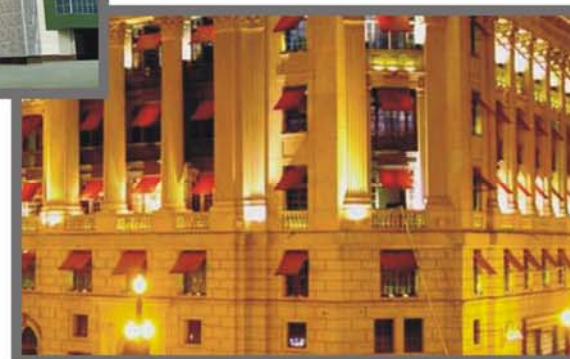


**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

APRESENTAÇÃO SOBRE  
OS RESULTADOS DO 3T07


19 DE NOVEMBRO DE 2007



*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.*

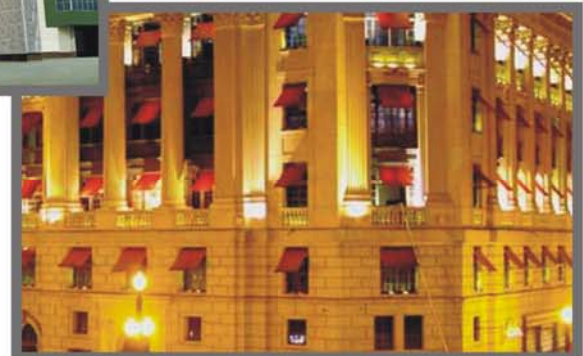
*Esta apresentação não constitui oferta, convite ou solicitação de oferta de subscrição ou compra de quaisquer valores mobiliários. Esta apresentação e seu conteúdo não constituem a base de um contrato ou compromisso de qualquer espécie.*

