

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4T11



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

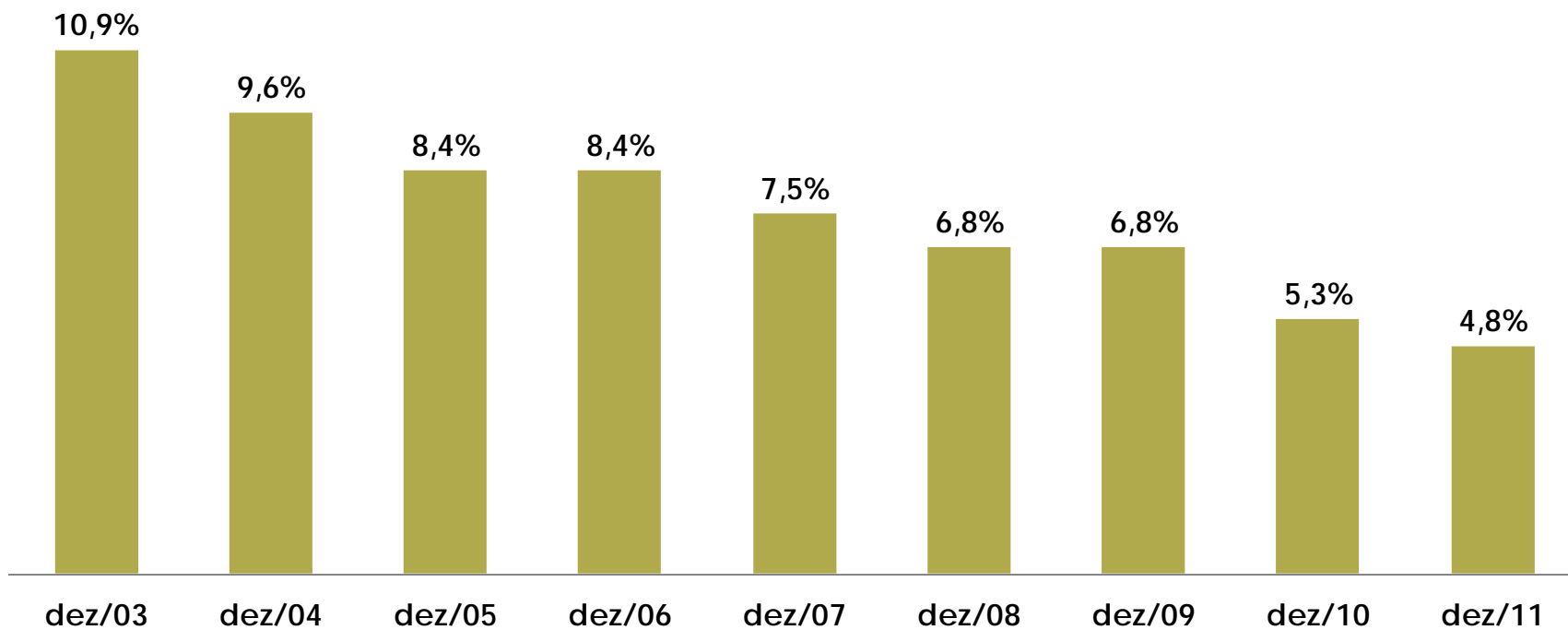
Desempenho Financeiro

GeneralShopping^{BRASIL}

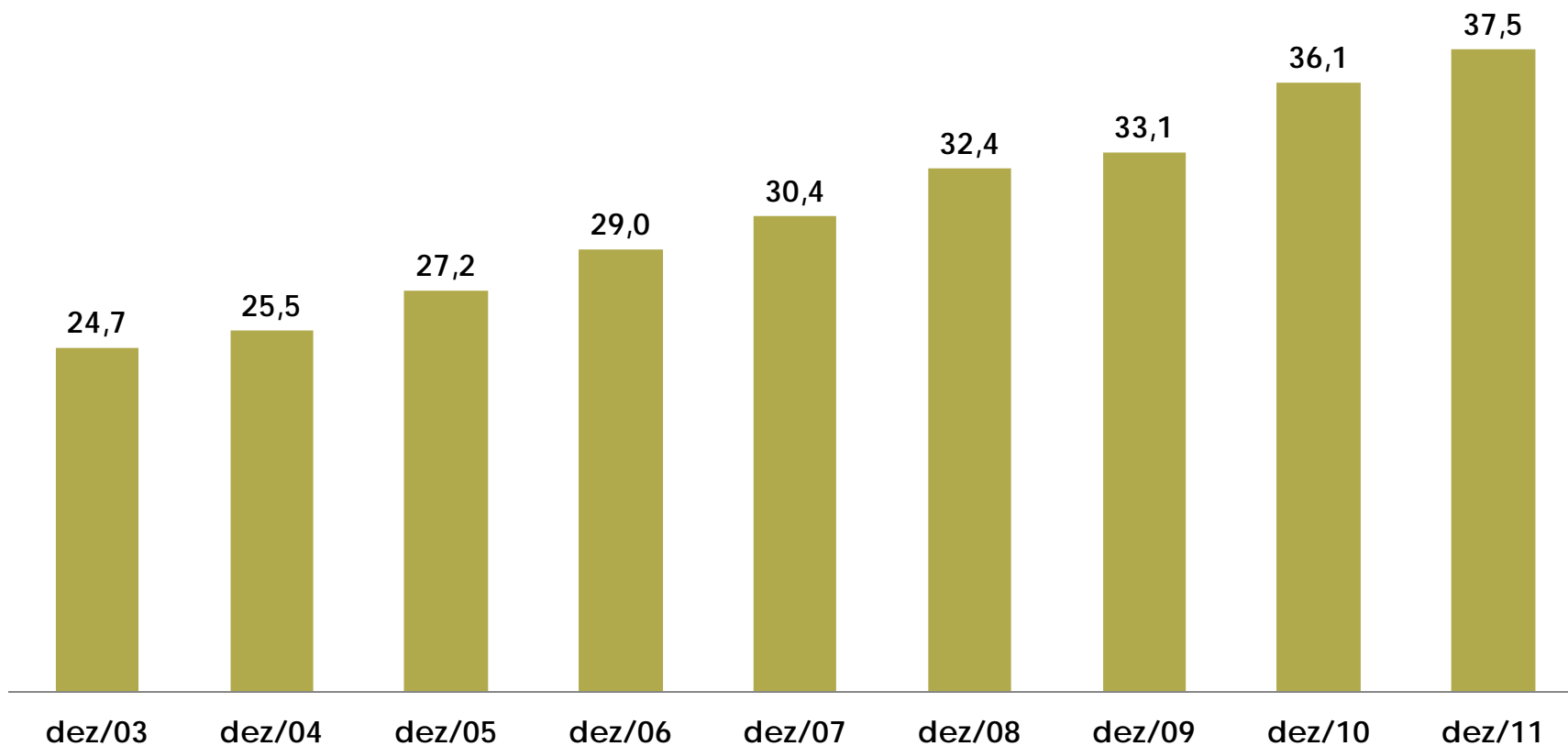


Panorama do Setor

Evolução da taxa de desocupação para os meses de dezembro



Massa de rendimento real habitual dos ocupados¹ R\$ bilhão



Fonte: PME – IBGE - Elaboração GSB

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

GeneralShopping^{BRASIL}



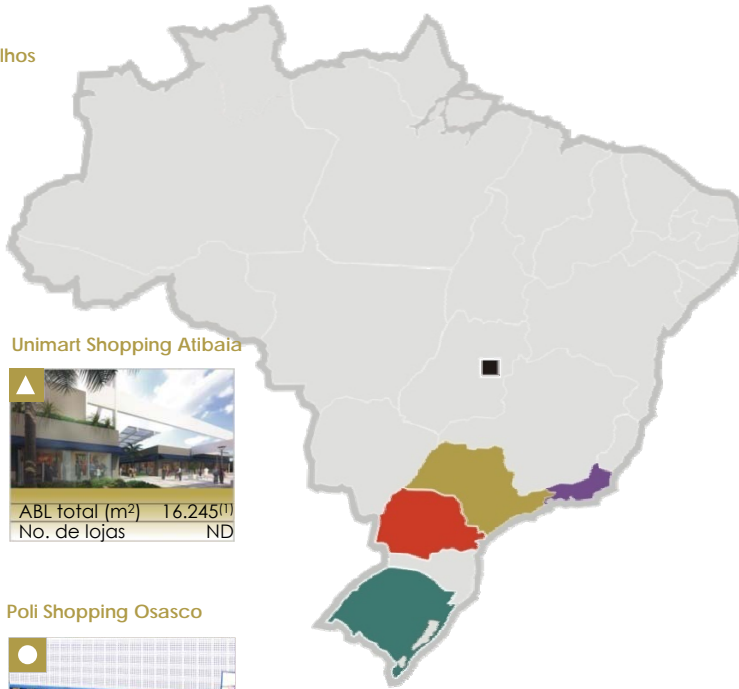
Visão Geral da GSB

- Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo
- Classes de consumidores B e C como alvo
- Inovação em serviços complementares
- Participação majoritária: média de 80,2%

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	70,0%	14.140	9.898	-
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	-
Prudente Parque Shopping	100,0%	10.276	10.276	8.000
Poli Shopping Osasco	100,0%	3.218	3.218	-
Shopping do Vale	84,4%	16.487	13.913	-
Unimart Shopping Campinas	100,0%	10.233	10.233	8.000
Outlet Premium São Paulo	50,0%	17.716	8.858	-
Parque Shopping Barueri	48,0%	37.420	17.962	-
	80,2%	262.819	210.868	34.353

Greenfield	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)
Outlet Premium Brasília	100,0%	16.479	16.479
Parque Shopping Sulacap	51,0%	29.932	15.265
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
Parque Shopping Maia	96,5%	26.700	25.766
Unimart Shopping Atibaia	100,0%	16.245	16.245
	86,4%	115.086	99.485

