

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



**Resultados 1T09**

*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.*

Desempenho Financeiro

---

Visão Geral da GSB

---

Panorama do Setor

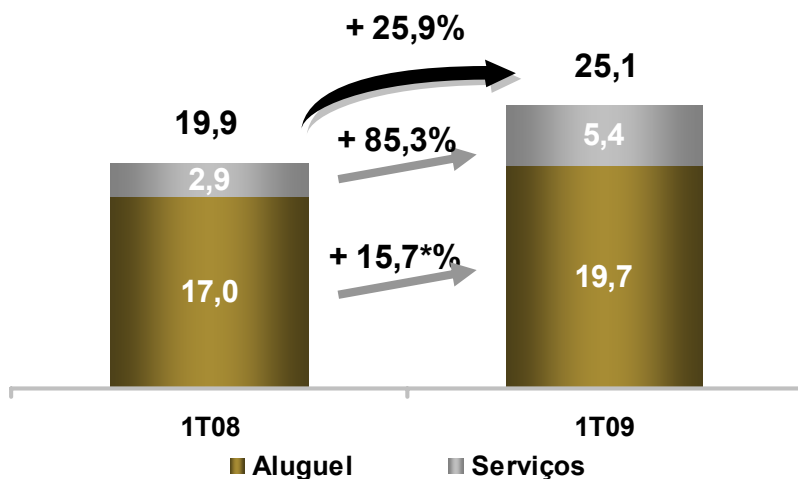
---

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>

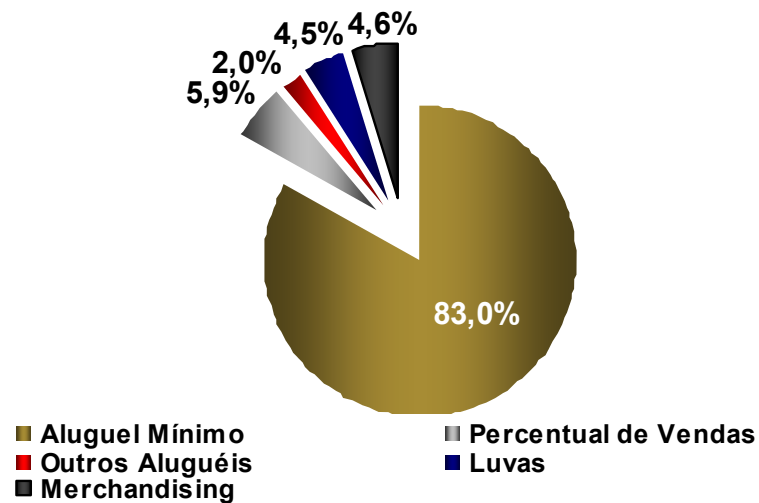


**Desempenho Financeiro**

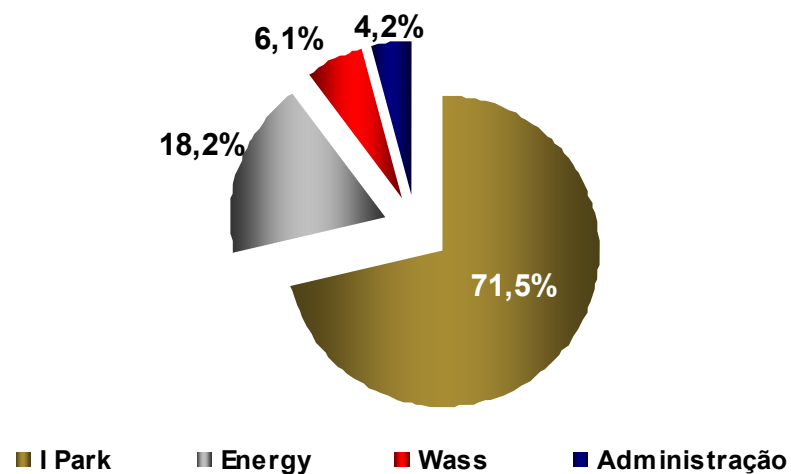
## Receita Bruta Total (R\$ milhões)