- 
- **PANORAMA DO SETOR**
  - **VISÃO GERAL DA GSB**
  - **ESTRATÉGIAS E PERSPECTIVAS**
  - **DESTAQUES FINANCEIROS**

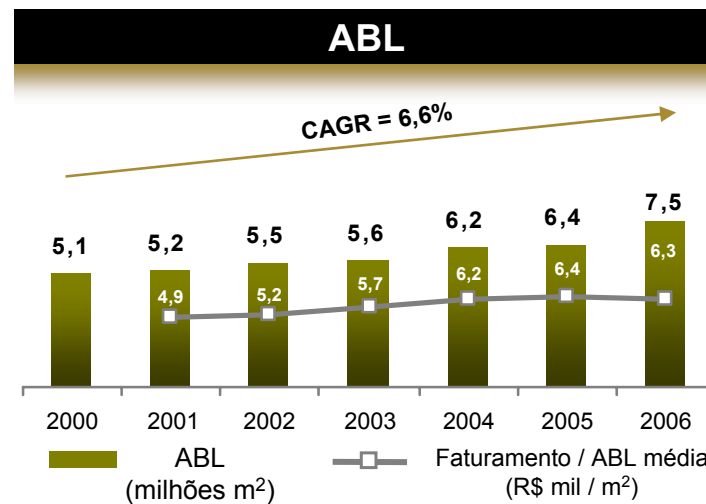
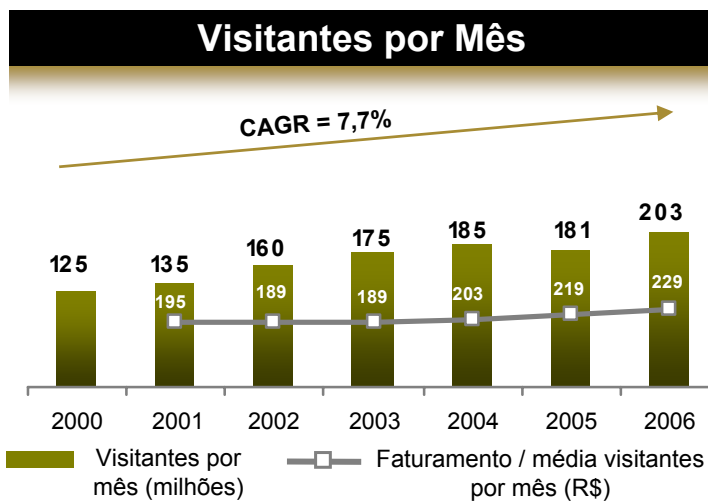
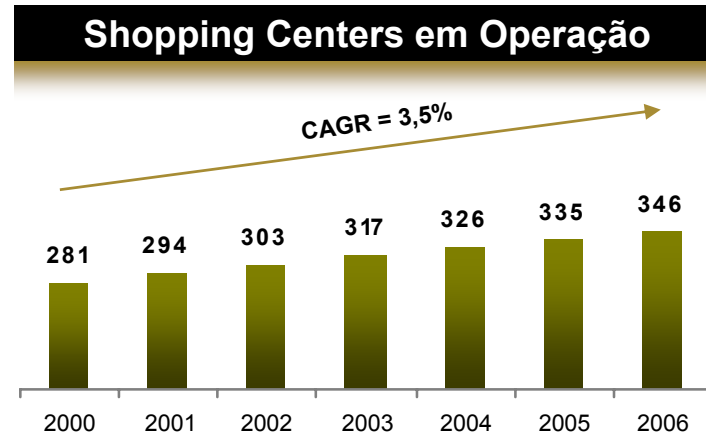
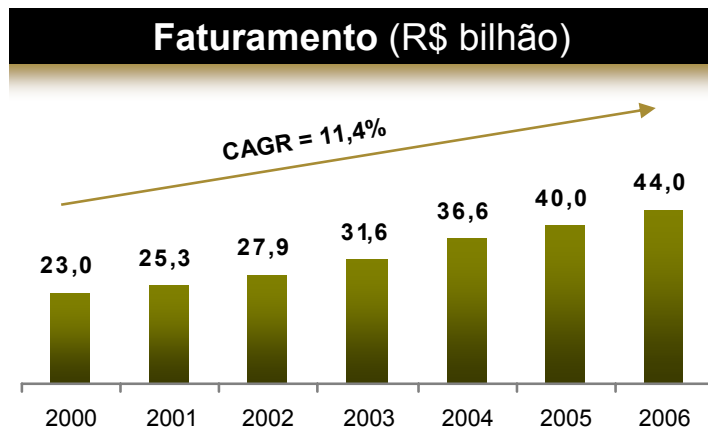
- **Crescimento por meio de**
  - **Greenfield (com experiência anterior comprovada)**
  - **Aquisições (com inteligência de mercado e acréscimo de serviços complementares)**
- **Receita bruta cresce 37,9% para R\$ 14,2 milhões no 3T07**
- **EBITDA ajustado aumenta 48,1% para R\$ 8,6 milhões no 3T07**

# GeneralShopping<sup>BRASIL</sup>

## PANORAMA DO SETOR







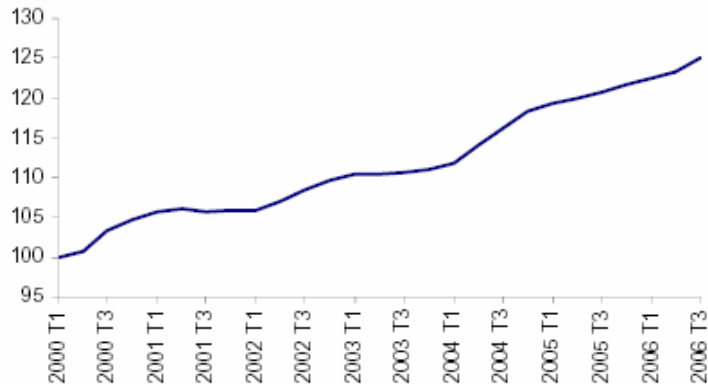
Fonte: ABRASCE.

