

GeneralShopping BRASIL



Resultados do 2T10



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

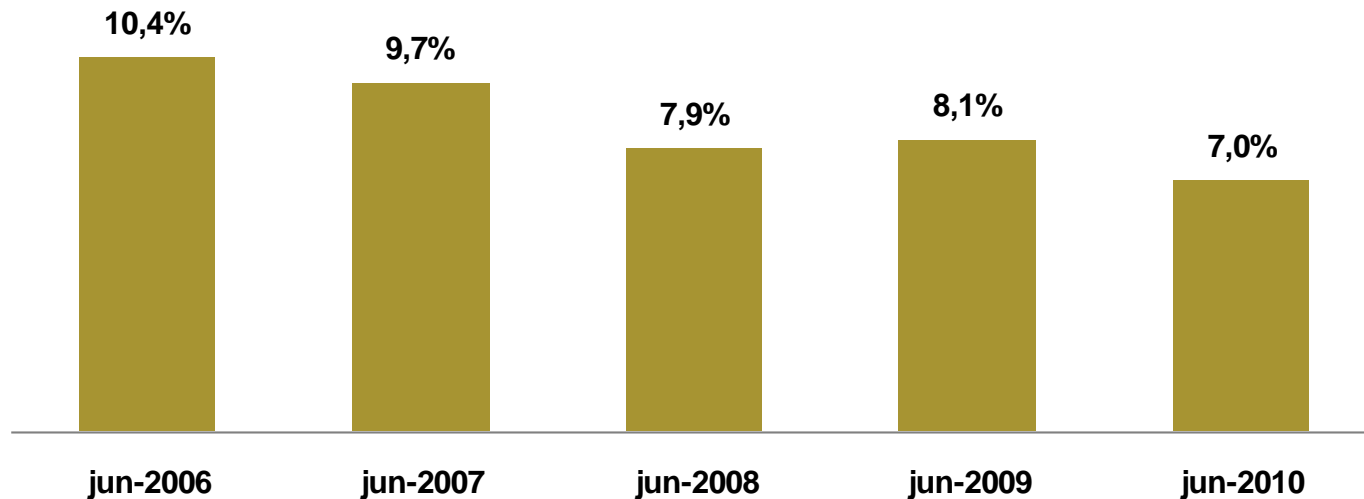
Desempenho Financeiro

GeneralShopping ^{BRASIL}

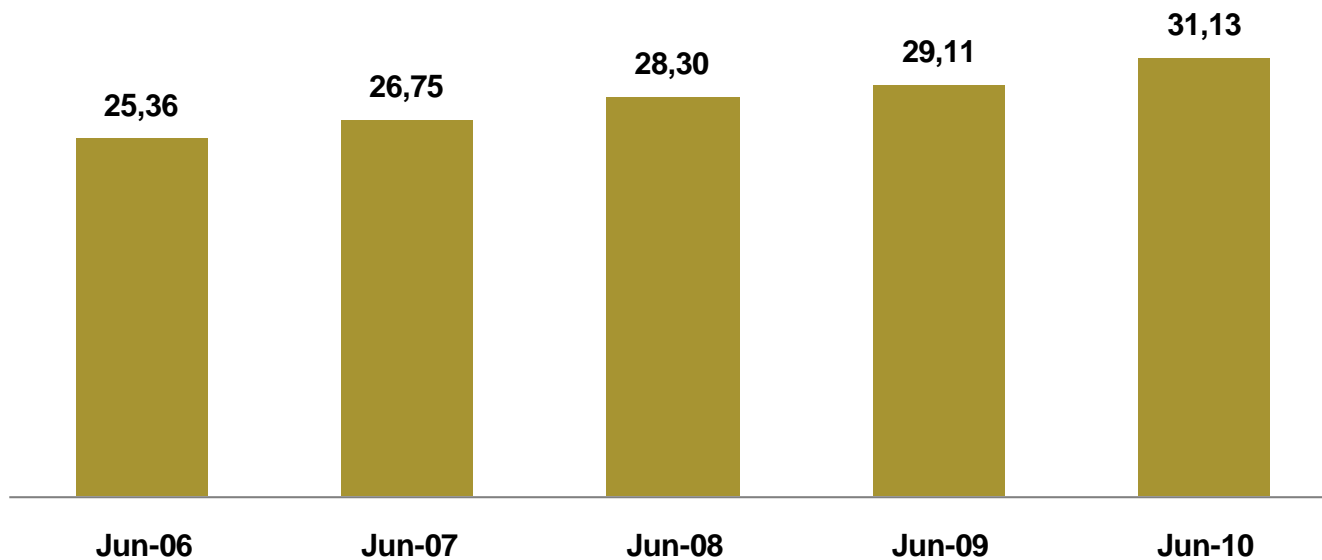


Panorama do Setor

Evolução da Taxa de Desocupação para os Meses de Junho



Massa de Rendimento Real Habitual dos Ocupados ⁽¹⁾
(R\$ bilhões)