Distribuição Geográfica



Internacional Shopping Guarulhos



ABL total (m²) 75.958
No. de lojas 292

Top Center Shopping



ABL total (m²) 6.369
No. de lojas 67

Poli Shopping Guarulhos



ABL total (m²) 4.527
No. de lojas 52

Santana Parque Shopping



ABL total (m²) 26.538
No. de lojas 176

Unimart Shopping Atibaia



ABL total (m²) 16.245⁽¹⁾
No. de lojas ND

Poli Shopping Osasco



ABL total (m²) 3.218
No. de lojas 19

Suzano Shopping



ABL total (m²) 19.583
No. de lojas 174

Shopping Light



ABL total (m²) 14.140
No. de lojas 134

Shopping do Vale



ABL total (m²) 16.487
No. de lojas 94

Outlet Premium São Paulo



ABL total (m²) 17.716
No. de lojas 90

Parque Shopping Maia



ABL total (m²) 26.700⁽¹⁾
No. de lojas 200⁽¹⁾

Prudente Parque Shopping



ABL total (m²) 10.276
No. de lojas 56

Cascavel JL Shopping



ABL total (m²) 8.877
No. de lojas 80

Parque Shopping Sulacap




ABL total (m²) 29.932⁽¹⁾
No. de lojas 165⁽¹⁾

Parque Shopping Barueri



ABL total (m²) 37.420
No. de lojas 177

Auto Shopping



ABL total (m²) 11.477
No. de lojas 80

Unimart Shopping Campinas



ABL total (m²) 10.233
No. de lojas 91

Centro de Convenções