## Faturamento do Mercado de Shopping Centers no Brasil

Anos	R\$ (milhões)	Crescimento em relação ao ano anterior (%)	IPCA (%)	Crescimento Real do PIB (%)
2000	23.000	-	6,0	4,4
2001	25.300	10,0	7,7	1,3
2002	27.900	10,3	12,5	1,9
2003	31.600	13,2	9,3	1,2
2004	36.600	15,8	7,6	5,7
2005	40.015	9,3	5,7	2,9
2006	44.000	10,0	3,1	3,7

Fonte: Abrasce

## Crescimento Real da Renda Bruta Disponível



Fonte: Ipeadata

Nota: índice dessazonalizado pela média móvel (12 meses) e deflacionado pelo IPCA (2000 T1 = 100)

## Crescimento das Vendas Reais do Varejo

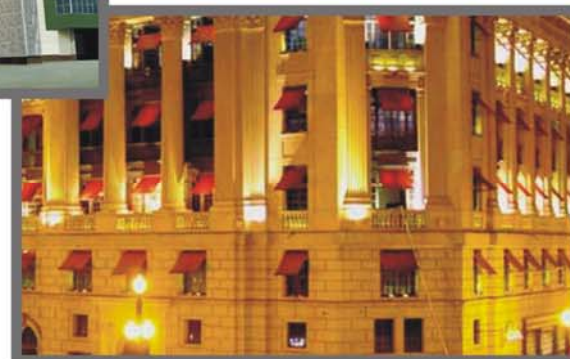


Fonte: Ipeadata

Nota: índice com ajuste sazonal (média 2003 = 100)

**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

**VISÃO GERAL DA GSB**





INTERNACIONAL SHOPPING



SHOPPING LIGHT



AUTO SHOPPING



POLI SHOPPING



SANTANA SHOPPING



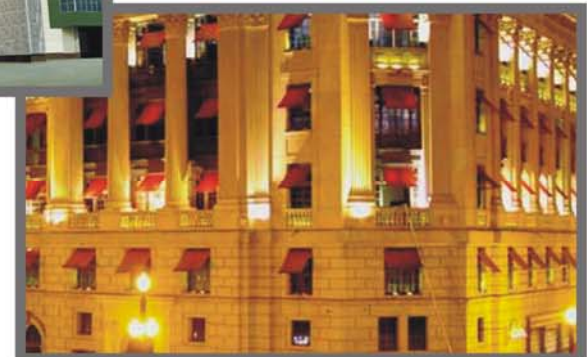
SUZANO SHOPPING



- **Início em 1989**
- **10 shopping centers e 3 greenfields**
- **ABL total: 171.297 m<sup>2</sup> / ABL própria: 147.430 m<sup>2</sup>**
- **Origem varejista levou a:**
  - **Compreensão do relacionamento com lojistas**
  - **Inteligência de varejo**
  - **Foco nas classes de consumo B e C**
  - **Gestão de custos eficiente → Serviços complementares**

**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

**ESTRATÉGIAS E  
PERSPECTIVAS**



- Participações majoritárias
- Administração experiente
  - Média de 14 anos de experiência no setor de shopping centers e varejo
- Relacionamento próximo com lojistas e inteligência de varejo
- Estratégia de crescimento bem definida
- Portfólio diversificado e composto por ativos de alta qualidade

- **Entendimento do negócio shopping center tanto pela abordagem do setor de varejo quanto do imobiliário**
- **Pesquisas quantitativas e qualitativas**
  - **Pesquisas internas**
  - **Pesquisas de mercado**
  - **Varejistas**
- **Credibilidade para manter e atrair os principais varejistas**

## **Consolidação**

- **Aquisição de shopping centers**

## **Greenfields**

- **Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers**

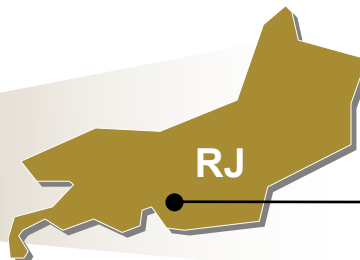
## **Expansão**

- **Aumento das participações nos ativos**
- **Expansão da ABL do portfólio existente**
- **Implementação de projetos de uso misto → Sinergias + Rentabilidade**

## **Turn Around**

- **Renovação e readequação do mix de lojas**
- **Inovação em serviços complementares**





ABL total (m <sup>2</sup> )	32.000 <sup>(2)</sup>
Lojas	165 <sup>(2)</sup>
Visitantes/ano (mi)	n.a.