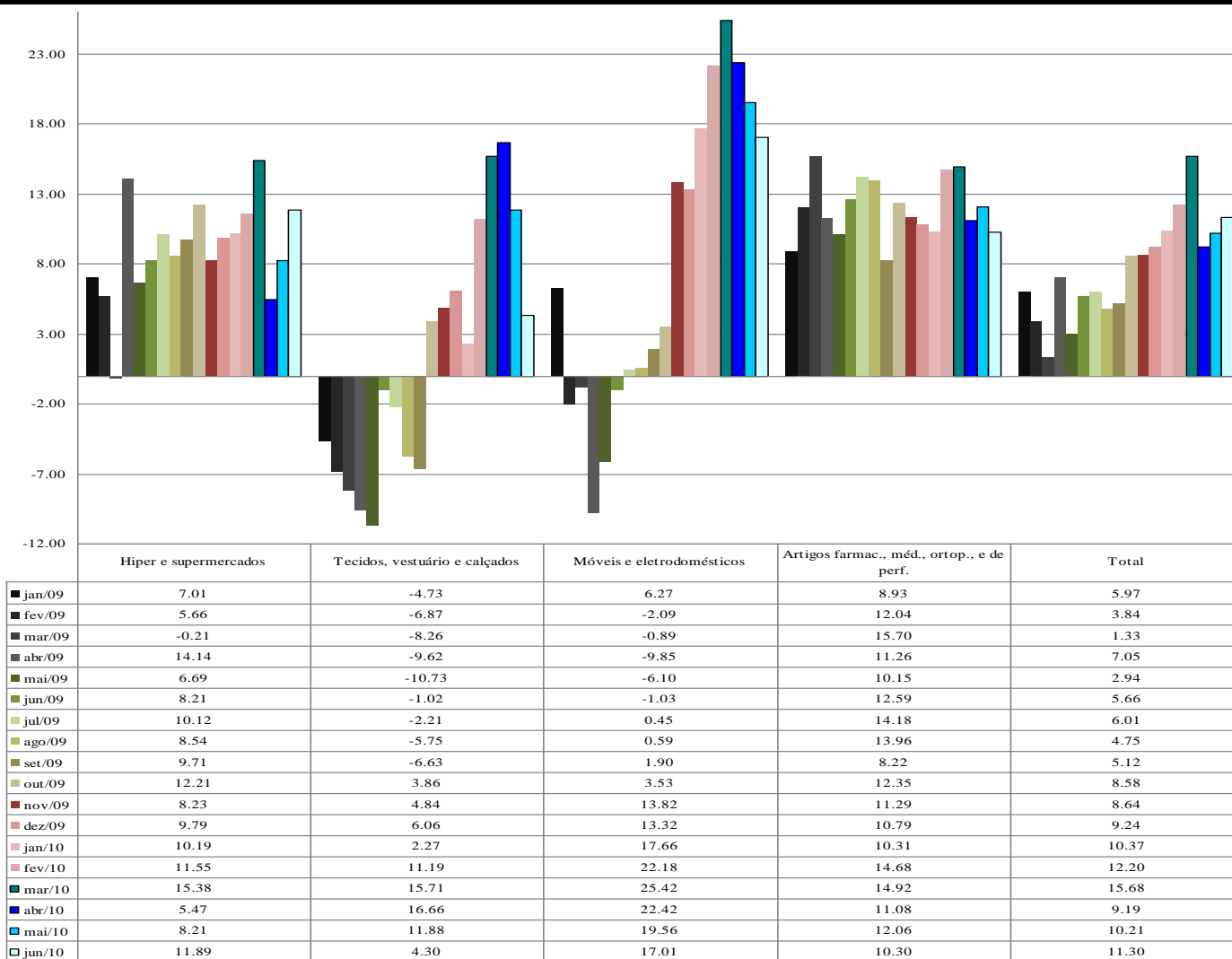
Fonte: PME-IBGE; Elaboração GSB

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

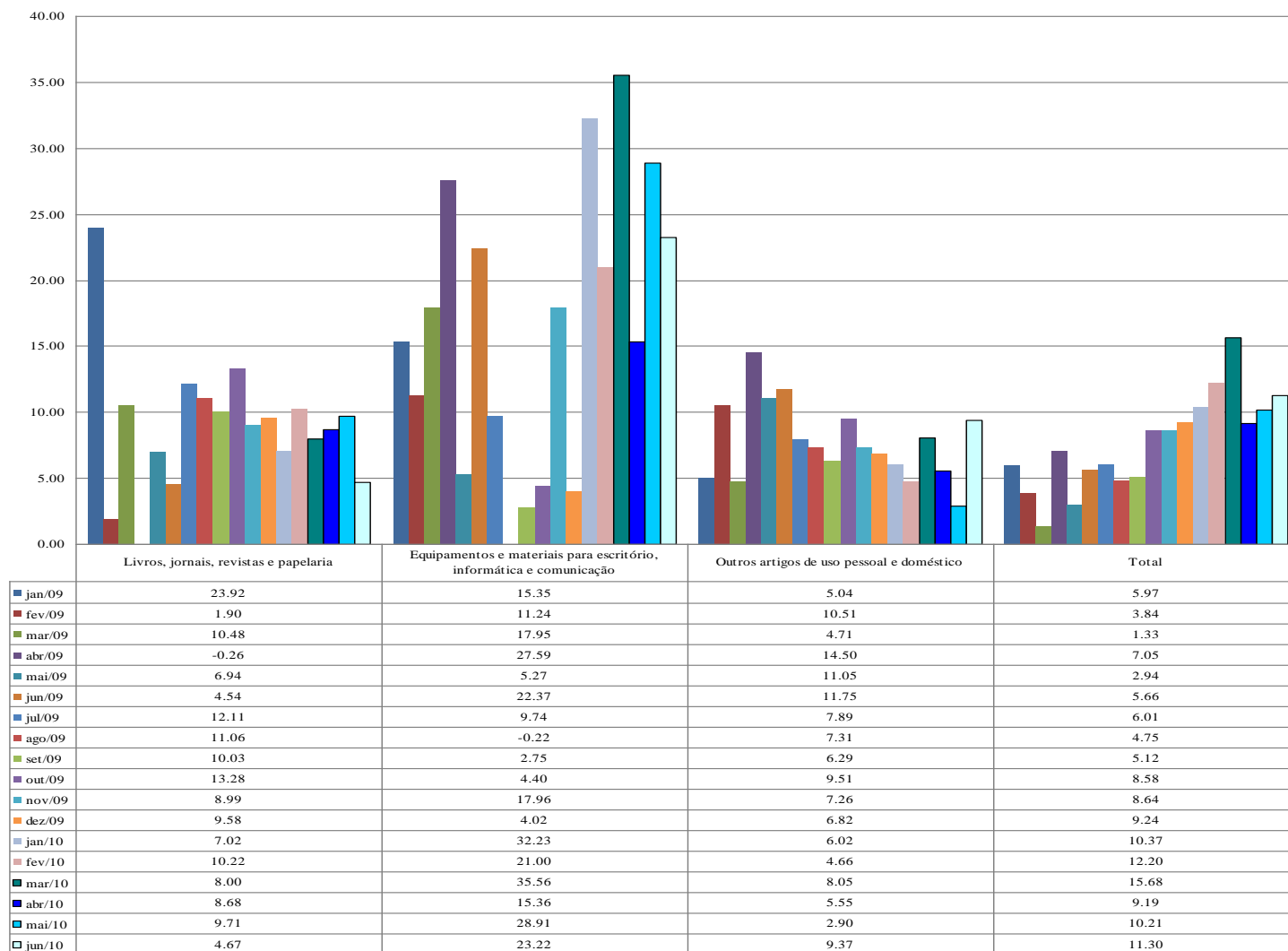
Índice de Confiança do Consumidor - Acumulado 1º Semestre

Ano	Índice de Confiança do Consumidor	Índice de Expectativas de Consumo	Índice de Condições Econômicas Atuais
2008	12,1%	11,6%	12,8%
2009	-12,1%	-5,0%	-21,9%
2010	21,8%	18,9%	26,5%

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (Vs. Mesmo Mês do Ano Anterior) do Volume de Vendas - Jan/09-Jun/10



Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (Vs. Mesmo Mês do Ano Anterior) do Volume de Vendas - Jan/09-Jun/10