## Receita Bruta de Aluguéis



## Receita Bruta de Serviços

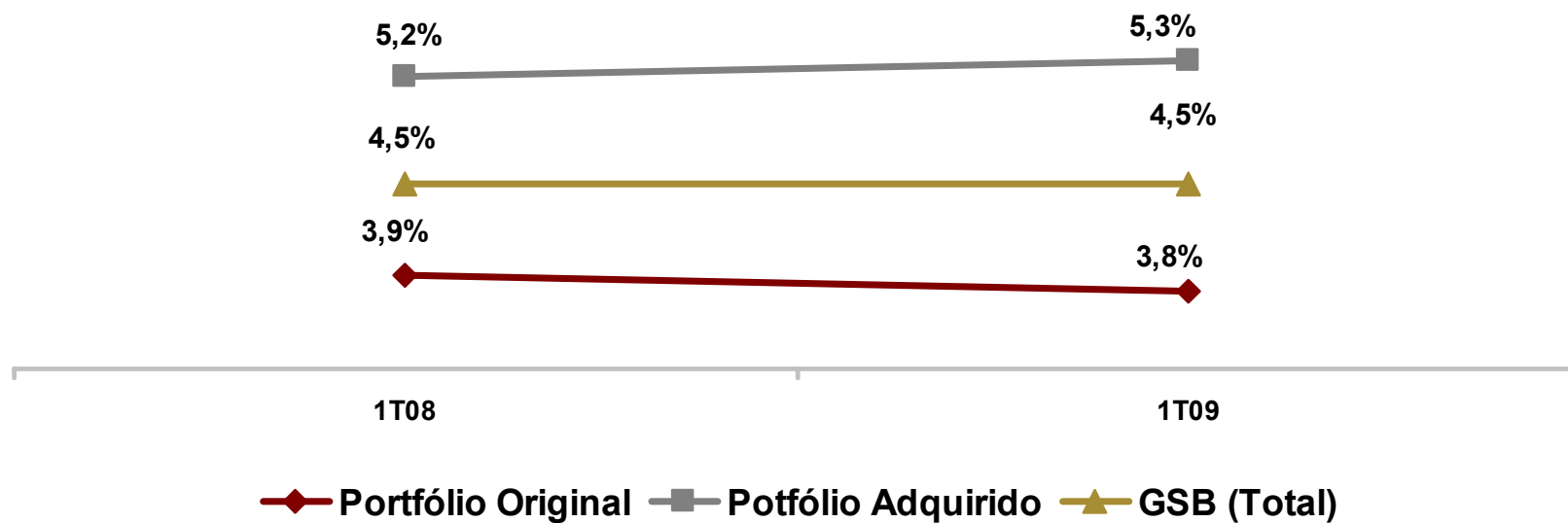


(1) Ajustado com o pronunciamento CPC 06

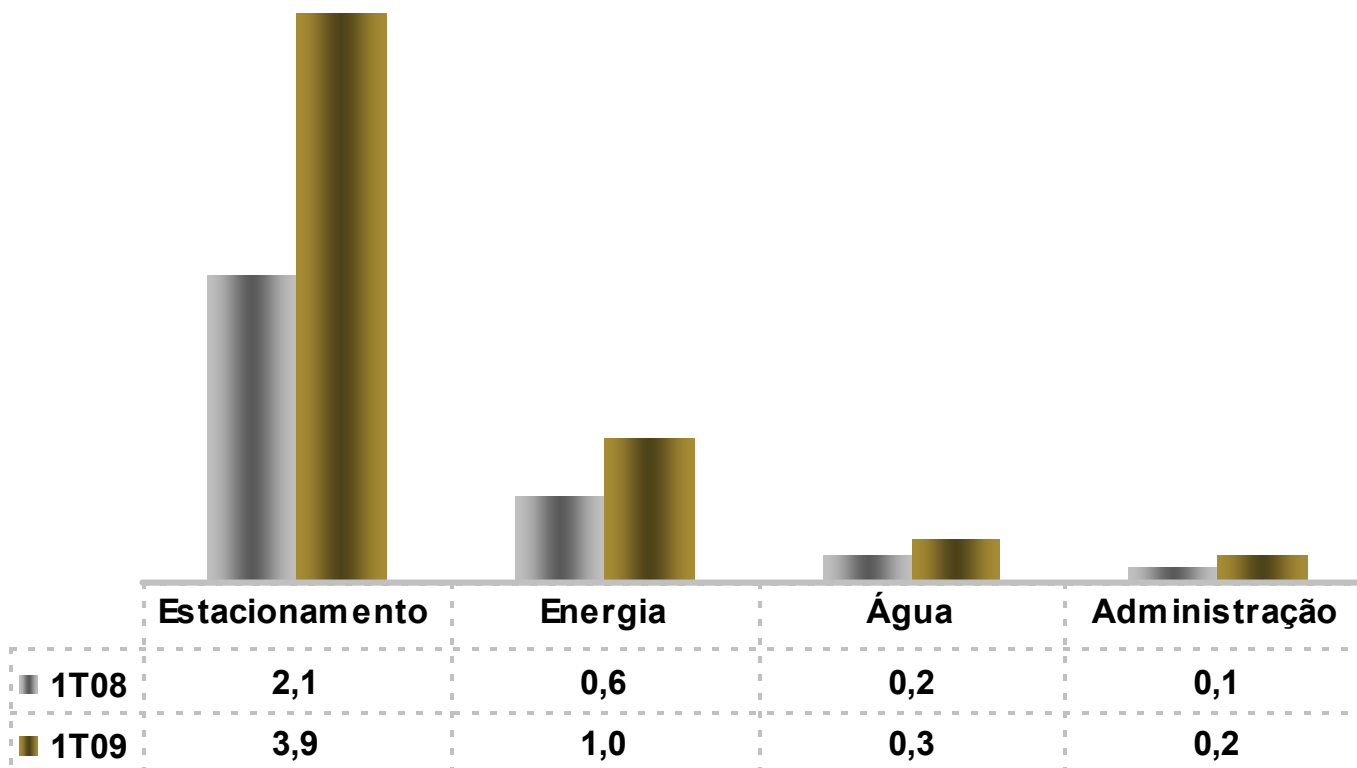
## Evolução Portfólio Original e Portfólio Adquirido

	1T08	1T09	Var. %
<b>Portfólio Original</b>			
ABL (m <sup>2</sup> )	93.791	96.791	3,2%
Aluguel (R\$/m <sup>2</sup> )	114,07	128,11	12,3%
Serviços (R\$/m <sup>2</sup> )	27,49	36,61	33,2%
Total (R\$/m <sup>2</sup> )	141,56	164,71	16,4%
<b>Portfólio Adquirido</b>			
ABL (m <sup>2</sup> )	77.785	84.248	8,3%
Aluguel (R\$/m <sup>2</sup> )	81,07	86,31	6,5%
Serviços (R\$/m <sup>2</sup> )	4,51	22,36	395,7%
Total (R\$/m <sup>2</sup> )	85,58	108,68	27,0%
<b>GSB Total</b>			
ABL (m <sup>2</sup> )	171.576	181.039	5,5%
Aluguel (R\$/m <sup>2</sup> )	99,11	108,66	9,6%
Serviços (R\$/m <sup>2</sup> )	17,07	29,98	75,6%
Total (R\$/m <sup>2</sup> )	116,18	138,64	19,3%

## Evolução da Vacância

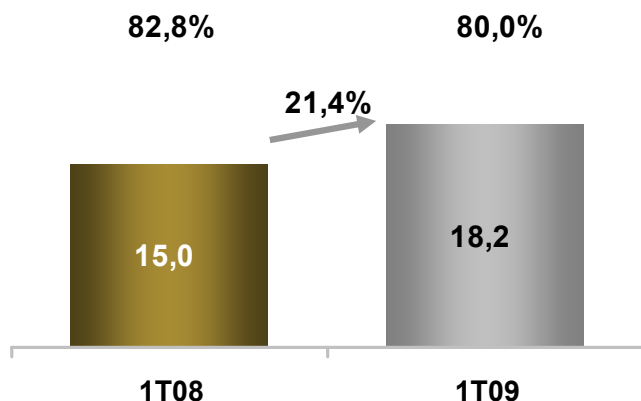


Receita de Serviços  
(R\$ milhões)