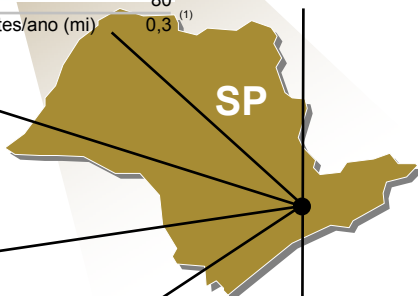
ABL total (m <sup>2</sup> )	11.477
Lojas	80
Visitantes/ano (mi)	0,3 <sup>(1)</sup>



ABL total (m <sup>2</sup> )	72.958
Lojas	292
Visitantes/ano (mi)	23,5



ABL total (m <sup>2</sup> )	4.527
Lojas	52
Visitantes/ano (mi)	6,0



ABL total (m <sup>2</sup> )	14.140
Lojas	134
Visitantes/ano (mi)	12,0



ABL total (m <sup>2</sup> )	13.120
Lojas	156
Visitantes/ano (mi)	7,2



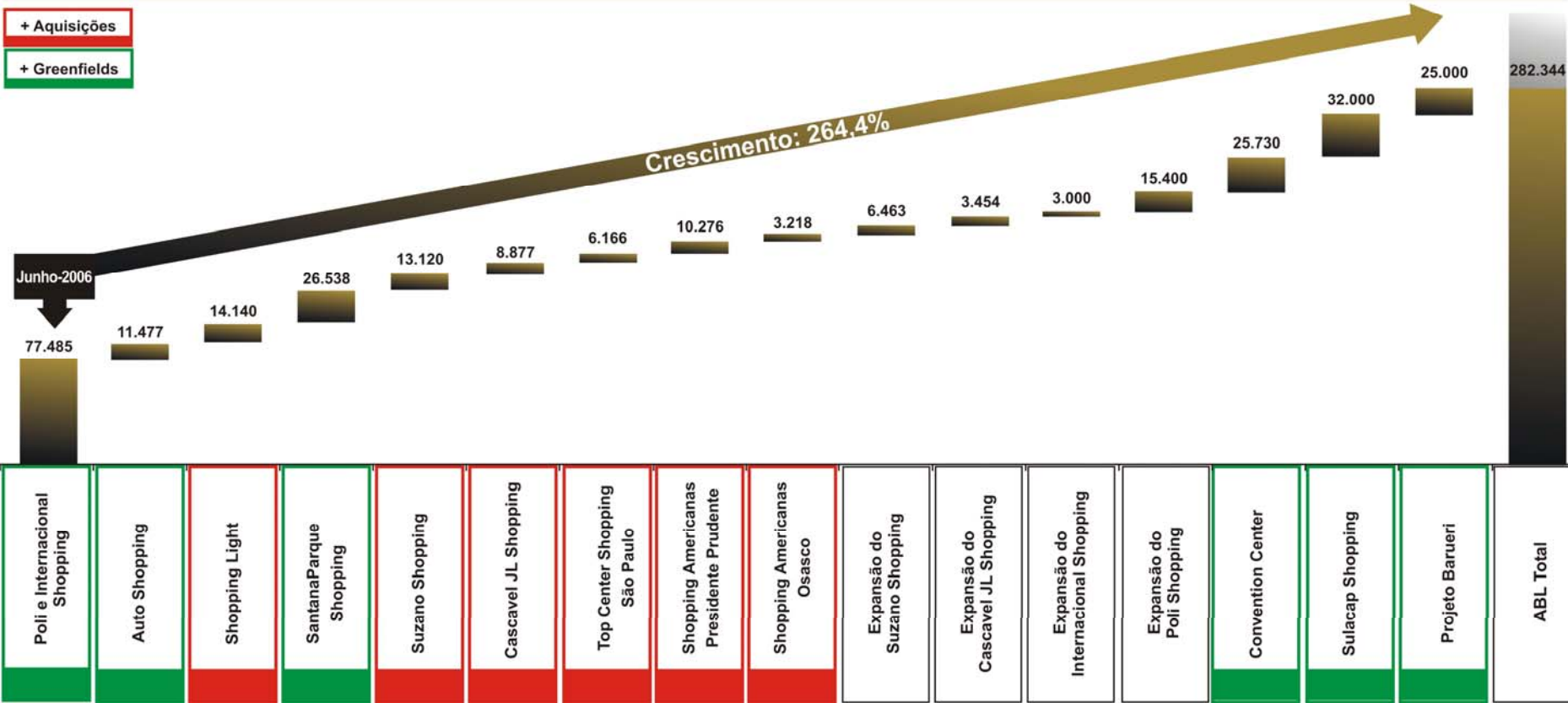
ABL total (m <sup>2</sup> )	26.538
Lojas	176
Visitantes/ano (mi)	12,0 <sup>(2)</sup>