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 84,3%

Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

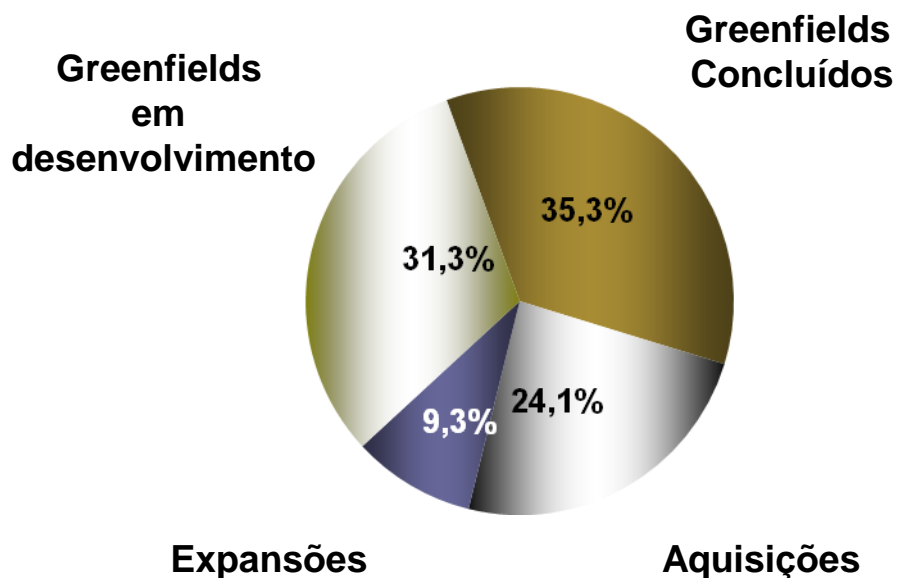
Expansão

- 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⁾

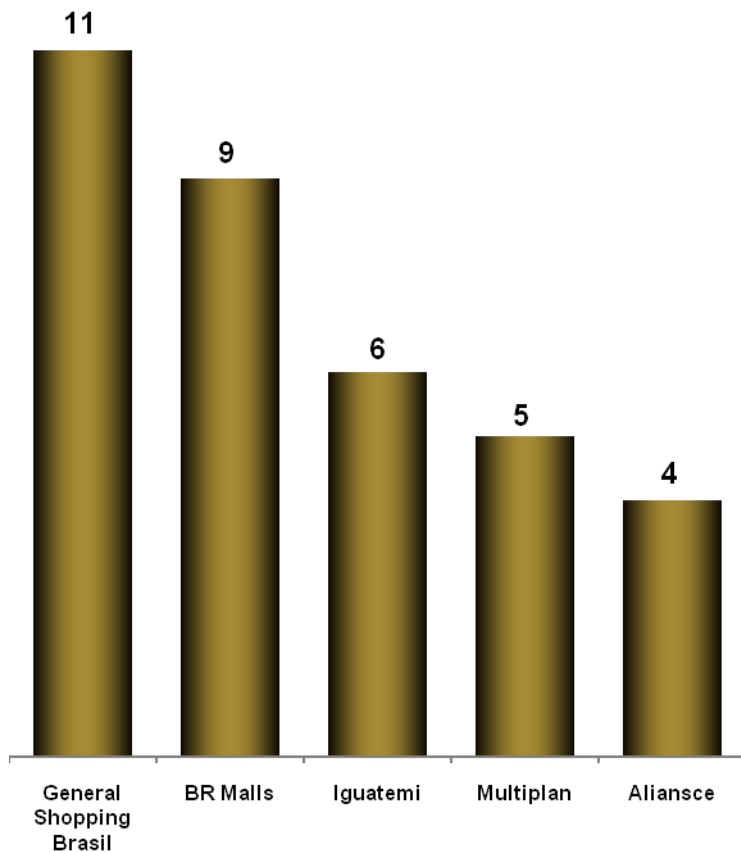


⁽¹⁾ Considerando atuais shopping centers, expansões e greenfields anunciados.

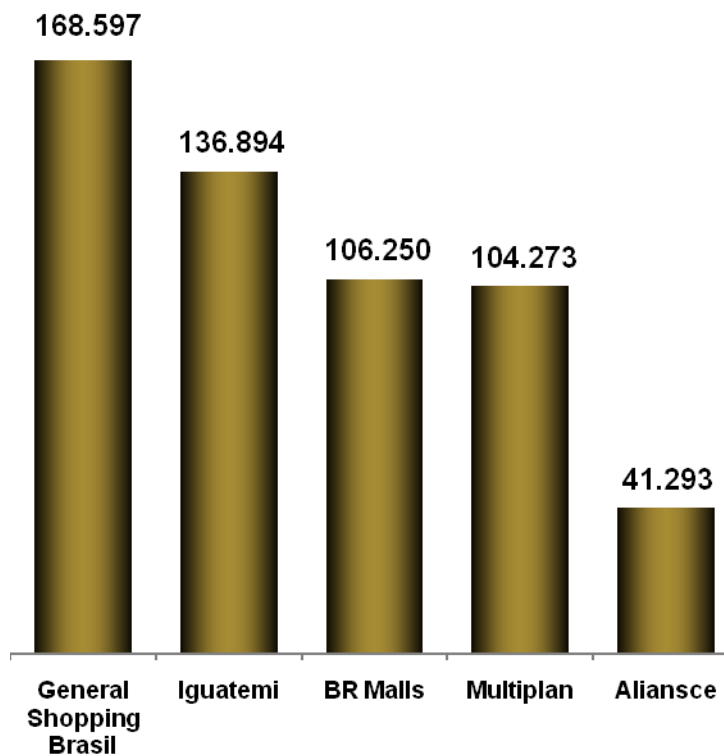
Shopping Center	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)	Nº Lojas	Expansões ABL Própria (m ²)
Poli Shopping	50,0%	4.527	2.264	52	15.400
Internacional Shopping	100,0%	75.958	75.958	292	-
Auto Shopping	100,0%	11.477	11.477	80	-
Shopping Light	50,1%	14.140	7.092	134	-
Santana Parque Shopping	50,0%	26.538	13.269	176	-
Suzano Shopping	100,0%	19.583	19.583	174	-
Cascavel JL Shopping	85,5%	8.877	7.590	80	2.953
Top Center Shopping	100,0%	6.369	6.369	67	-
Prudente Parque Shopping	100,0%	10.276	10.276	56	-
Poli Shopping Osasco	100,0%	3.218	3.218	19	-
Shopping do Vale	84,4%	16.487	13.913	94	-
Shopping Unimart	100,0%	10.233	10.233	91	-
Outlet Premium São Paulo	50,0%	17.716	8.858	90	-
	84,3%	225.399	190.100	1.405	18.353

Greenfield	Part.	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
Projeto Sulacap	90,0%	32.000	28.800
Projeto Barueri	96,0%	25.000	24.000
	94,9%	82.730	78.530

Número de Operações de Shopping Center



ABL Própria (m²)