ABL total (m²) 25.730⁽¹⁾
No. de lojas NA

Outlet Premium Brasília



ABL total (m²) 16.479⁽¹⁾
No. de lojas 82⁽¹⁾

- Shopping em operação
- ▲ Shopping em construção

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

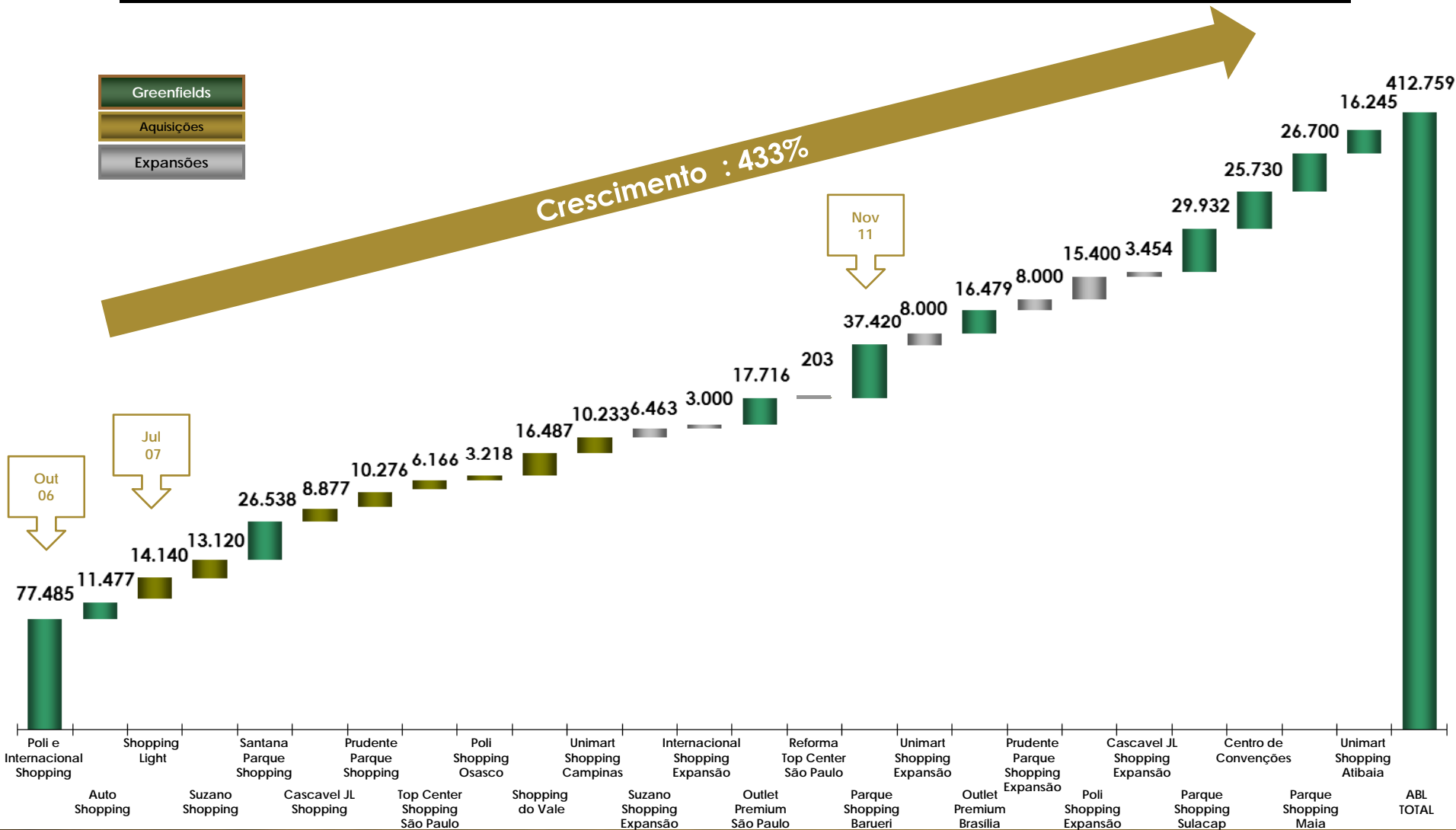
Fonte: IBGE 2008

⁽¹⁾ Estimativa

Evolução da ABL (m²)



Crescimento : 433%



Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

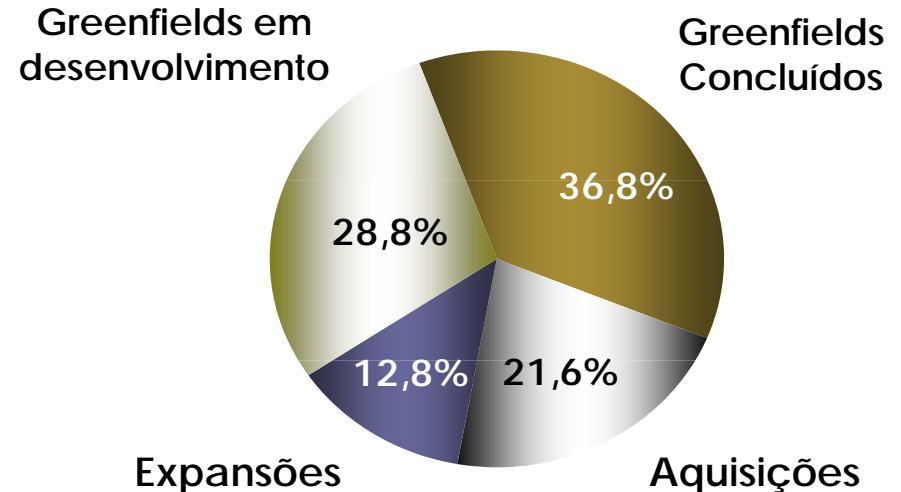
Expansão

- 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 nos 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



Inauguração: junho/2009

ABL Total: 17.716 m²

Participação: 50%



Unimart Shopping Campinas

Tipo: Open Lifestyle Center

Participação: 100%

% classe social B e C: 88%

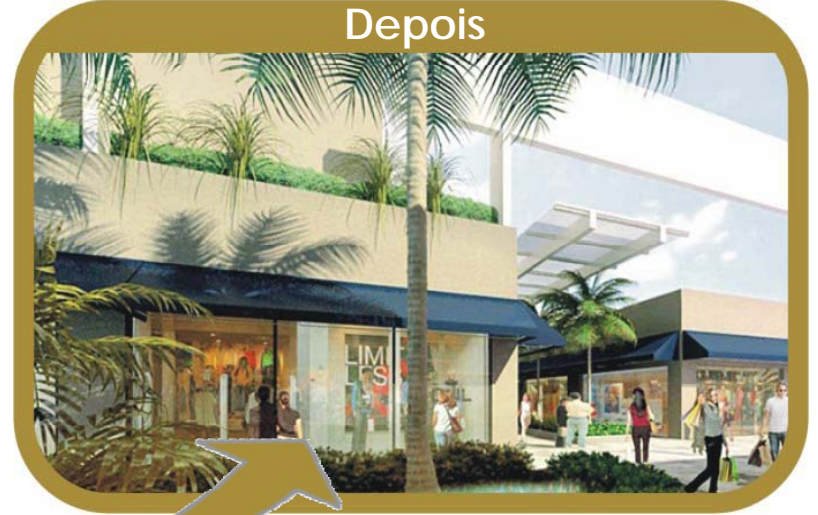
Área de influência (habitantes): 277 mil

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.

Antes



Depois



Obras (Fevereiro de 2012)



- Comercializado: mais de 95% da ABL



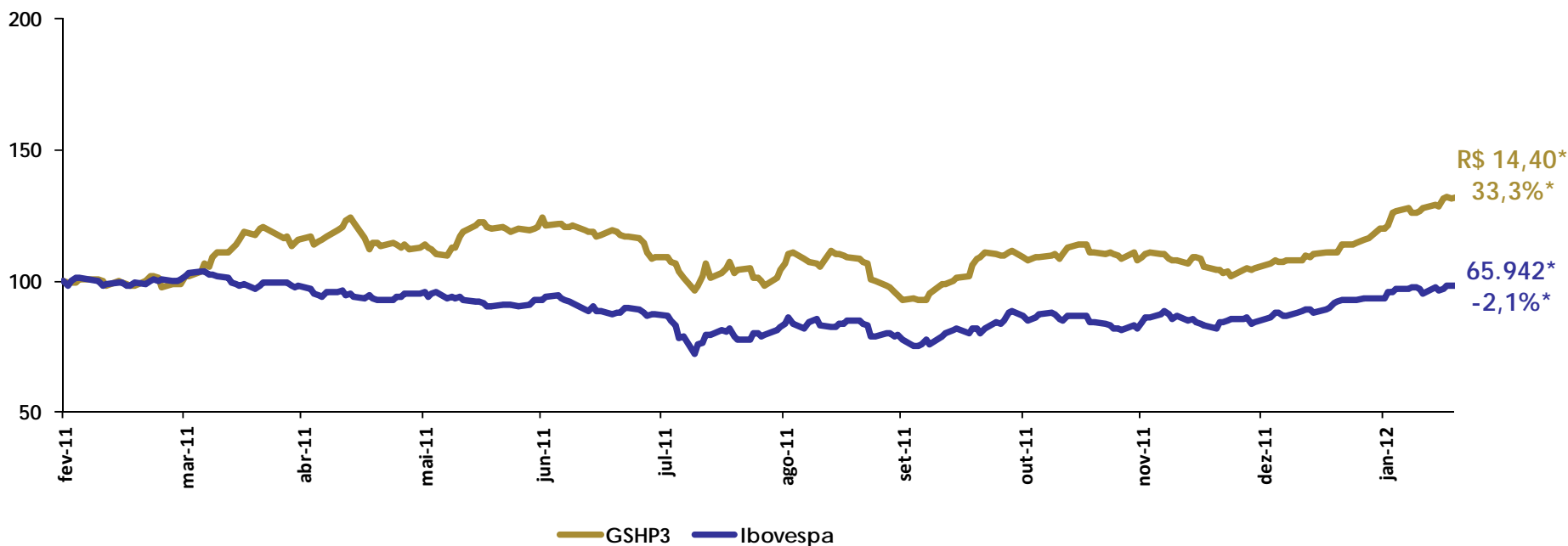
Serviços Complementares Crescentes

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	✓	✓	✓	✓
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					