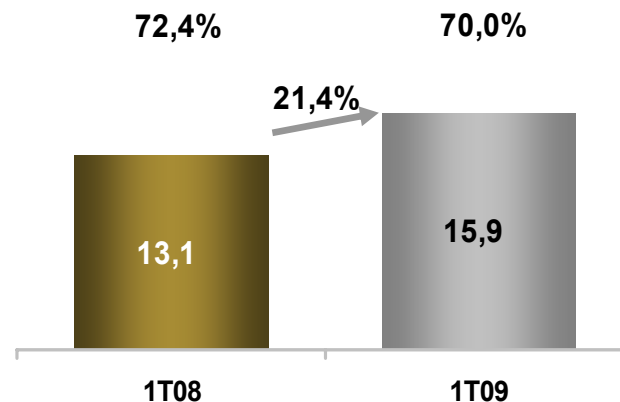




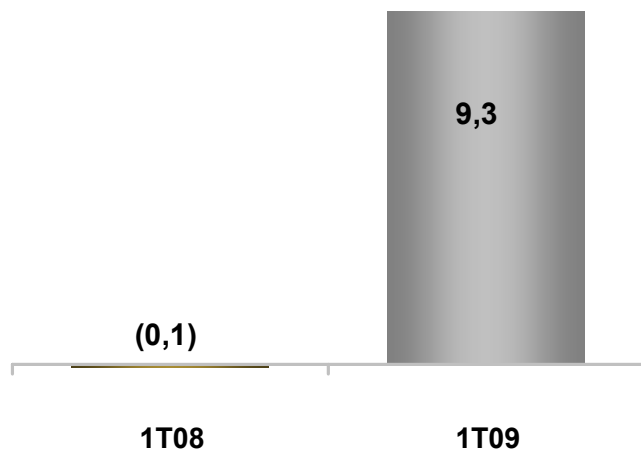
## NOI (R\$ MM) e Margem



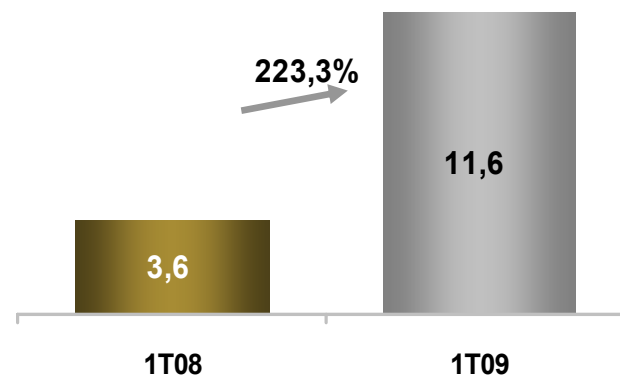
## EBITDA Ajustado (R\$ MM) e Margem



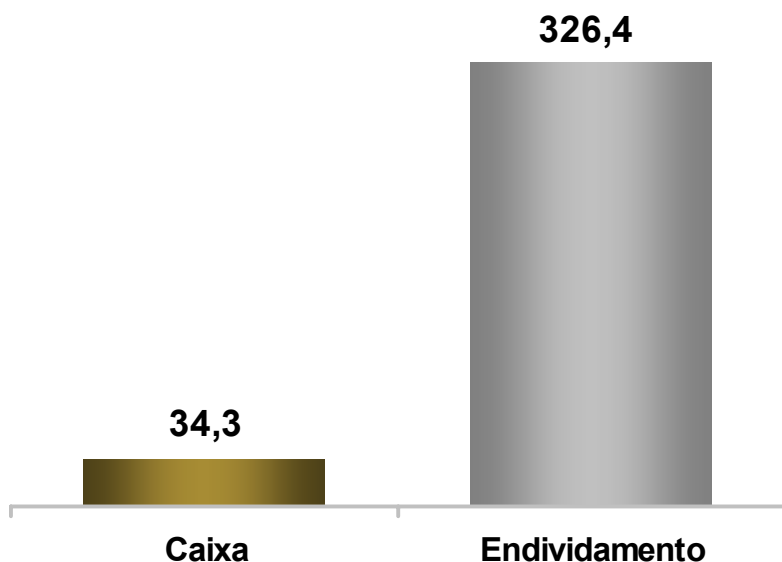
## Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



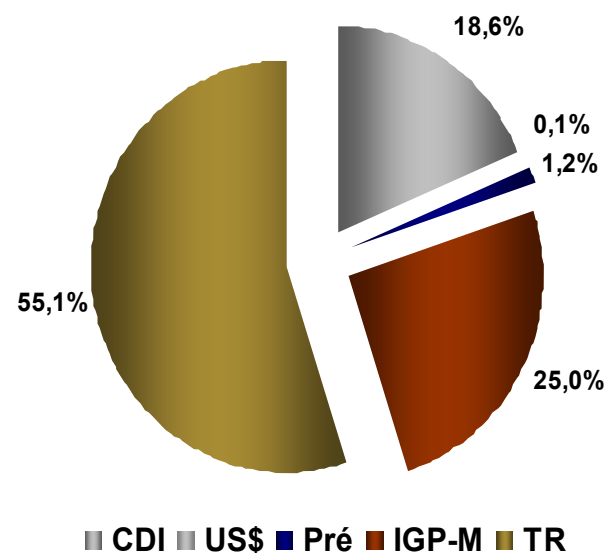
## FFO Ajustado (R\$ MM)



## Caixa X Endividamento (R\$ milhões)



## Composição do Endividamento



R\$ Milhões	Cronograma de Amortização					Total	%
	2009	2010	2011	2012	após 2012		
CCI	29,4	41,4	40,8	41,6	108,4	261,6	80,1%
Outros	62,0	2,2	0,6	0,0	0,0	64,8	19,9%
<b>Total</b>	<b>91,4</b>	<b>43,6</b>	<b>41,4</b>	<b>41,6</b>	<b>108,4</b>	<b>326,4</b>	<b>100,0%</b>

### Eventos Subsequentes

Reabertura das Linhas BNDES através do Banco ABC Brasil S.A. ( Arab Banking Corporation)

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>



Visão Geral da GSB

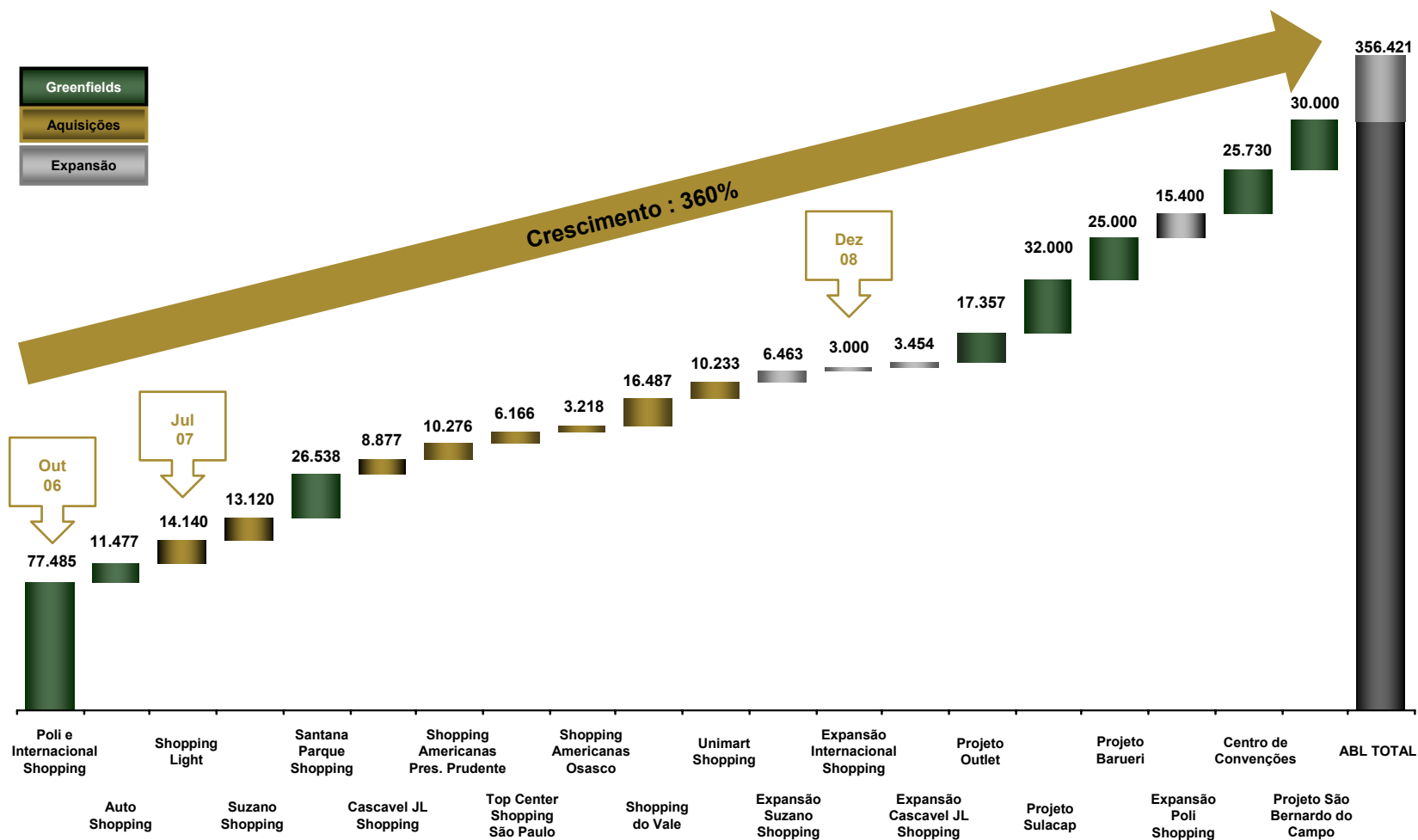
- **Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo**
- **Classes de consumidores B e C como alvo**
- **Inovação em serviços complementares**
- **Participação majoritária: média de 87,3%**