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%

GSB Adm

▶ Administra as operações de shopping centers

100%

ASG Adm

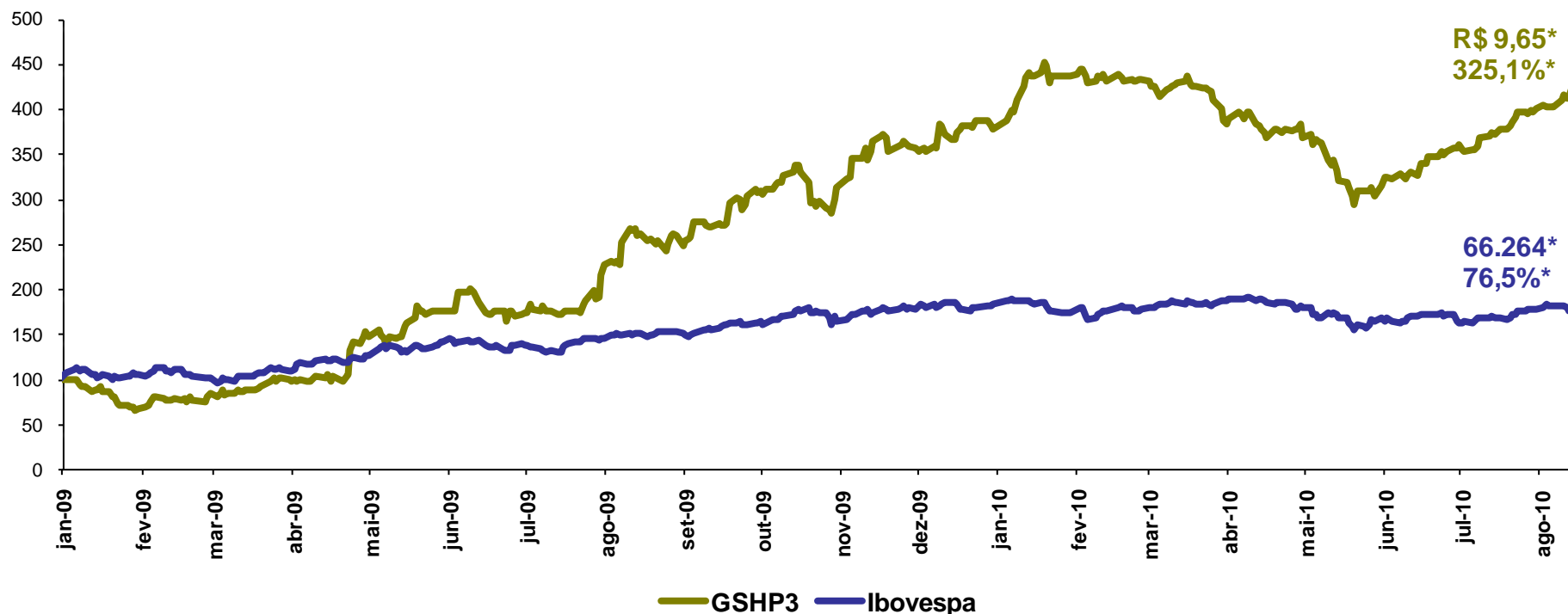
▶ Administra as operações do Auto Shopping

	Administração	Estacionamento	Água	Energia
ISG	✓	✓	✓	✓
Auto	✓	✓	✓	✓
Poli	✓	✓	✓	✓
Light	✓	✓	✓	✓
Santana	✓*	✓	✓	✓
Suzano	✓	✓	✓	✓
Cascavel	✓	✓	✓	✓
Prudente Parque	✓	✓	✓	✓
Poli Shopping Osasco	✓	✓		
Top Center	✓		✓	
Do Vale	✓	✓	✓	✓
Unimart	✓	✓	✓	✓
Outlet Premium São Paulo	✓	✓	✓	✓

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

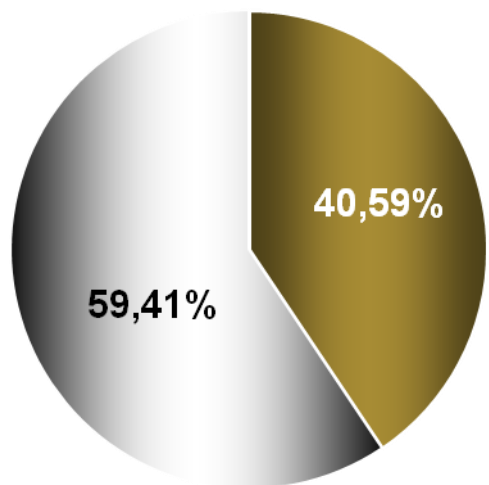
Desempenho Acionário

(Base 100: 30/12/08)