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

Desempenho Acionário

(Base 100 – 28/02/2011)



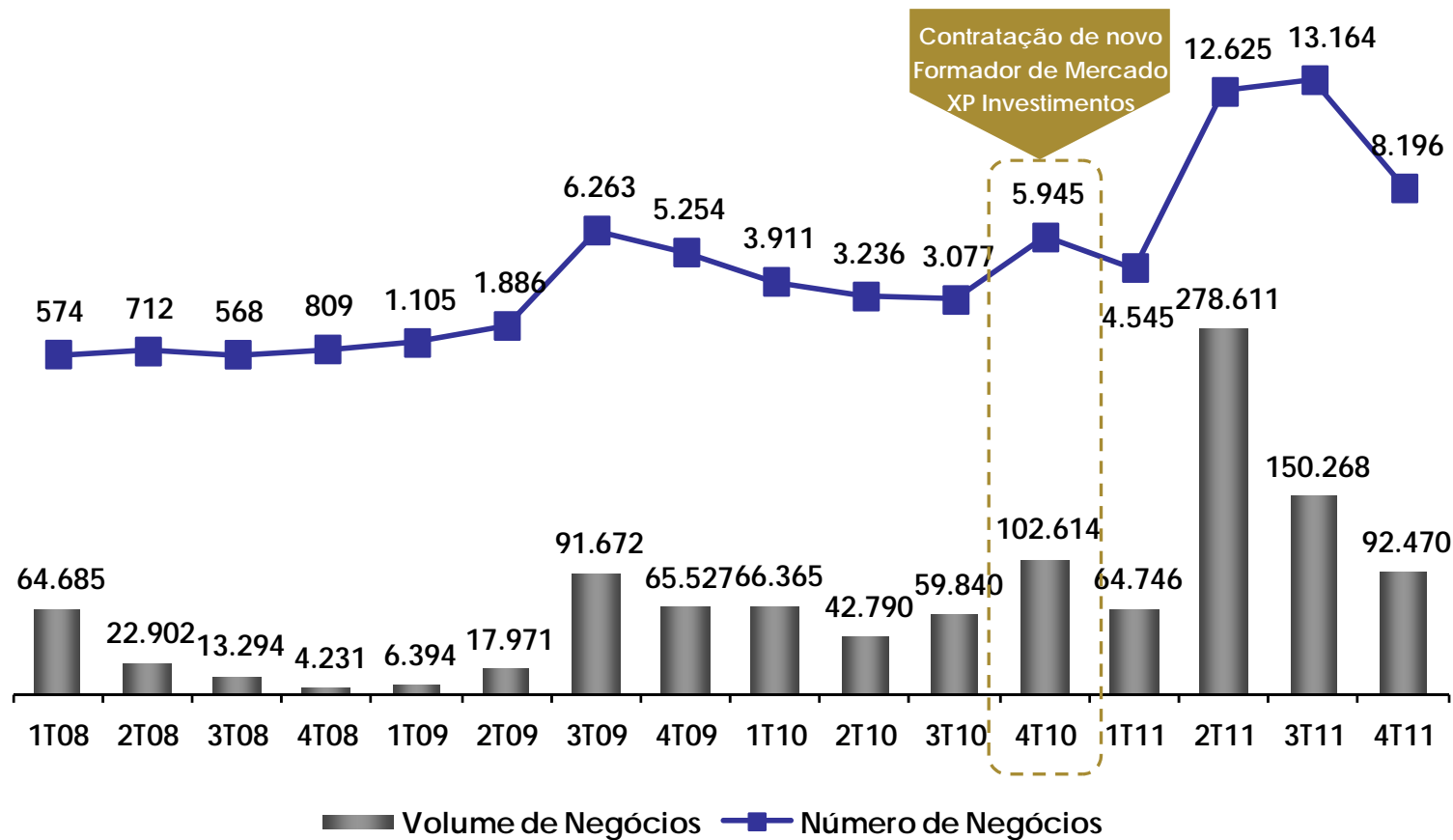
(*) Em 24/02/2012

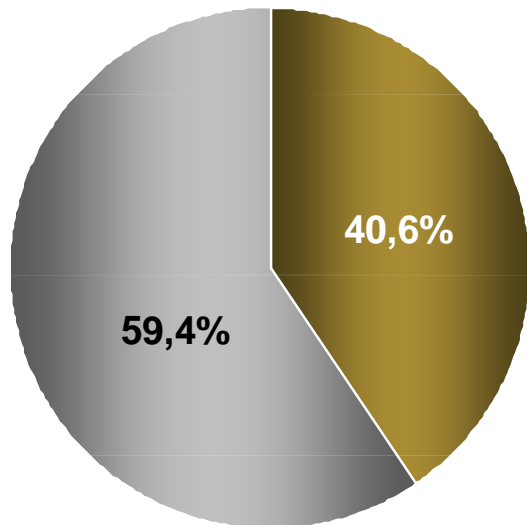
Até 31/12/2011: GSHP3 = 5,1%

Ibovespa = -15,8%

GSHP3

Volume (R\$ mil)





	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	54,5% - Brasileiros
		41,6% - Estrangeiros
		3,9% - Varejo
Total	50.480.600	-