Shopping Center	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )	Nº Lojas	Expansões ABL Própria (m <sup>2</sup> )
<b>Poli Shopping</b>	<b>50,0%</b>	<b>4.527</b>	<b>2.264</b>	<b>52</b>	<b>15.400</b>
<b>Internacional Shopping</b>	<b>100,0%</b>	<b>75.958</b>	<b>75.958</b>	<b>292</b>	<b>-</b>
<b>Auto Shopping</b>	<b>100,0%</b>	<b>11.477</b>	<b>11.477</b>	<b>80</b>	<b>-</b>
<b>Santana Parque Shopping</b>	<b>50,0%</b>	<b>26.538</b>	<b>13.269</b>	<b>176</b>	<b>-</b>
<b>Shopping Light</b>	<b>50,1%</b>	<b>14.140</b>	<b>7.092</b>	<b>134</b>	<b>-</b>
<b>Suzano Shopping</b>	<b>100,0%</b>	<b>19.583</b>	<b>19.583</b>	<b>174</b>	<b>-</b>
<b>Cascavel JL Shopping</b>	<b>85,5%</b>	<b>8.877</b>	<b>7.590</b>	<b>80</b>	<b>2.953</b>
<b>Top Center Shopping</b>	<b>100,0%</b>	<b>6.166</b>	<b>6.166</b>	<b>55</b>	<b>-</b>
<b>Americanas Prudente</b>	<b>100,0%</b>	<b>10.276</b>	<b>10.276</b>	<b>56</b>	<b>-</b>
<b>Americanas Osasco</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.218</b>	<b>3.218</b>	<b>19</b>	<b>-</b>
<b>Shopping do Vale</b>	<b>84,4%</b>	<b>16.487</b>	<b>13.913</b>	<b>94</b>	<b>-</b>
<b>Shopping Unimart</b>	<b>100,0%</b>	<b>10.233</b>	<b>10.233</b>	<b>91</b>	<b>-</b>
	<b>87,3%</b>	<b>207.480</b>	<b>181.039</b>	<b>1.303</b>	<b>18.353</b>

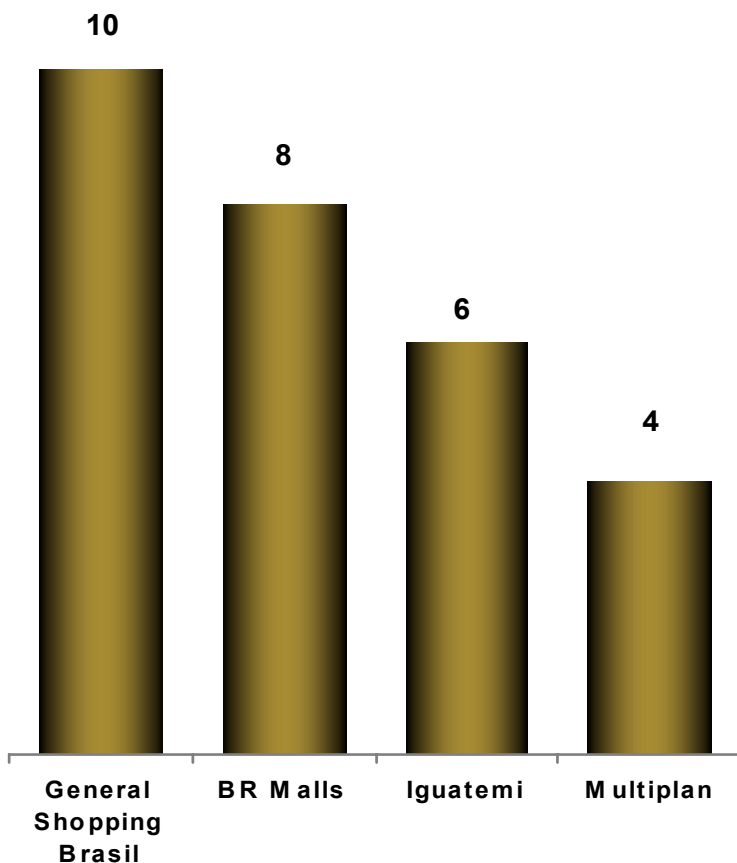
Greenfield	Part.	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Própria (m <sup>2</sup> )
<b>Centro de Convenções</b>	<b>100,0%</b>	<b>25.730</b>	<b>25.730</b>
<b>Sulacap</b>	<b>90,0%</b>	<b>32.000</b>	<b>28.800</b>
<b>Projeto São Bernardo</b>	<b>50,0%</b>	<b>30.000</b>	<b>15.000</b>
<b>Projeto Barueri</b>	<b>96,0%</b>	<b>25.000</b>	<b>24.000</b>
<b>Projeto Itupeva <sup>(1)</sup></b>	<b>50,0%</b>	<b>17.357</b>	<b>8.679</b>
	<b>78,6%</b>	<b>130.087</b>	<b>102.209</b>