## Portfólio de Shopping Centers

Shopping Center	Tipo	Público Predominante
<b>Em Operação</b>		
1. Internacional Shopping Guarulhos	Regional	B e C
2. Auto Shopping	Temático	B e C
3. Poli Shopping	Vizinhança	B e C
4. Shopping Light	Vizinhança	B e C
5. Suzano Shopping	Vizinhança	B e C
6. Santana Parque Shopping	Vizinhança	B e C
7. Cascavel JL Shopping	Vizinhança	B e C
8. Top Center Shopping São Paulo	Vizinhança	B e C
9. Shopping Americanas Pres. Prudente	Vizinhança	B e C
10. Shopping Americanas Osasco	Vizinhança	B e C
<b>Projetos de Greenfield</b>		
11. Sulacap Shopping	Regional	B e C
12. Centro de Convenções	Uso Misto	n.a.*
13. Projeto Barueri	Vizinhança	B e C

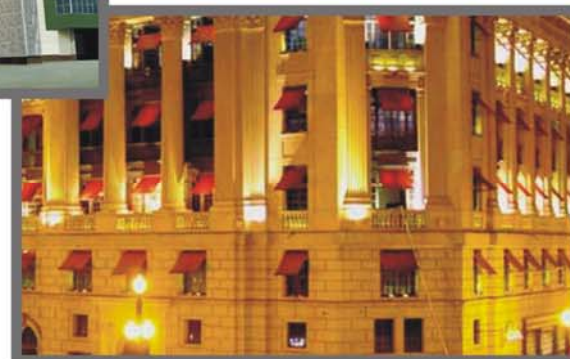
(1) Anualizado  
 (2) Estimado após conclusão  
 \* Não aplicável

