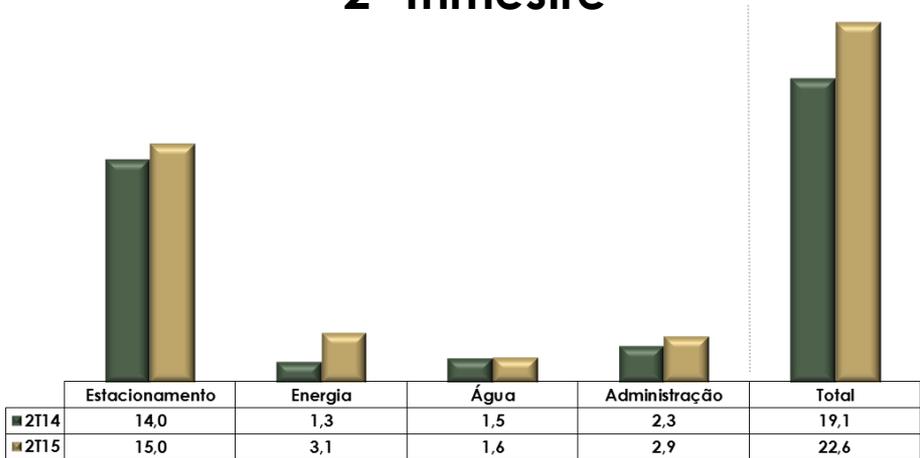
Descrição	2T14	2T15	Var %	1S14	1S15	Var %
<b>GSB (Total)</b>						
ABL Média (m <sup>2</sup> )	269.641	262.777	-2,5%	269.491	256.390	-4,9%
Aluguel (R\$/m <sup>2</sup> )	177,11	190,57	7,6%	357,04	375,17	5,1%
Serviços (R\$/m <sup>2</sup> )	70,72	85,93	21,5%	137,93	166,26	20,5%
<b>Total (R\$/m<sup>2</sup>)</b>	<b>247,83</b>	<b>276,50</b>	<b>11,6%</b>	<b>494,97</b>	<b>541,43</b>	<b>9,4%</b>