■ Free float ■ Controlador

Listada desde Julho de 2007

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



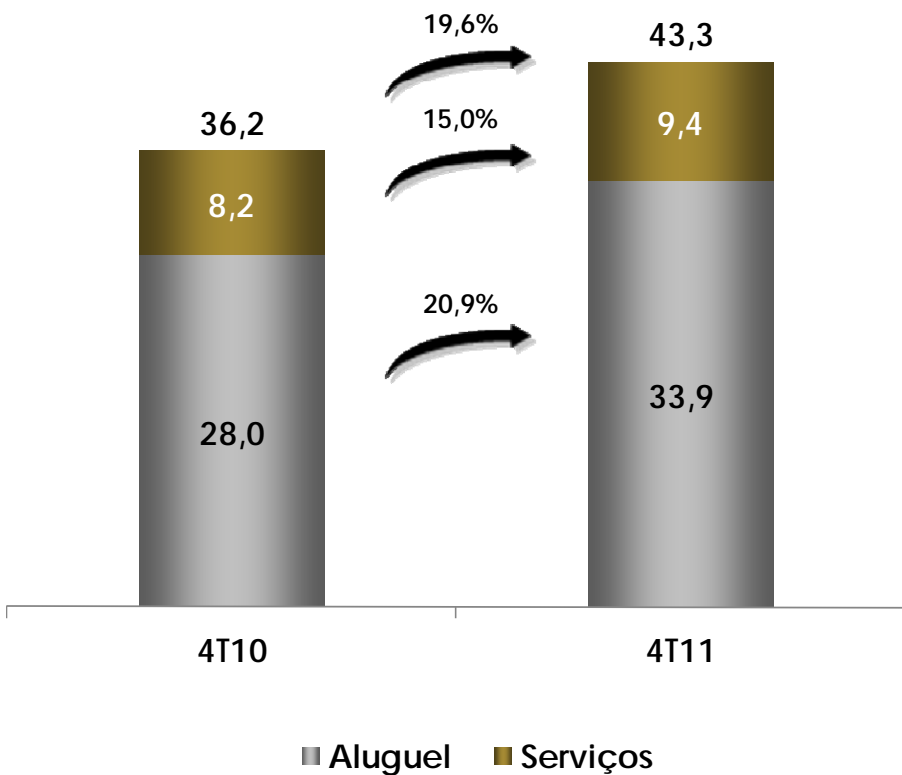
(*) Posição em 16/02/2011

GeneralShopping^{BRASIL}

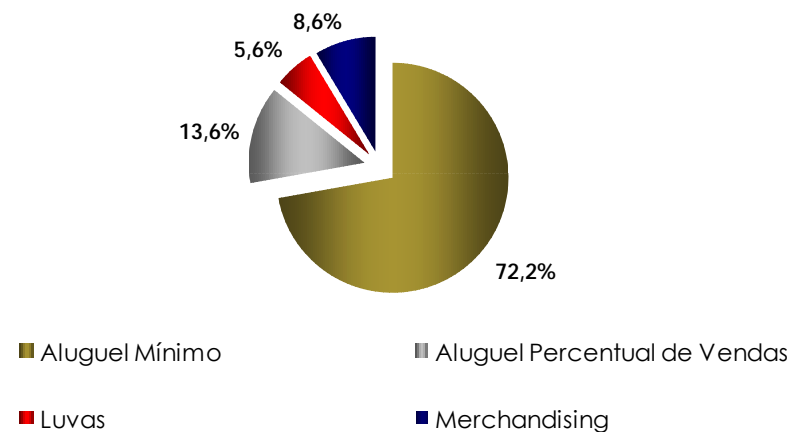


Desempenho Financeiro

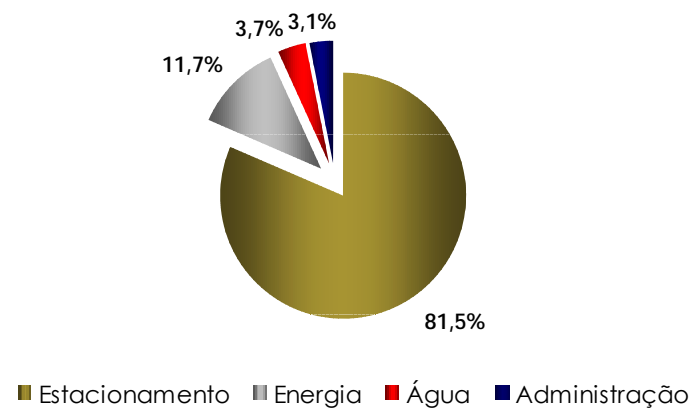
EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA



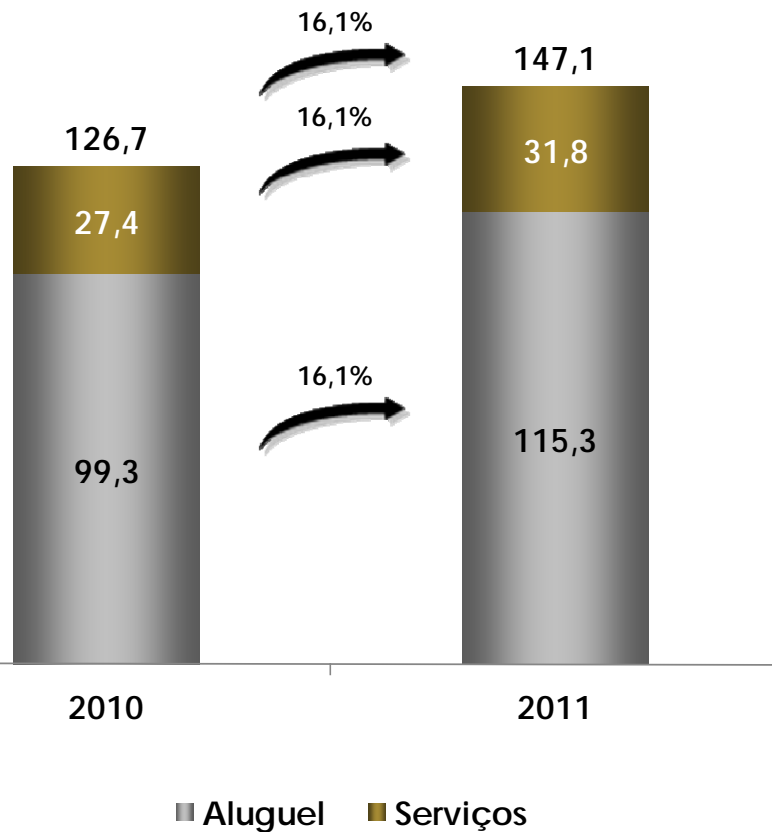
RECEITA DE ALUGUÉIS - 4T11



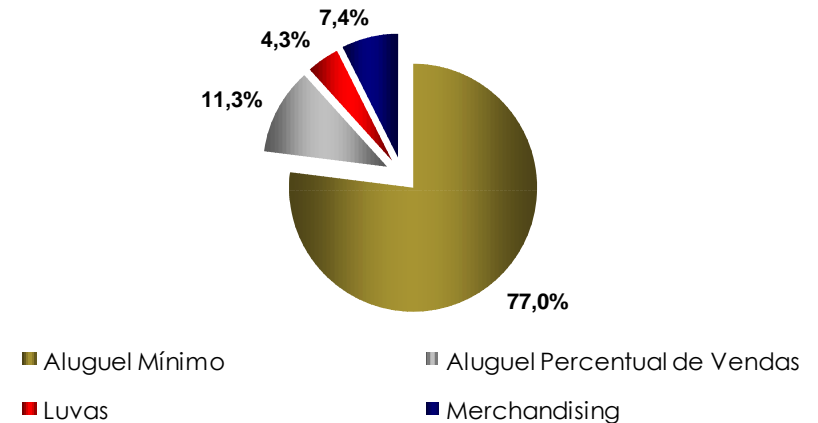
RECEITA DE SERVIÇOS - 4T11



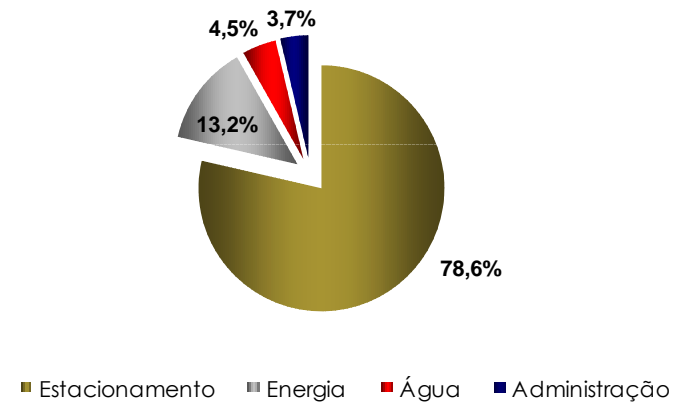
EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA



RECEITA DE ALUGUÉIS - 2011

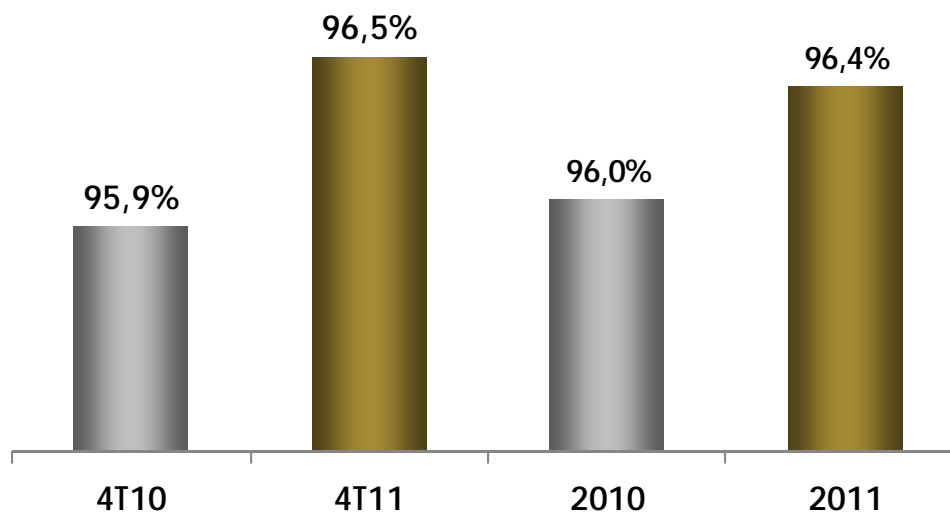


RECEITA DE SERVIÇOS - 2011



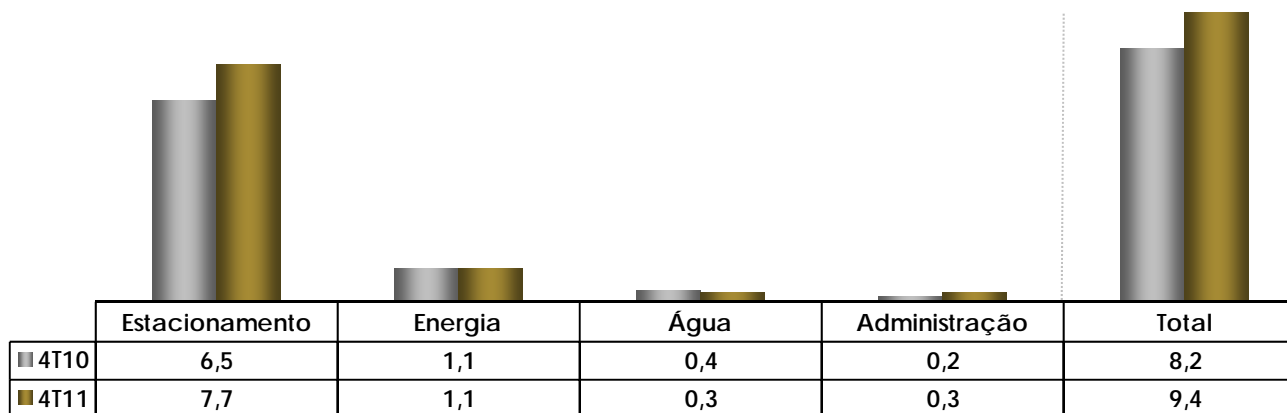
Descrição	4T10	4T11	Var %	2010	2011	Var %
GSB (Total)						
ABL Média (m ²)	190.100	198.893	4,6%	188.624	193.468	2,6%
Aluguel (R\$/m ²)	147,39	170,34	15,6%	526,45	596,12	13,2%
Serviços (R\$/m ²)	42,92	47,19	9,9%	145,39	164,51	13,2%
Total (R\$/m ²)	190,31	217,53	14,3%	671,84	760,63	13,2%

Evolução da Taxa de Ocupação (*)