(*) Valores em 13/08/10

Até 30/06/10: GSHP3 = 260,0%
Ibovespa = 62,3%



	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

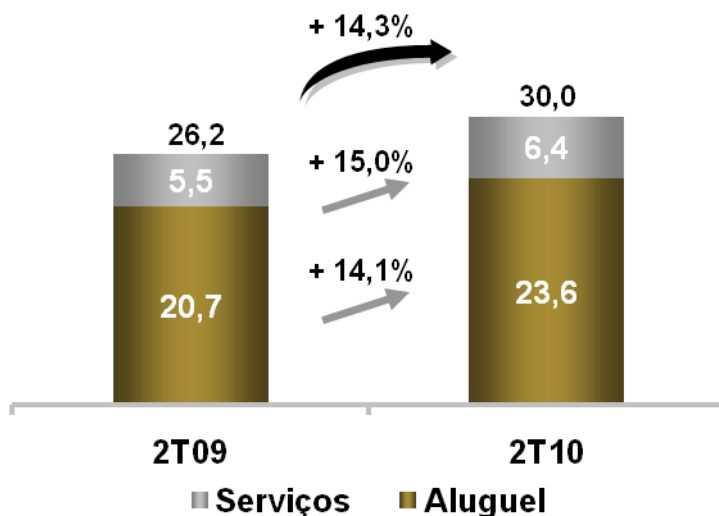


GeneralShopping^{BRASIL}

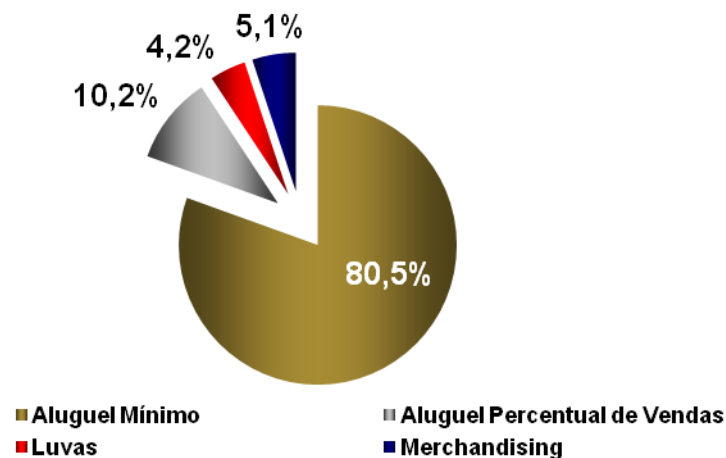


Desempenho Financeiro

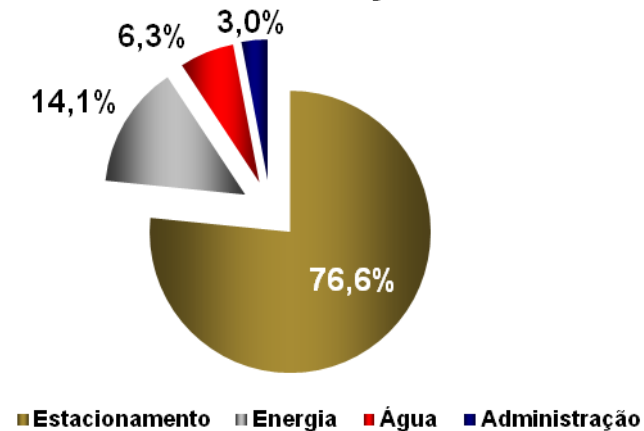
Receita Bruta Total
(R\$ milhões)