## Evolução da Taxa de Ocupação

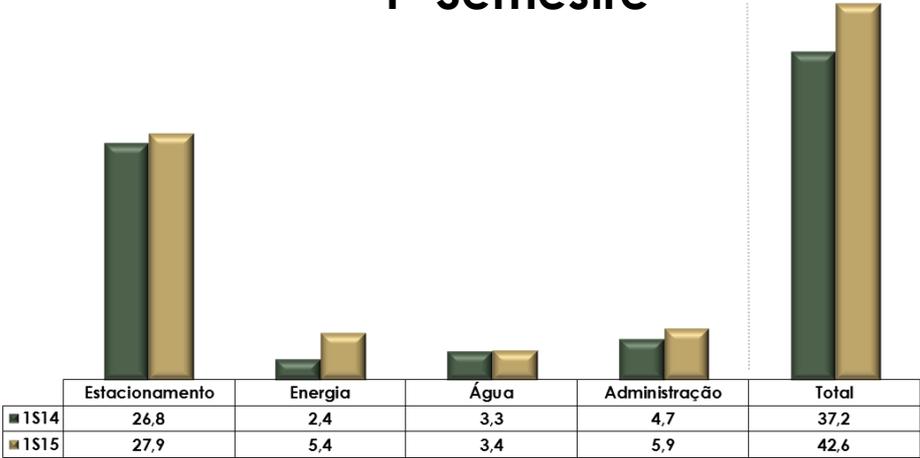


# Receita de Serviços – R\$ milhões

## 2º Trimestre

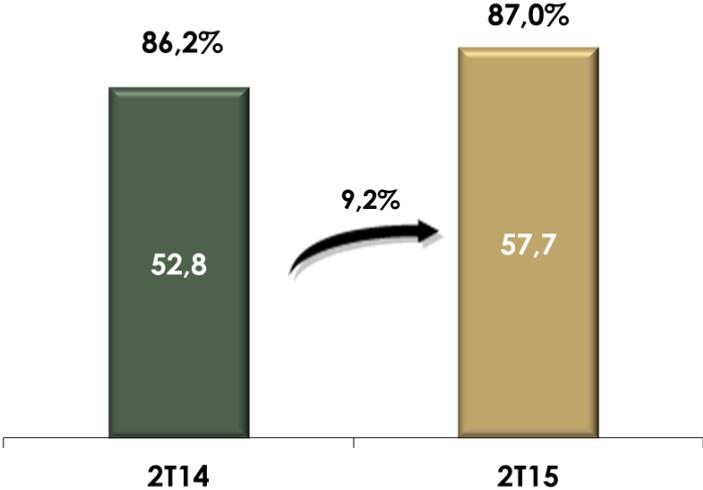


## 1º Semestre

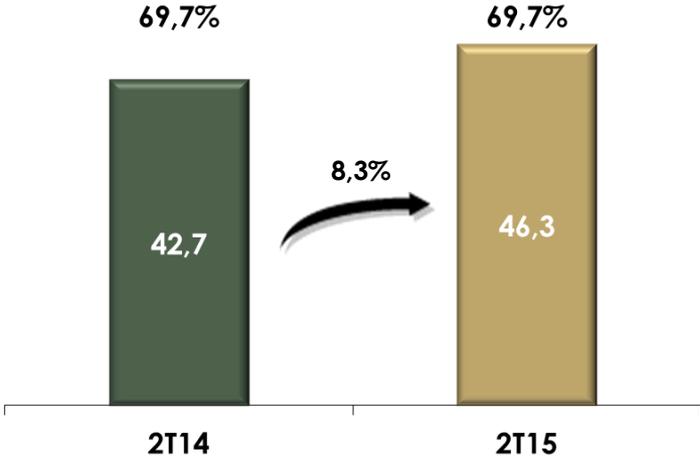


# Indicadores Financeiros – R\$ milhões

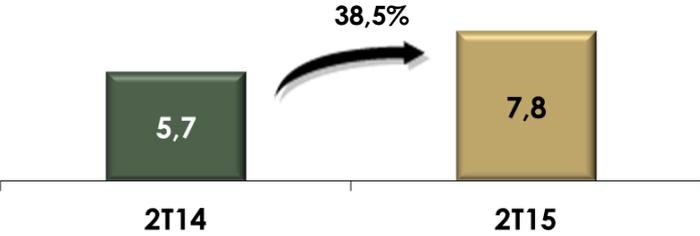
### NOI Consolidado e Margem



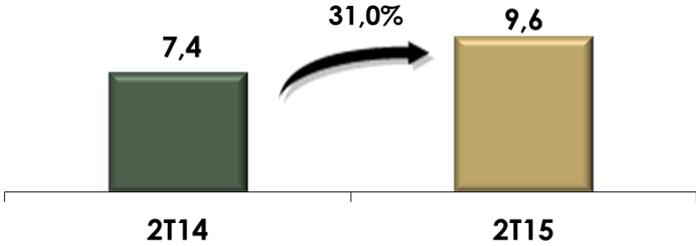
### EBITDA Ajustado e Margem



### Resultado Líquido Ajustado

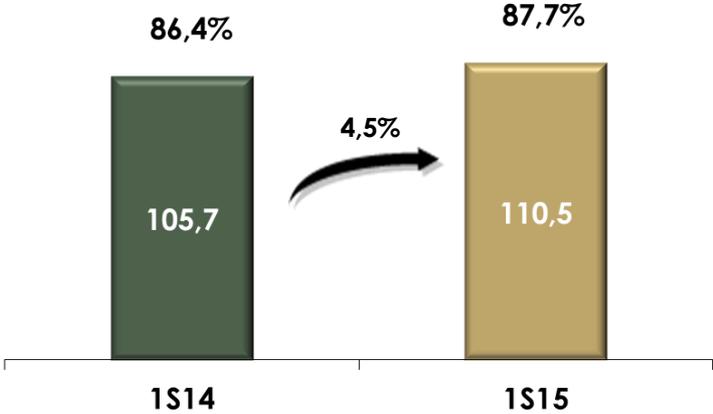


### FFO Ajustado

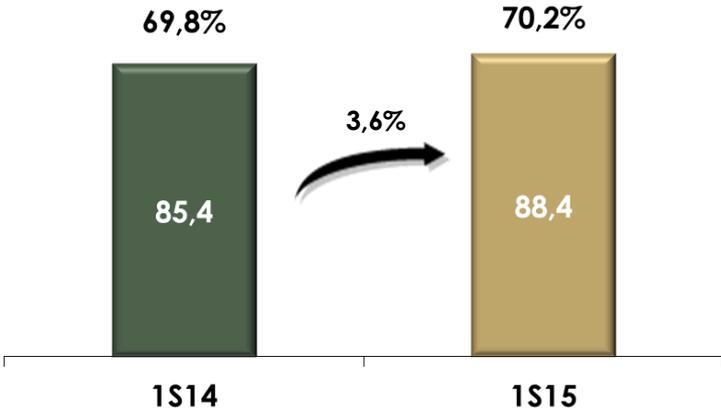