<sup>(1)</sup> Considerando opção adicional de 20% da participação

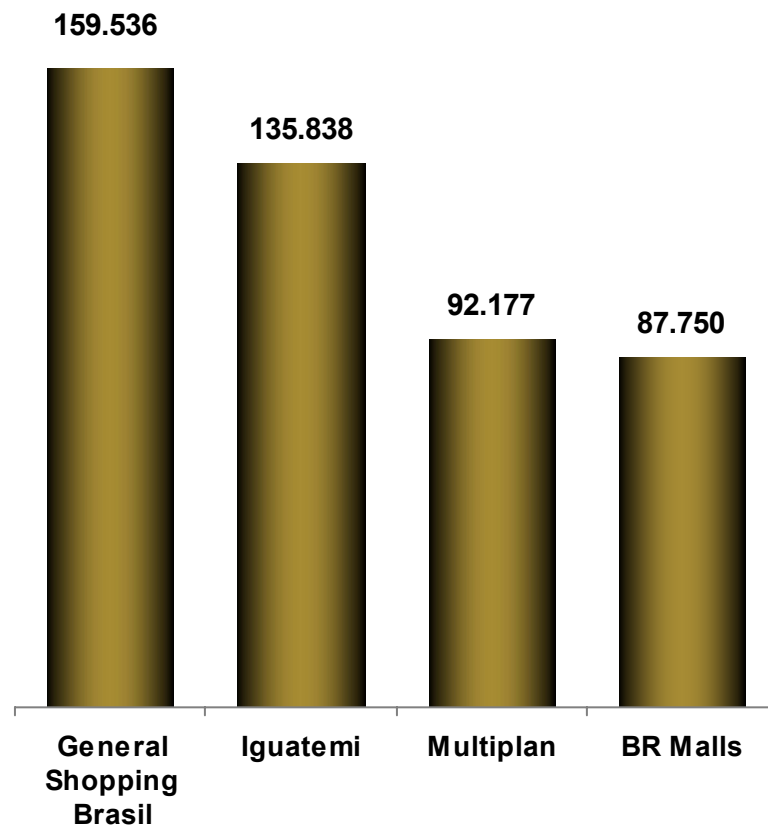
**Evolução da ABL Total (m<sup>2</sup>)**



## Número de Operações de Shopping Center



## ABL Própria (m²)





<b>1</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	72.958
	No. de lojas	292
	Visitantes/ano (mm)	23,5



<b>2</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	6.166
	No. de lojas	55
	Visitantes/ano (mm)	4,0



<b>3</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	4.527
	No. de lojas	52
	Visitantes/ano (mm)	6,0



<b>4</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	3.218
	No. de lojas	19
	Visitantes/ano (mm)	1,5



<b>5</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	26.538
	No. de lojas	176
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>17</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	30.000 <sup>(1)</sup>
	No. de lojas	NA
	Visitantes/ano (mm)	NA

**Estado de São Paulo**  
30,9% do PIB  
32,6% do varejo



<b>6</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	13.120
	No. de lojas	170
	Visitantes/ano (mm)	9,0



<b>16</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	17.357 <sup>(1)</sup>
	No. de lojas	NA
	Visitantes/ano (mm)	NA



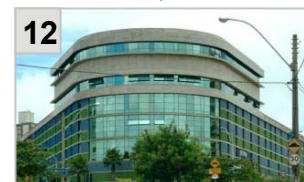
<b>7</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	14.140
	No. de lojas	134
	Visitantes/ano (mm)	12,0



<b>14</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	25.000 <sup>(1)</sup>
	No. de lojas	NA
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>13</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	25.730
	No. de lojas	NA
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>12</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	10.233
	No. de lojas	91
	Visitantes/ano (mm)	6,48



<b>9</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	11.477
	No. de lojas	80
	Visitantes/ano (mm)	NA



<b>8</b>	ABL total (m <sup>2</sup> )	10.276
	No. de lojas	56
	Visitantes/ano (mm)	4,0

<sup>(1)</sup> Estimado





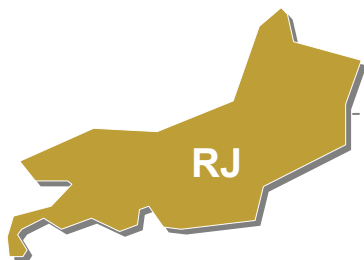
**10**

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



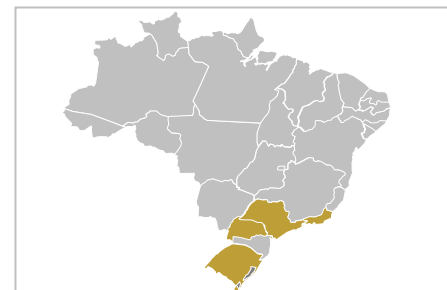
**11**

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



**15**

ABL total (m <sup>2</sup> )	32,000 <sup>(1)</sup>
No. de lojas	165 <sup>(1)</sup>
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. Americanas Osasco
5. Santana Parque
6. Suzano Shopping
7. Shopping Light
8. Americanas P. Prudente
9. Auto Shopping
10. Shopping do Vale
11. Cascavel JL Shopping
12. Shopping Unimart

### Greenfields

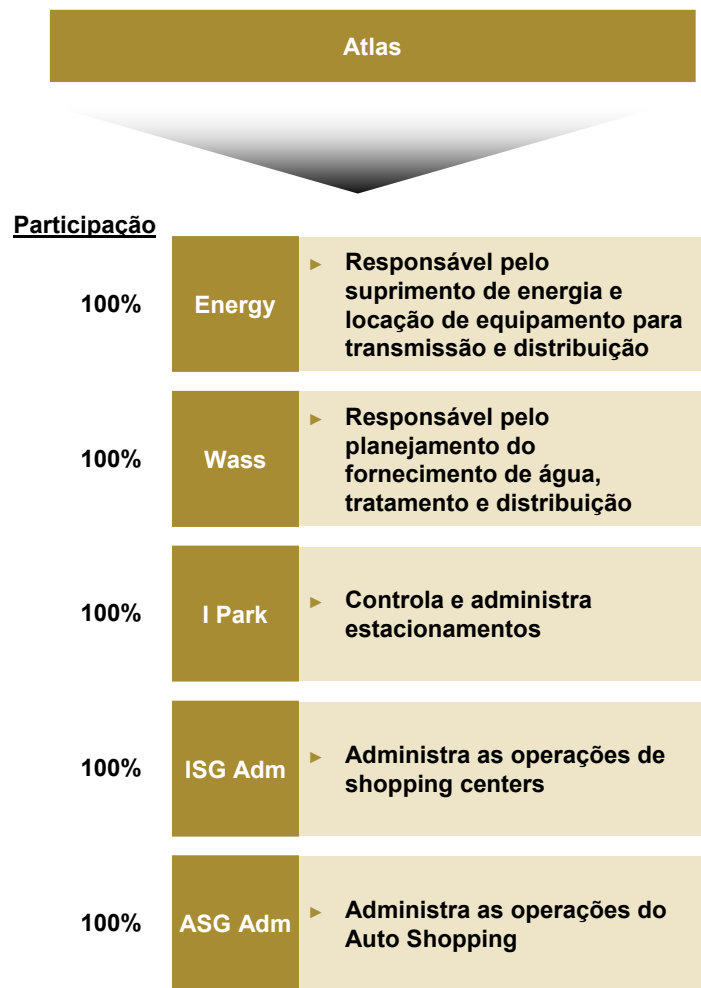
13. Centro de Convenções
14. Barueri Shopping
15. Sulacap Shopping
16. Itupeva Shopping
17. São Bernardo Shopping