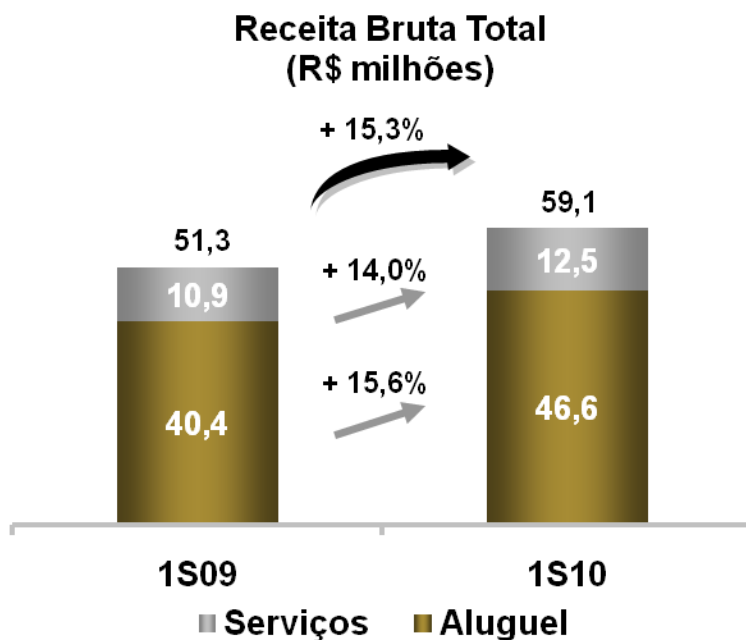


Receita Bruta de Aluguéis – 2T10

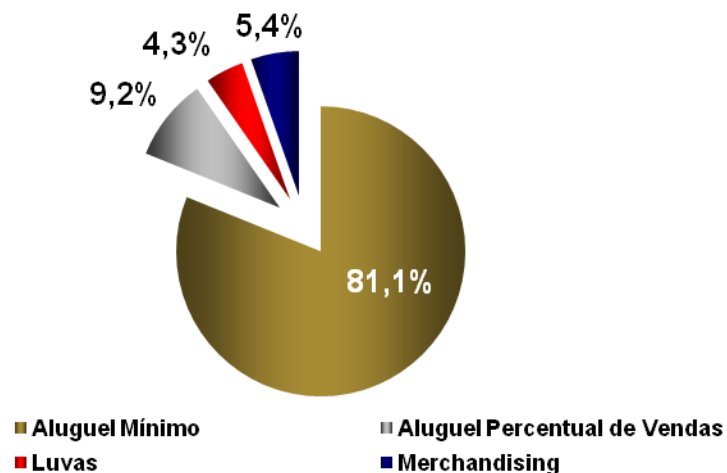


Receita Bruta de Serviços – 2T10

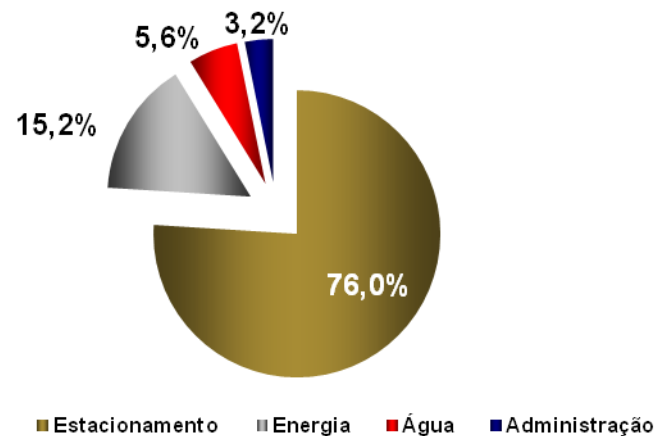




Receita Bruta de Aluguéis – 1S10



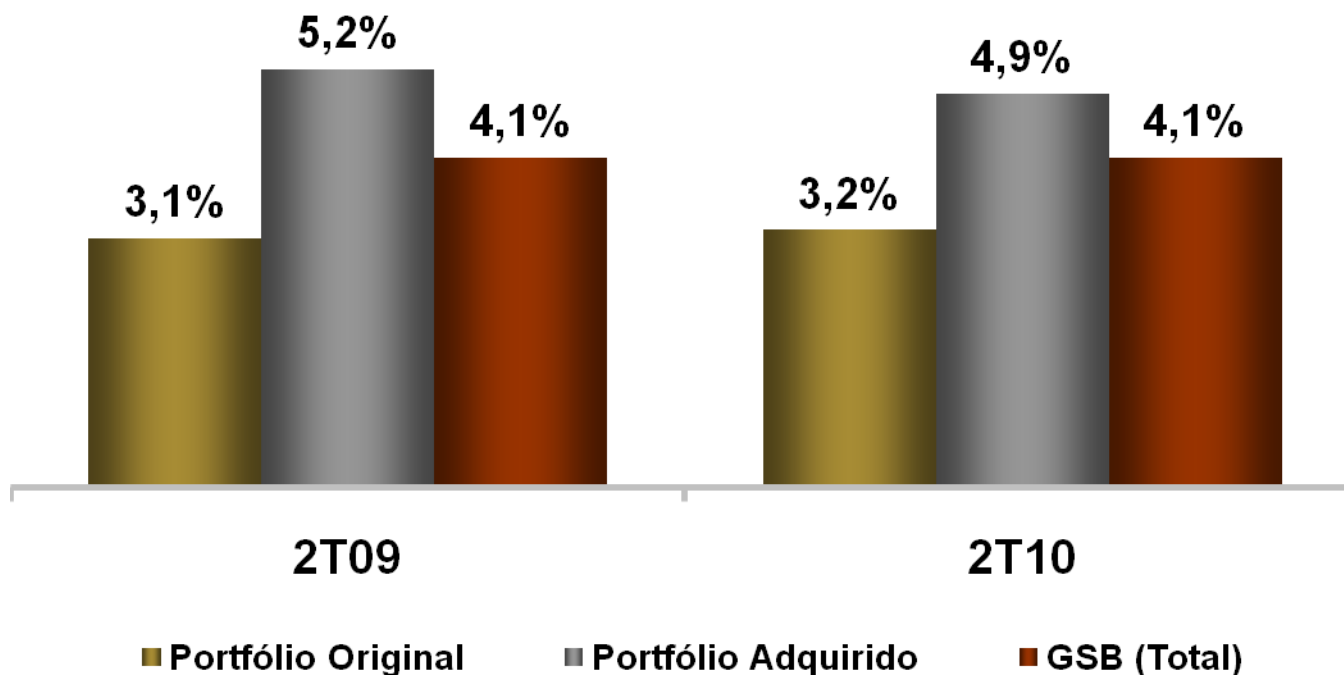
Receita Bruta de Serviços – 1S10



Evolução Portfólio Original e Portfólio Adquirido

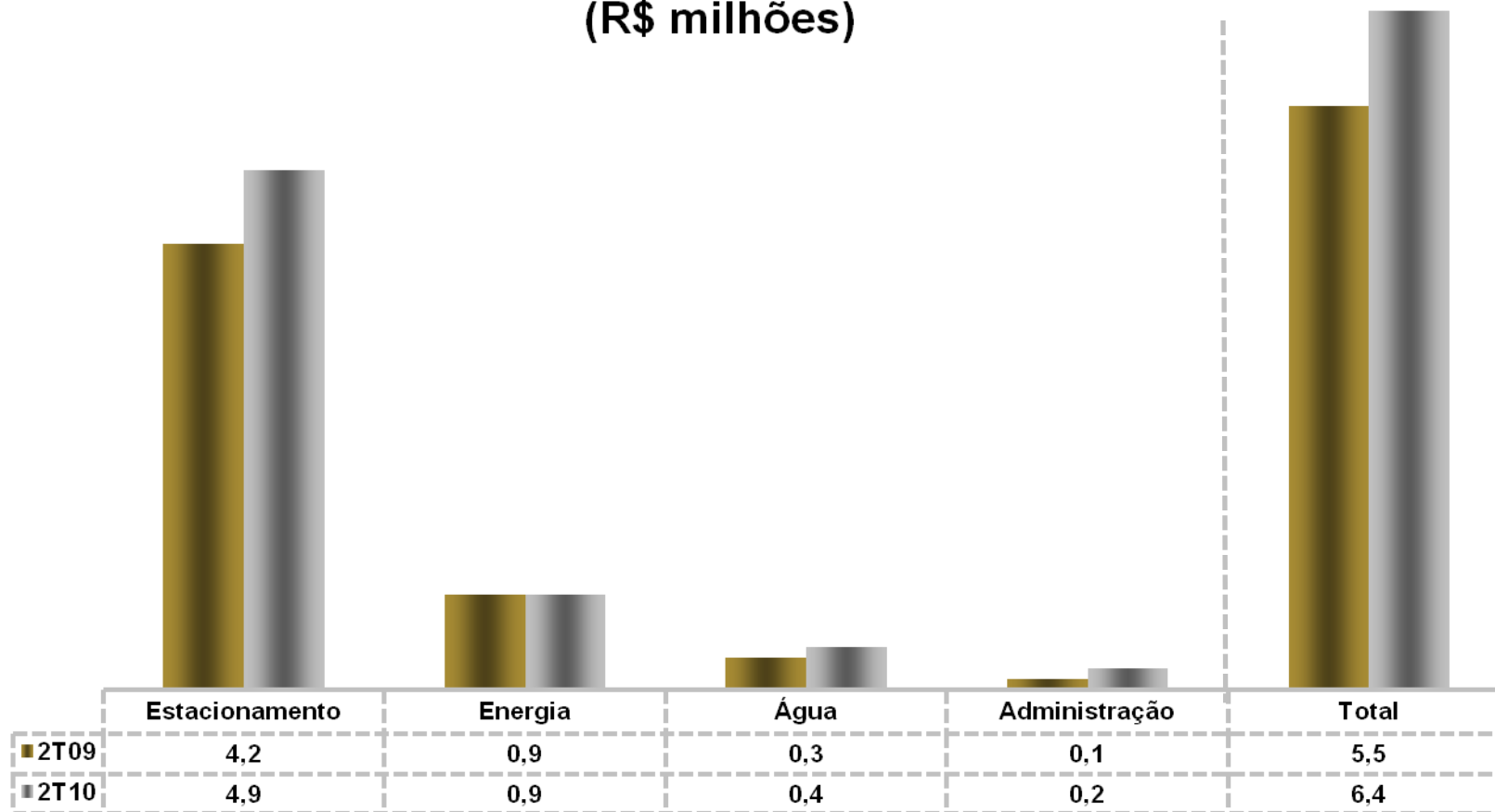
Descrição	2T09	2T10	Var %	1S09	1S10	Var %
Portfólio Original						
ABL Média (m ²)	96.791	96.791	0,0%	96.791	96.791	0,0%
Aluguel (R\$/m ²)	134,95	134,79	-0,1%	263,05	268,69	2,1%
Serviços (R\$/m ²)	38,13	37,43	-1,8%	74,74	74,01	-1,0%
Total (R\$/m ²)	173,08	172,22	-0,5%	337,79	342,70	1,5%
Portfólio Adquirido						
ABL Média (m ²)	84.484	90.947	7,6%	84.366	90.357	7,1%
Aluguel (R\$/m ²)	90,28	116,20	28,7%	176,59	228,51	29,4%
Serviços (R\$/m ²)	21,70	30,01	38,3%	44,06	58,88	33,6%
Total (R\$/m ²)	111,98	146,20	30,6%	220,66	287,39	30,2%
GSB (Total)						
ABL Média (m ²)	181.275	187.738	3,6%	181.157	187.148	3,3%
Aluguel (R\$/m ²)	114,13	125,78	10,2%	222,79	249,29	11,9%
Serviços (R\$/m ²)	30,47	33,83	11,0%	60,45	66,70	10,3%
Total (R\$/m ²)	144,60	159,62	10,4%	283,24	316,00	11,6%