# Indicadores Financeiros – R\$ milhões

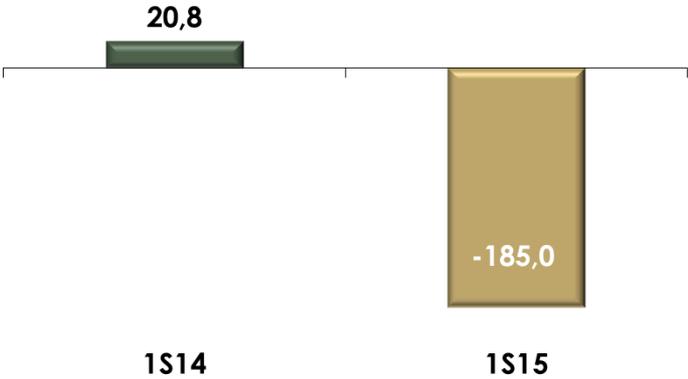
### NOI Consolidado e Margem



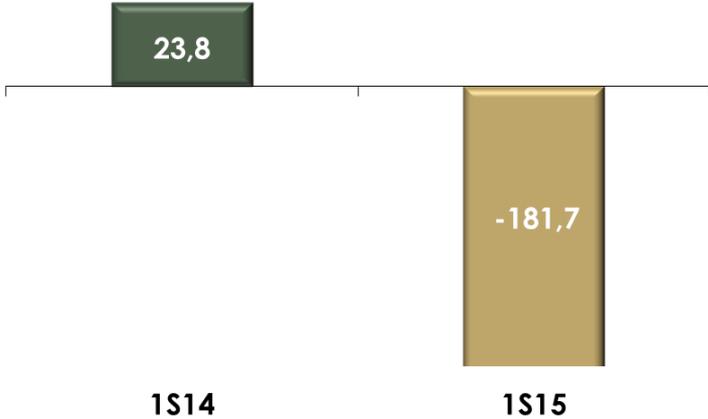
### EBITDA Ajustado e Margem



### Resultado Líquido Ajustado

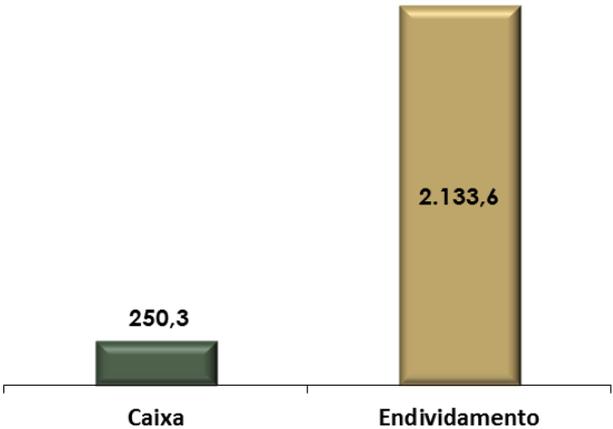


### FFO Ajustado

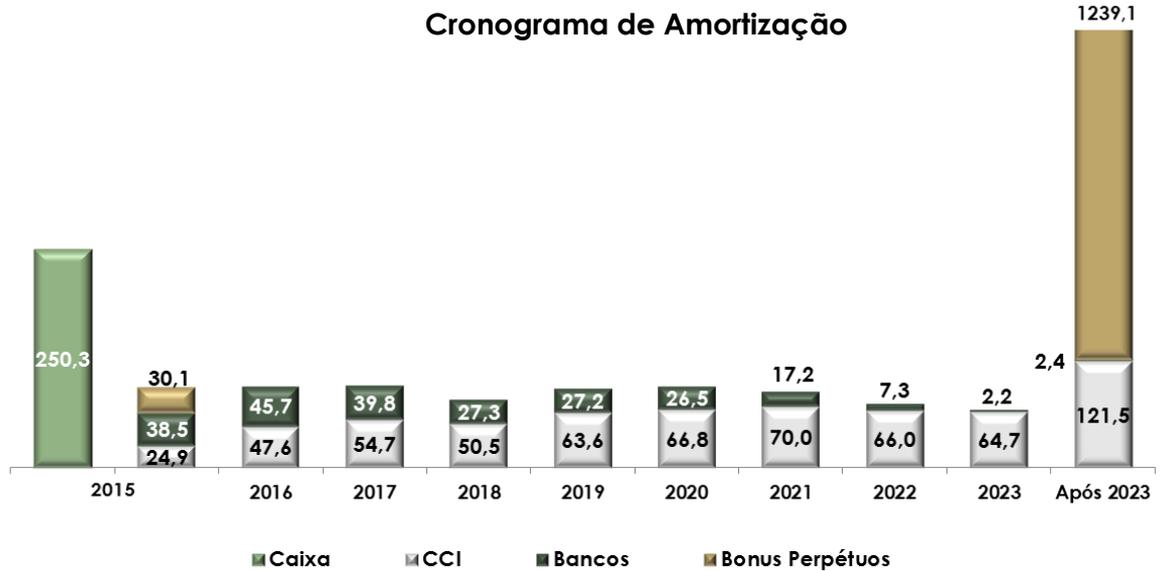


# Caixa e Equivalentes X Endividamento - R\$ milhões

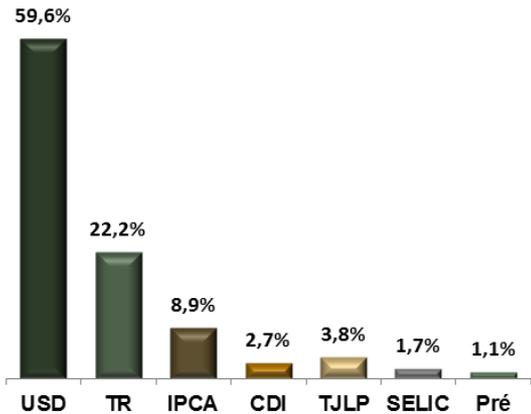
Caixa e Equivalentes x Endividamento



Cronograma de Amortização



Composição do Endividamento