<sup>(1)</sup> Estimado



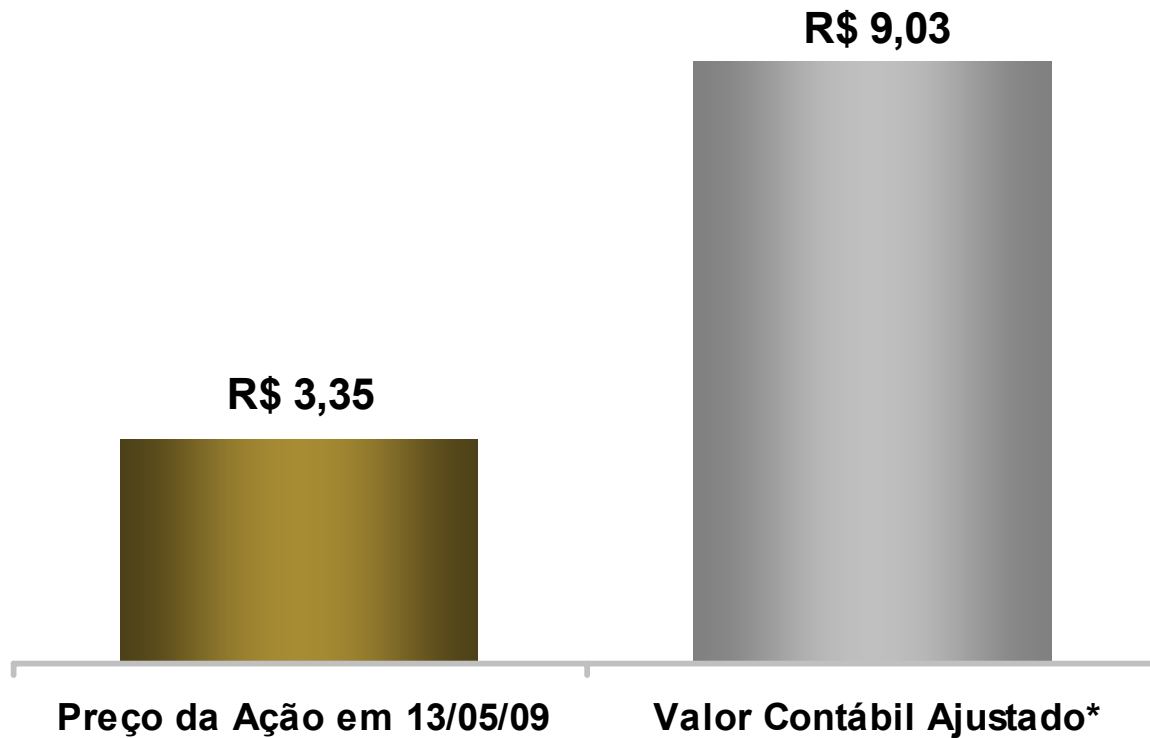
### Projeto Outlet

- **Tipo:** Greenfield
- **Participação:** 50% (considerando a opção de 20%)
- **Área de influência (habitantes):** Super Regional
- **Demanda qualificada (ano):** Super Regional
- **Descrição:** 1º Outlet do país, carente de equipamentos com essas características. Entradas 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.

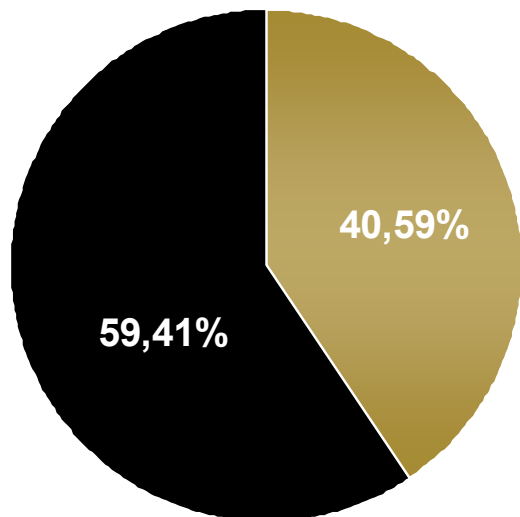


	Administração	Estacionamento	Água	Energia
ISG	✓	✓	✓	✓
Auto	✓	✓	✓	✓
Poli	✓	✓	✓	✓
Light	✓	✓	✓	✓
Santana	✓*	✓	✓	✓
Suzano	✓	✓	✓	✓
Cascavel	✓	✓	✓	✓
Americ. Pres Prudente	✓	✓	✓	✓
Americ. Osasco	✓	✓		
Top Center	✓		✓	
Do Vale	✓	✓	✓	✓
Unimart	✓	✓	✓	✓

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



\* Utilizados valores do imobilizado reavaliados (pré-IPO), valores de aquisição (pós-IPO) e endividamento líquido 1T09.