Evolução da Vacância*

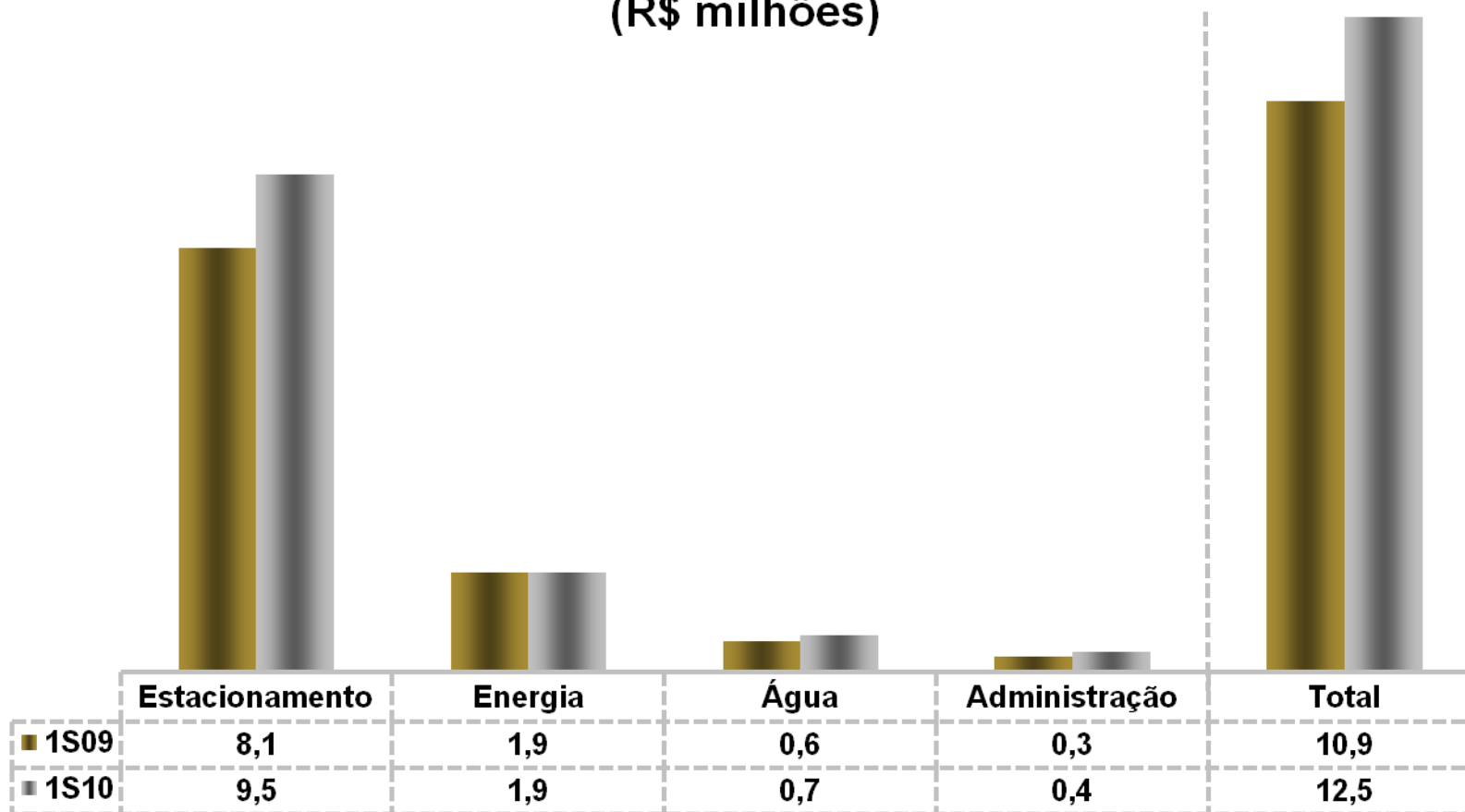


* Operações de Shopping Center, exceto Auto Shopping

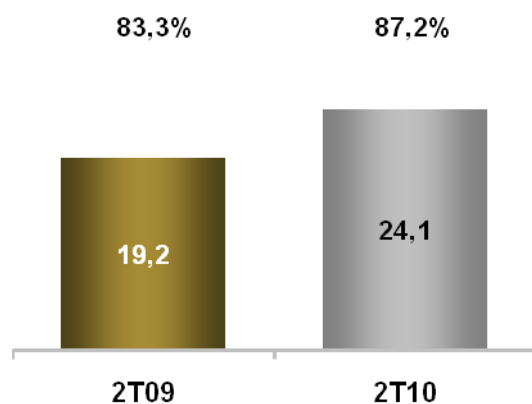
Receita de Serviços (R\$ milhões)



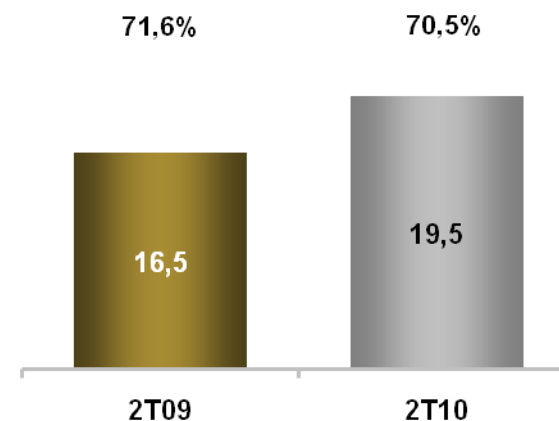
Receita de Serviços
(R\$ milhões)



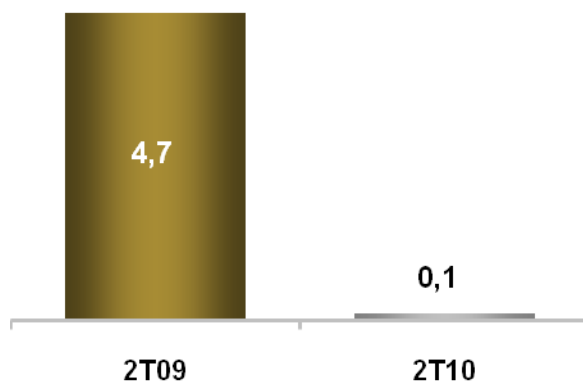
NOI Consolidado (R\$ MM) e Margem



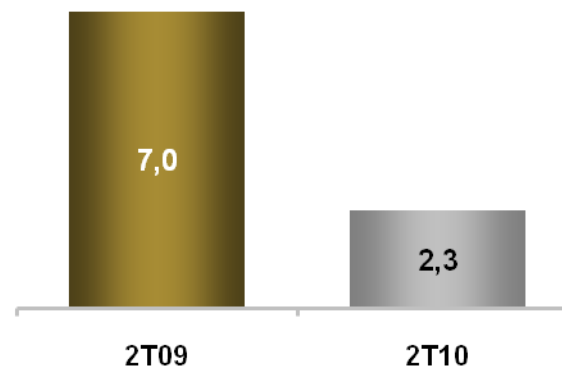
EBITDA Ajustado (R\$ MM) e Margem



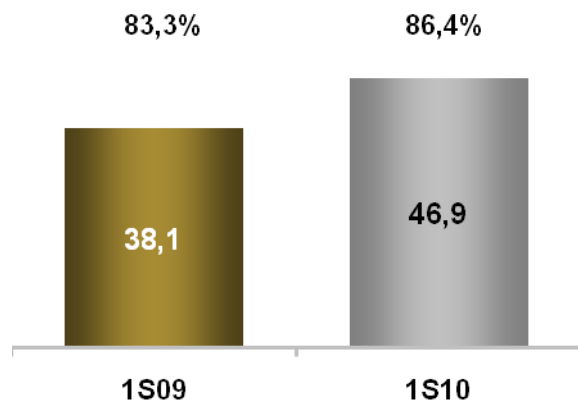
Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