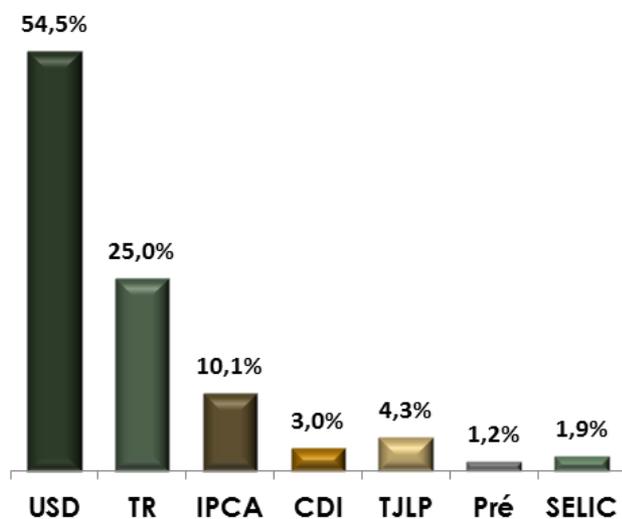
Cronograma de Amortização

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Após 2023	Total	%
CCI	24,9	47,6	54,7	50,5	63,6	66,8	70,0	66,0	64,7	121,5	630,3	29,5%
Bancos	38,5	45,7	39,8	27,3	27,2	26,5	17,2	7,3	2,2	2,4	234,1	11,0%
Bonus Perpétuos	30,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.239,1	59,5%
<b>Total</b>	<b>93,5</b>	<b>93,3</b>	<b>94,5</b>	<b>77,8</b>	<b>90,8</b>	<b>93,3</b>	<b>87,2</b>	<b>73,3</b>	<b>66,9</b>	<b>1.363,0</b>	<b>2.133,6</b>	<b>100,0%</b>