	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**

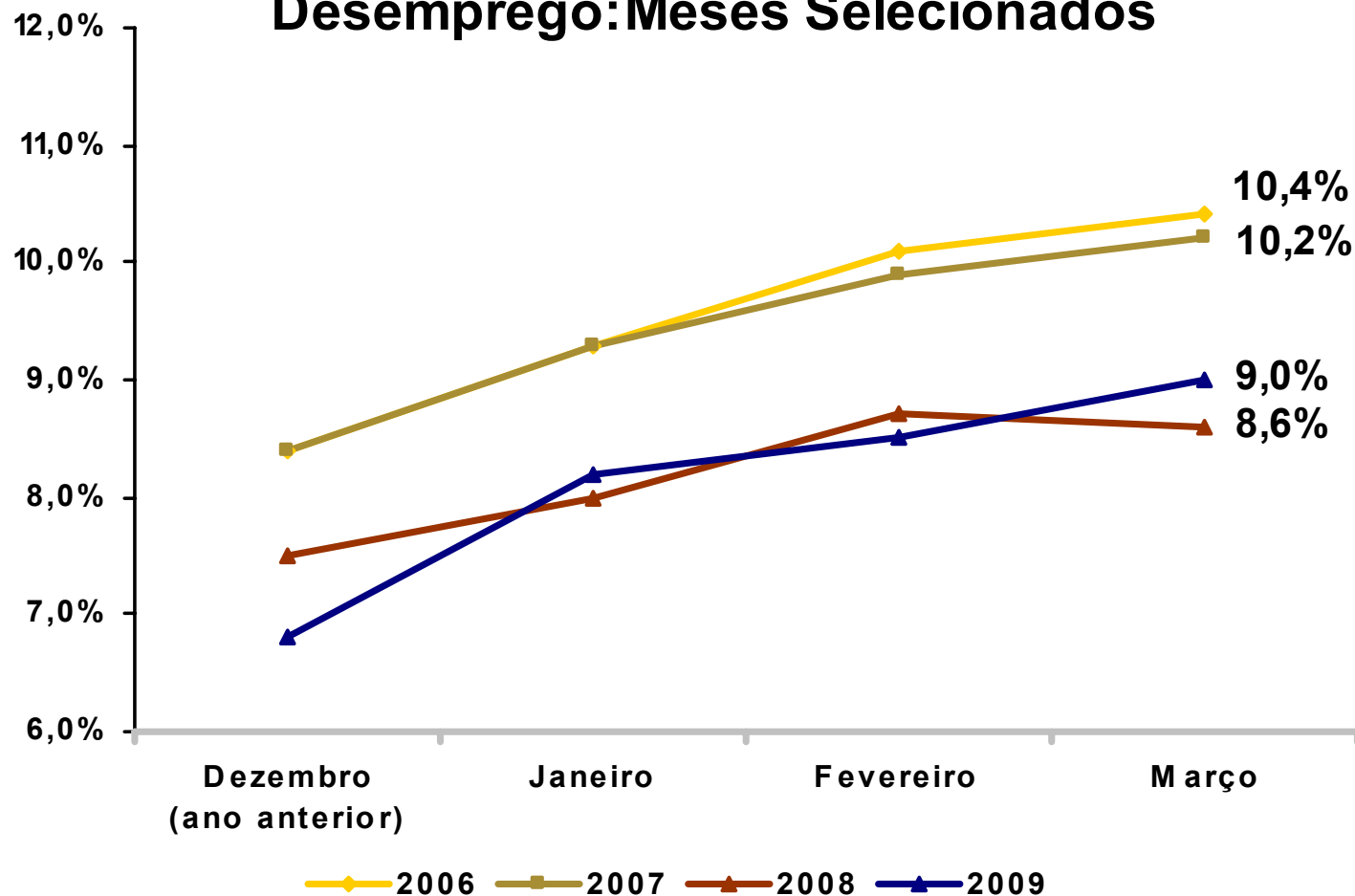


# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>

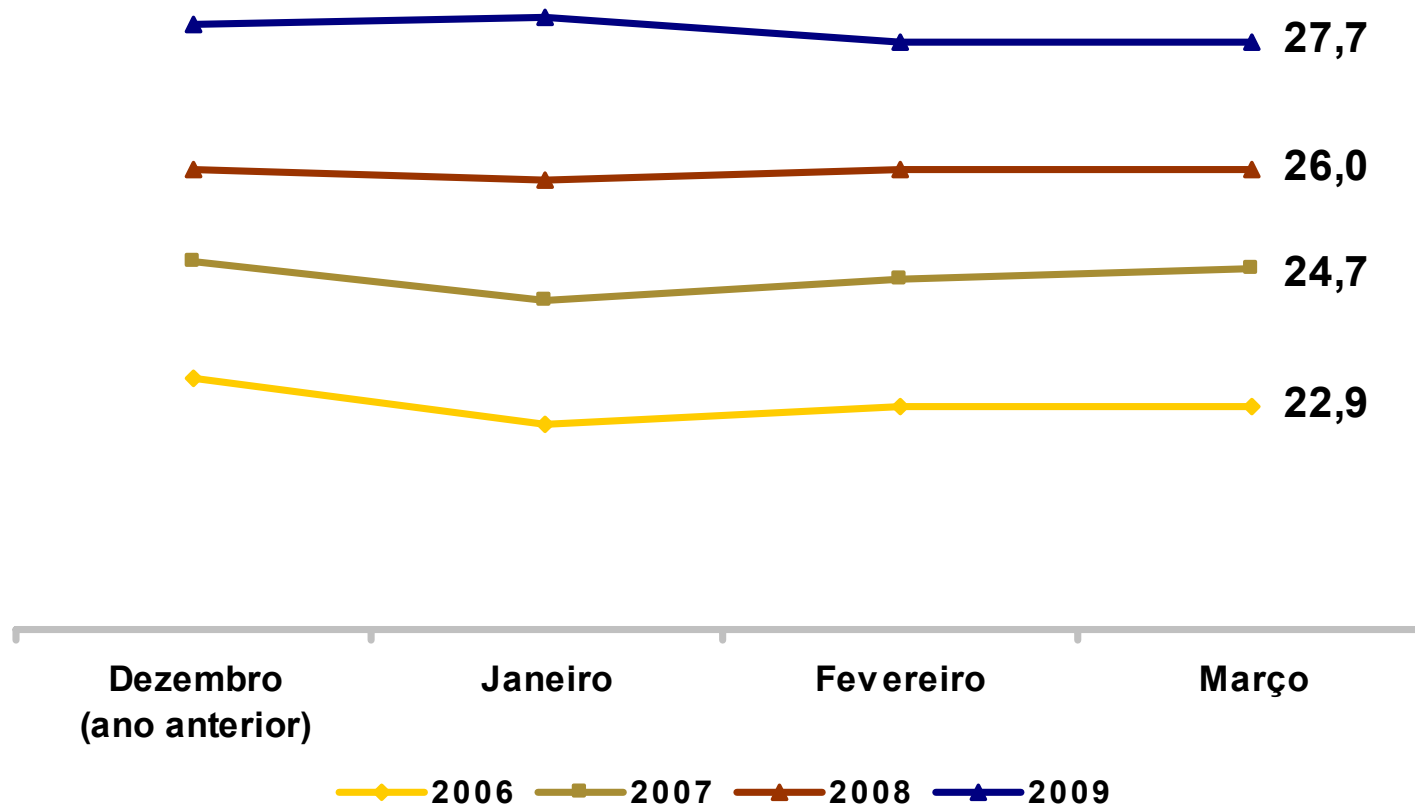


**Panorama do Setor**

## Evolução da Taxa de Desemprego: Meses Selecionados



## Massa de Rendimento <sup>(1)</sup> Real: Evolução Recente (R\$ bilhões)



Fonte: PME-IBGE; Elaboração GSB

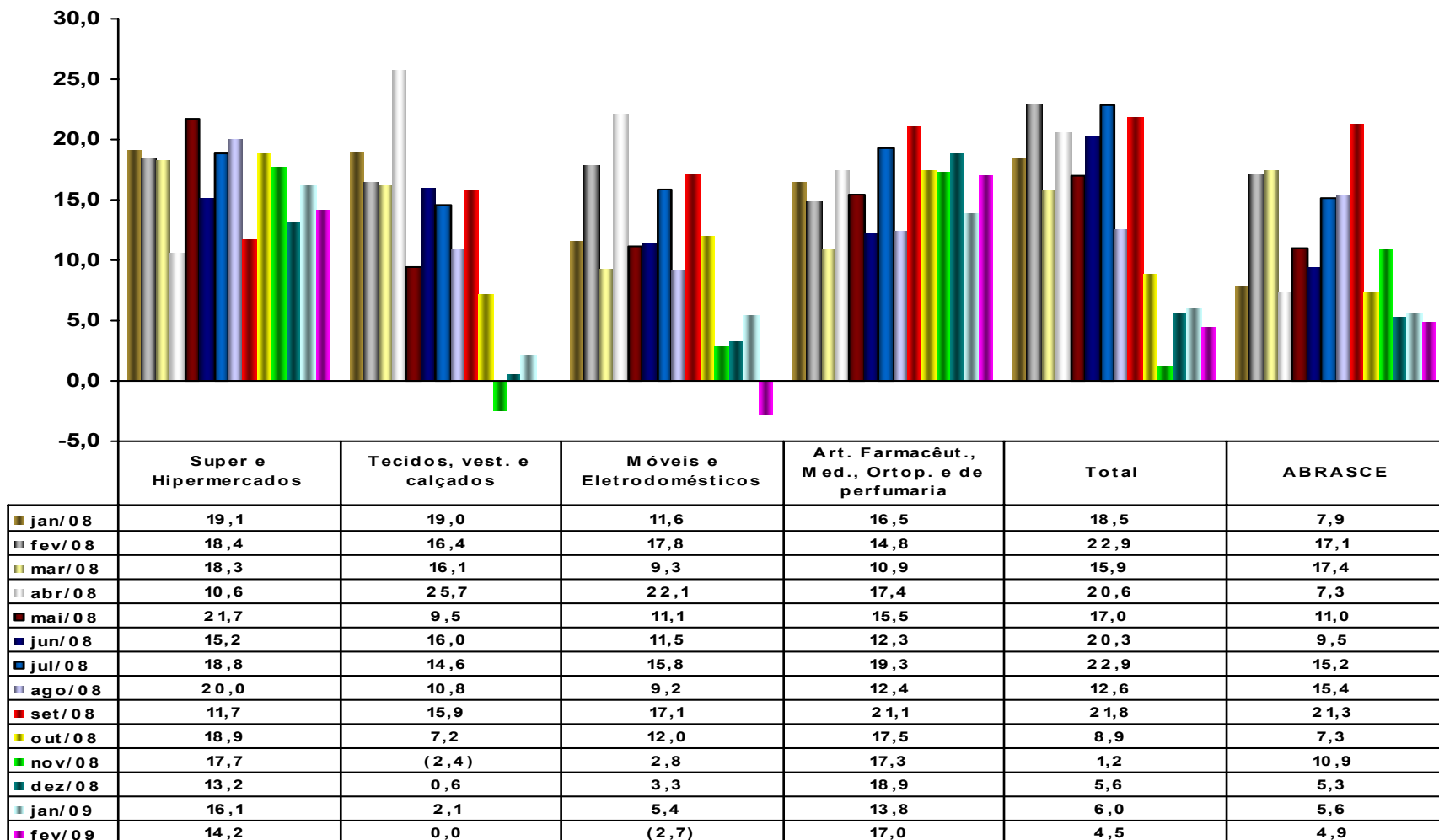
<sup>(1)</sup> Massa de Rendimento calculada com base na População Ocupada e Rendimento Médio Real Habitual dos Ocupados