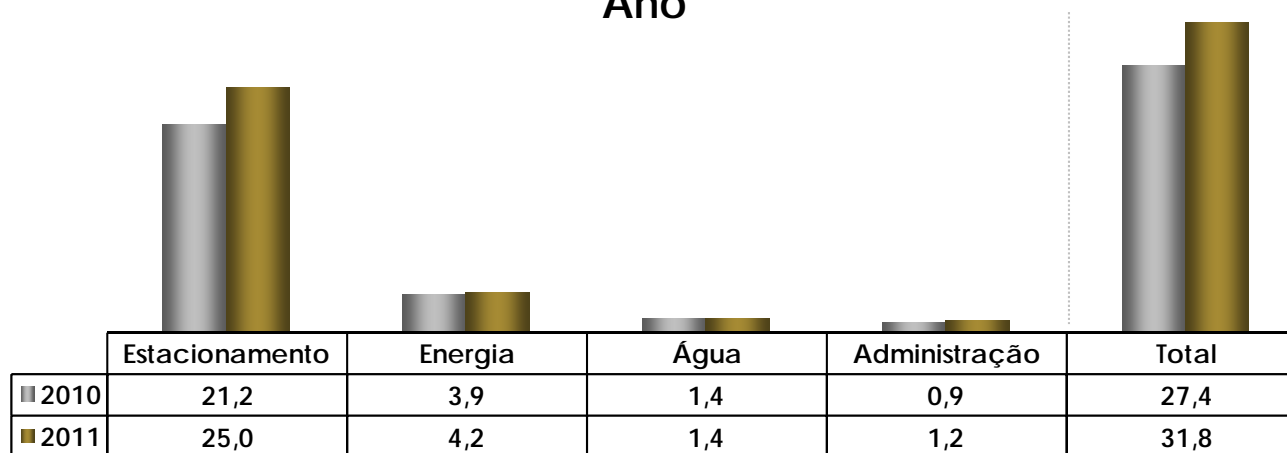


(*) exceto Auto Shopping

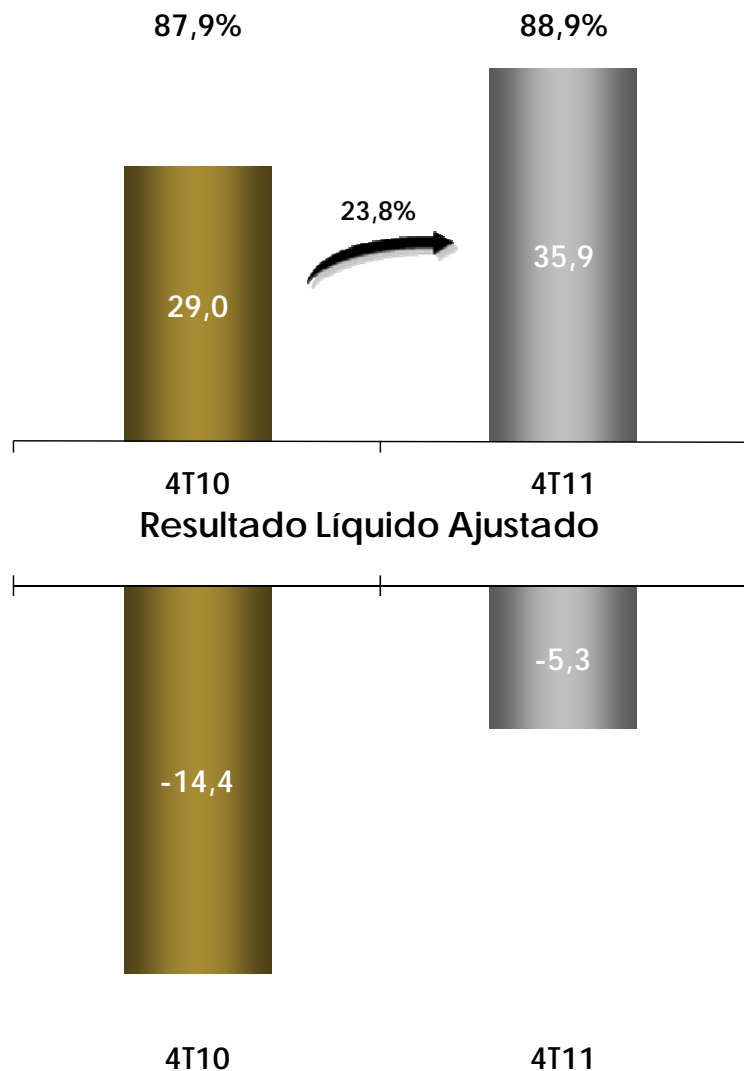
4º Trimestre



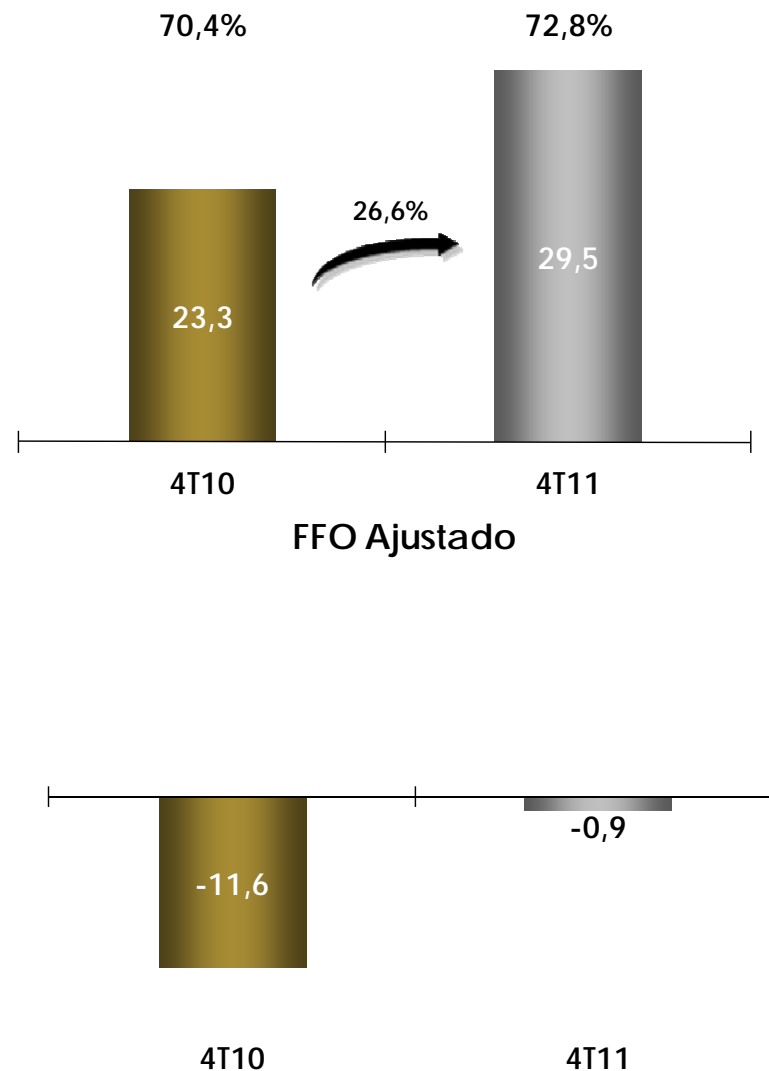
Ano



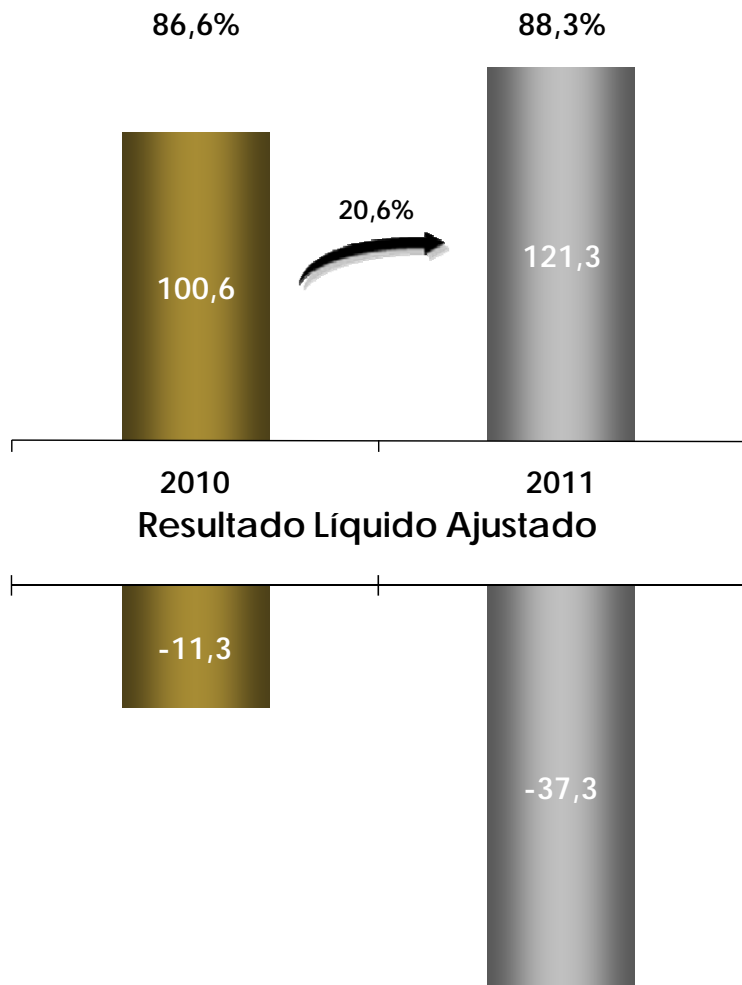
NOI Consolidado e Margem



EBITDA Ajustado e Margem



NOI Consolidado e Margem



2010 2011
Resultado Líquido Ajustado

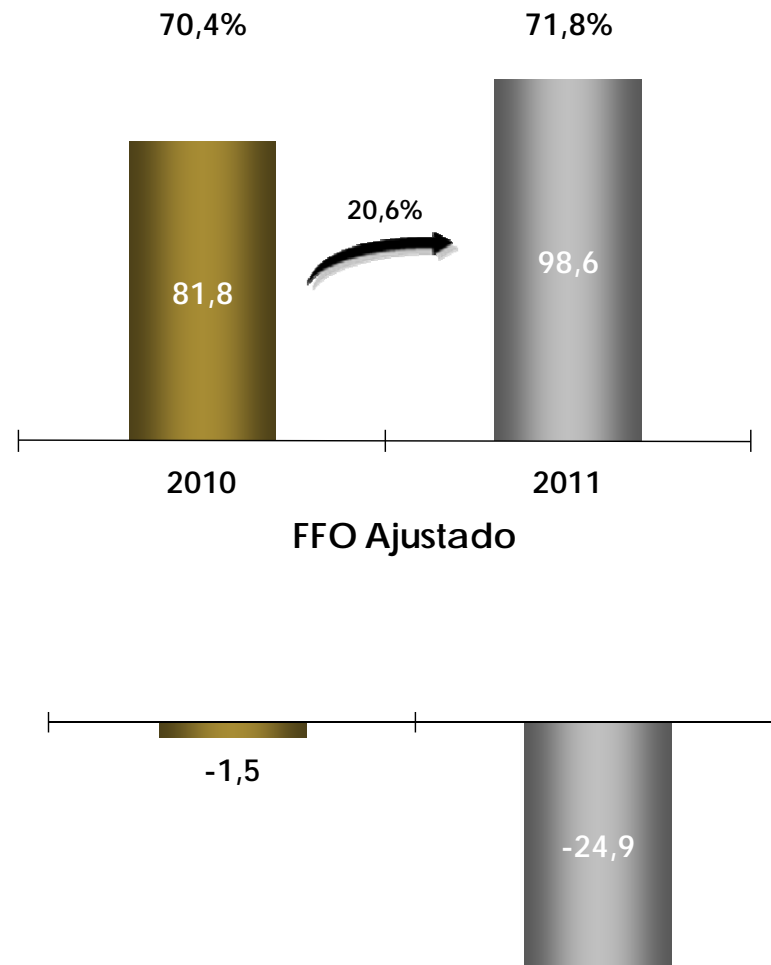
-11,3

-37,3

2010

2011

EBITDA Ajustado e Margem



2010 2011
FFO Ajustado

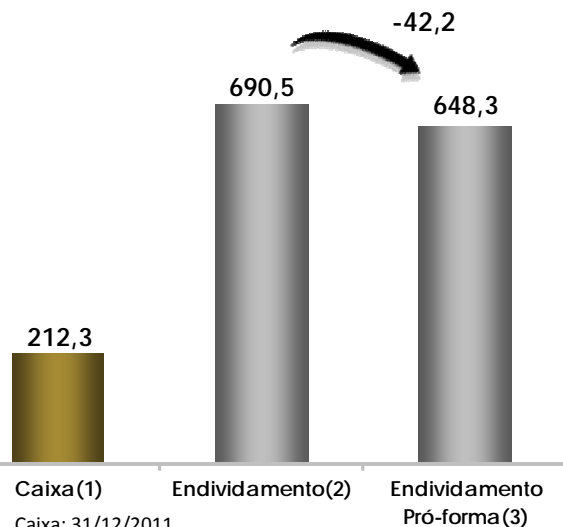
-1,5

-24,9

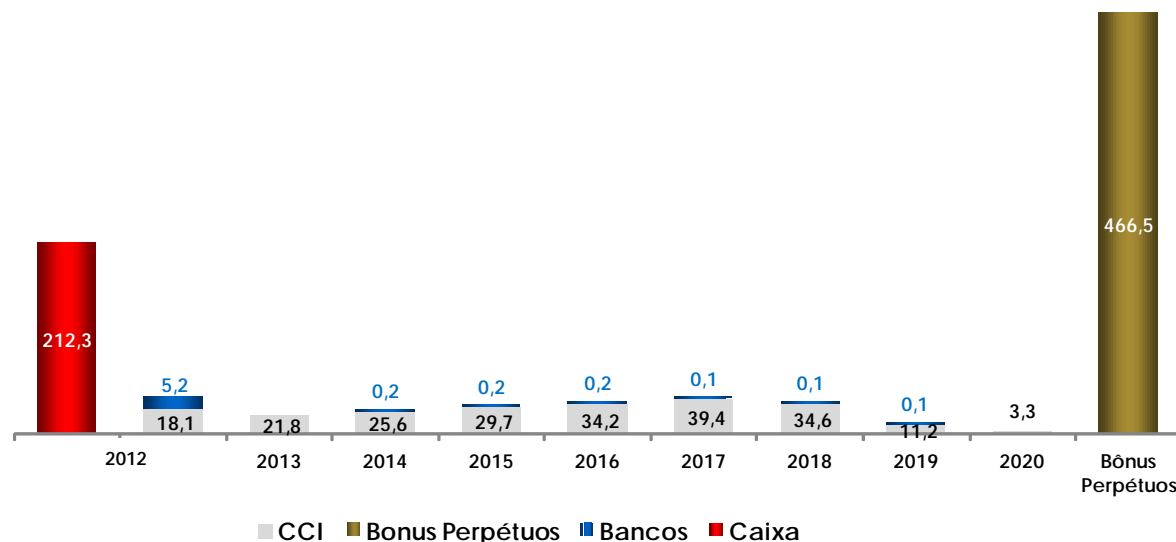
2010

2011

Caixa X Endividamento

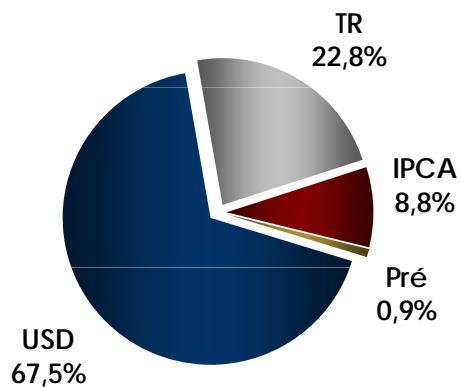


CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO (R\$ milhões)



- (1) Caixa: 31/12/2011
- (2) Endividamento: Taxa Dólar de 31/12/2011 = R\$ 1,8758
- (3) Endividamento Pró-Forma: Taxa Dólar de 24/02/2012 = R\$ 1,7098

Composição do Endividamento



Cronograma de Amortização

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Bônus Perpétuos	Total	%
CCI	18,1	21,8	25,6	29,7	34,2	39,4	34,6	11,2	3,3	-	217,9	31,6%
Bancos	5,2	-	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	-	-	6,1	0,9%
Bônus Perpétuos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	466,5	466,5	67,5%
Total	23,3	21,8	25,8	29,9	34,4	39,5	34,7	11,3	3,3	466,5	690,5	100,0%

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

www.generalshopping.com.br