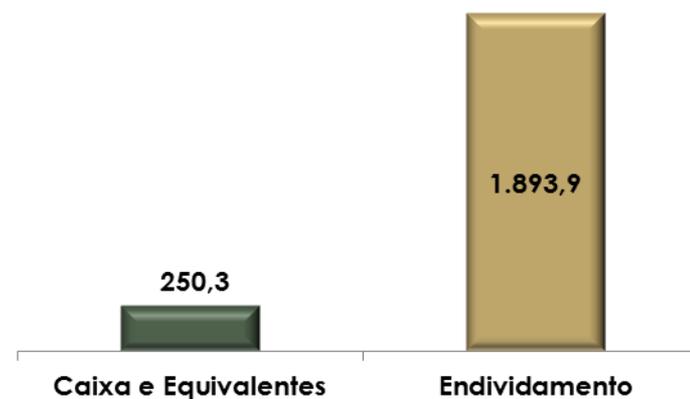
# Caixa e Equivalentes X Endividamento - R\$ milhões

## Segundo critério das Agências de Rating\*

### Composição do Endividamento

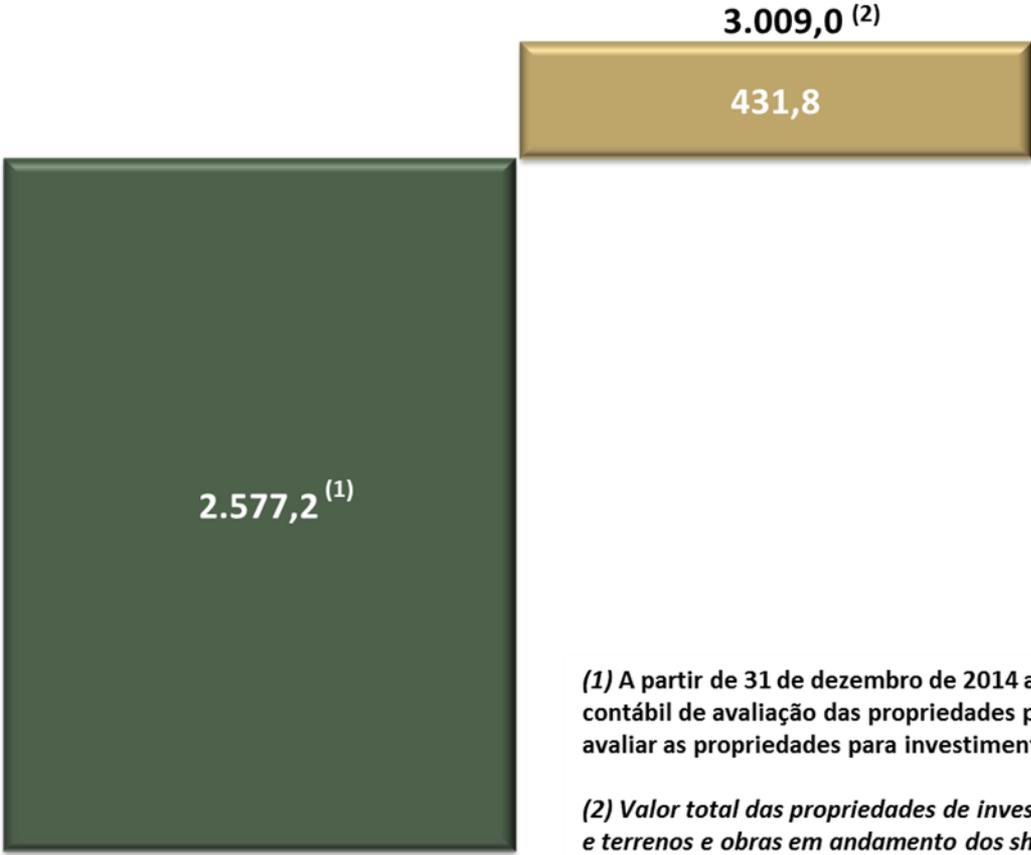


### Caixa e Equivalentes X Endividamento



\*Considerado 50% do saldo do Bônus Perpétuo Subordinado como Equity, no valor de R\$ 239,7 milhões.

# Propriedade de Investimentos



(1) A partir de 31 de dezembro de 2014 a Companhia alterou sua política contábil de avaliação das propriedades para investimentos e passou a avaliar as propriedades para investimento ao valor justo.

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

■ Fair Value   ■ Projetos em Andamento

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES GSB

**Marcio Snioka**

Diretor de RI

**Rodrigo Lepski Lopes**

Coordenador de RI

**Alan Naoto Tomioka**

Estagiário de RI

11 3159-5100

[dri@generalshopping.com.br](mailto:dri@generalshopping.com.br)

[www.generalshopping.com.br](http://www.generalshopping.com.br)