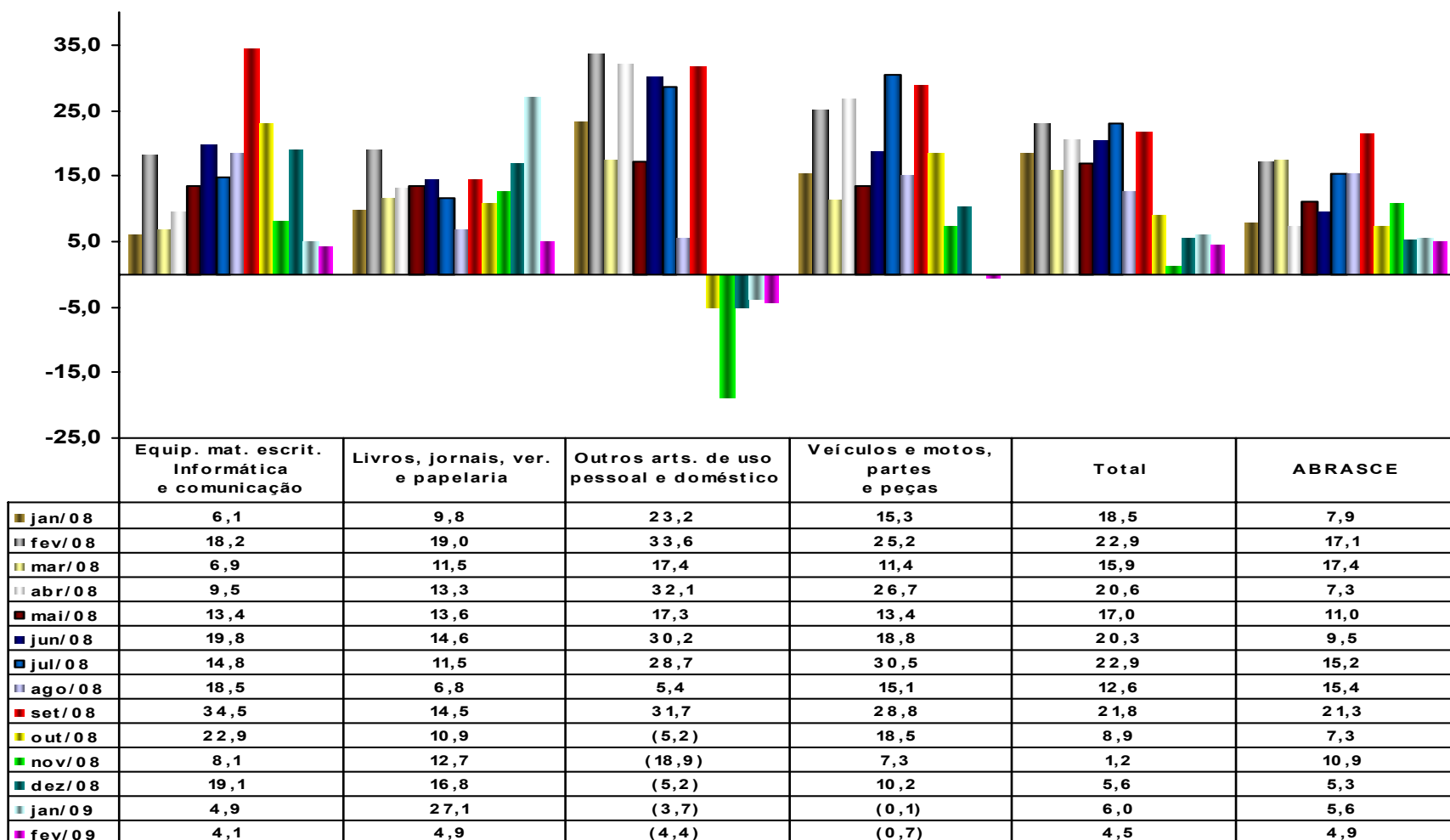
## Sondagem de Expectativas do Consumidor Índice de Confiança do Consumidor por Faixas de Renda

Renda Familiar (R\$)	Variação Mensal (Frente ao Mês Anterior)			Variação Acumulada no Período	
	jan/09	fev/09	mar/09	set/08 a fev/09	out/08 a mar/09
2.100 a 4.800	3,7%	-3,6%	4,7%	-14,0%	-9,2%
4.800 a 9.600	5,9%	-1,5%	-1,6%	-11,2%	-12,1%
Acima de 9.600	3,5%	-2,8%	1,1%	-19,7%	-17,0%

## 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



## **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)**