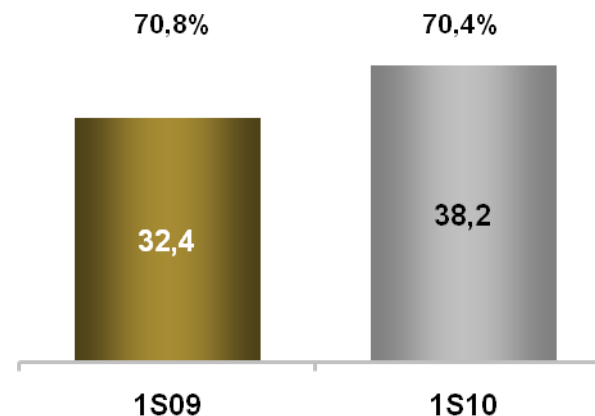
FFO Ajustado (R\$ MM)



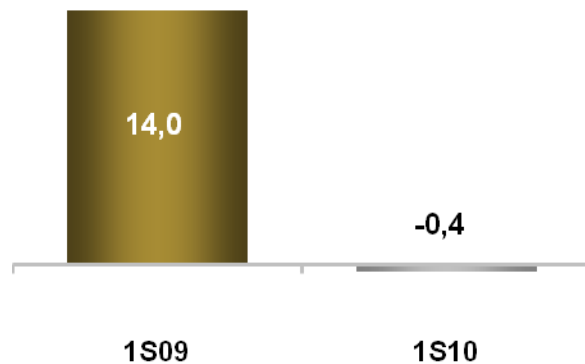
NOI Consolidado (R\$ MM) e Margem



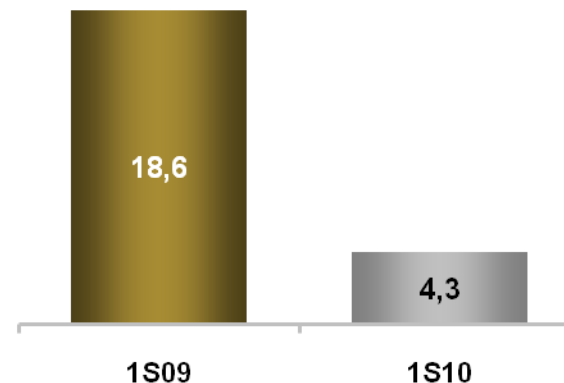
EBITDA Ajustado (R\$ MM) e Margem



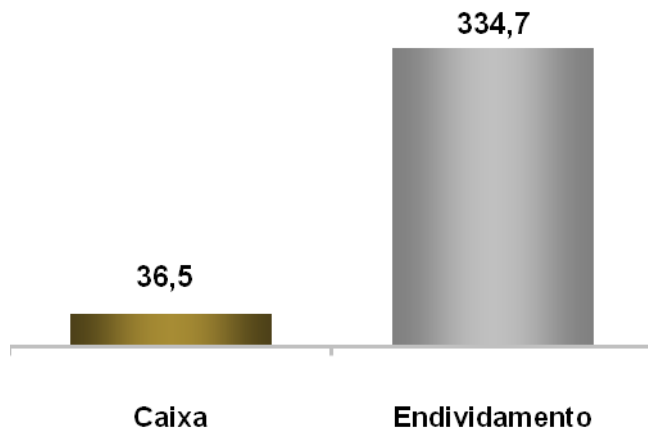
Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



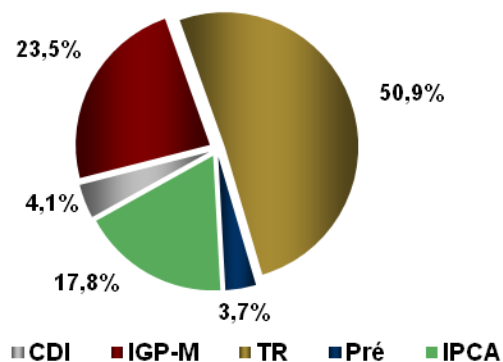
FFO Ajustado (R\$ MM)



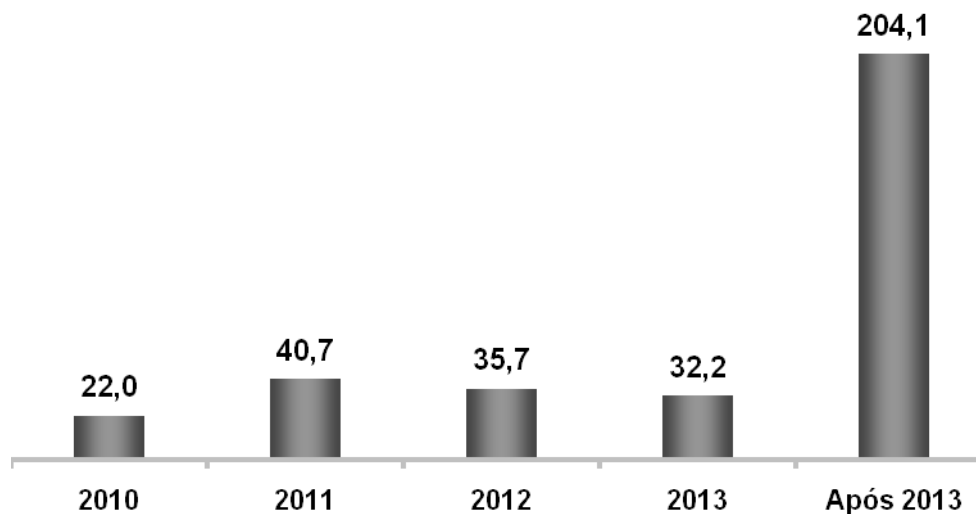
Caixa X Endividamento
(R\$ milhões)



Composição do Endividamento



Cronograma de Amortização
(R\$ milhões)



Cronograma de Amortização							
R\$ Milhões	2010	2011	2012	2013	Após 2013	Total	%
CCI	11,7	28,8	31,9	32,2	204,1	308,7	92,2%
Outros	10,3	11,9	3,8	0,0	0,0	26,0	7,8%
Total	22,0	40,7	35,7	32,2	204,1	334,7	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