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

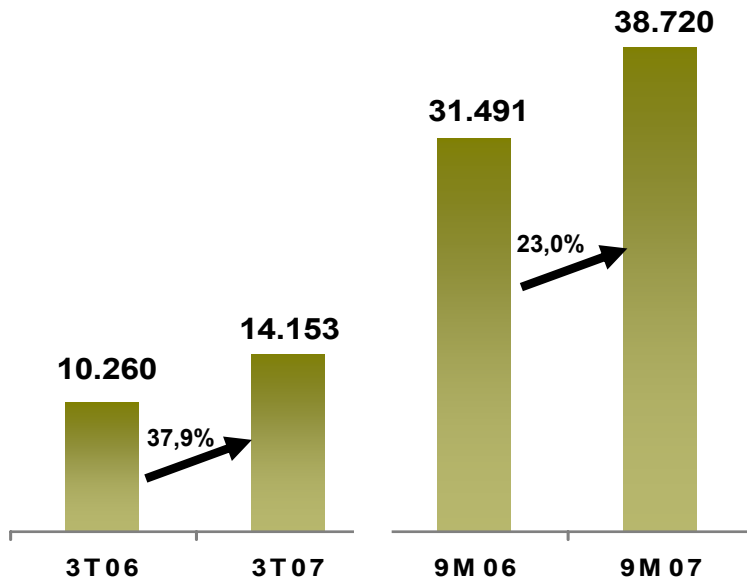


**GeneralShopping**<sup>BRASIL</sup>

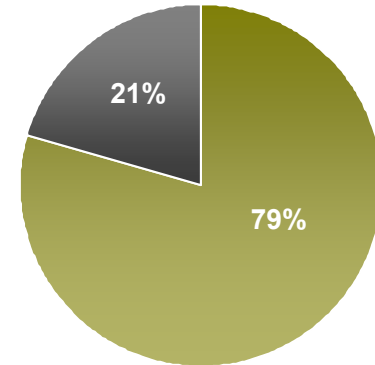
**DESTAQUES FINANCEIROS**



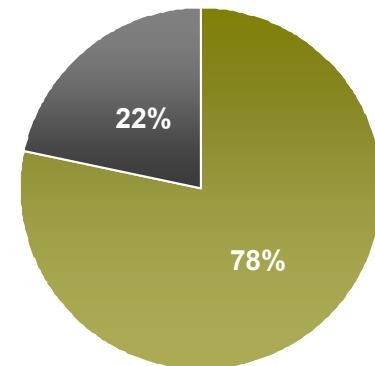
## Receita Bruta (R\$ 000)



## Composição da Receita do 3T07



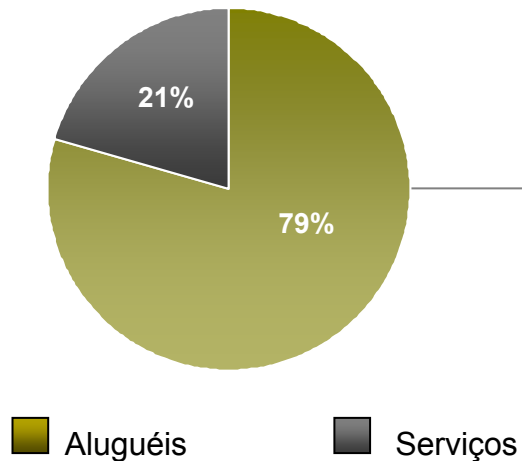
## Composição da Receita dos 9M07



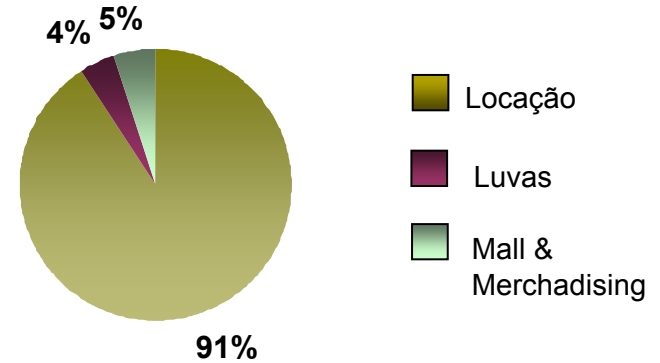
■ Aluguéis      ■ Serviços

## Composição da Receita do 3T07

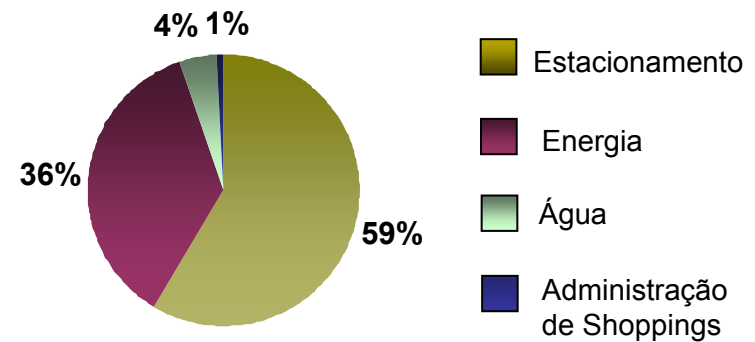
R\$ 14,2 milhões



## ALUGUÉIS



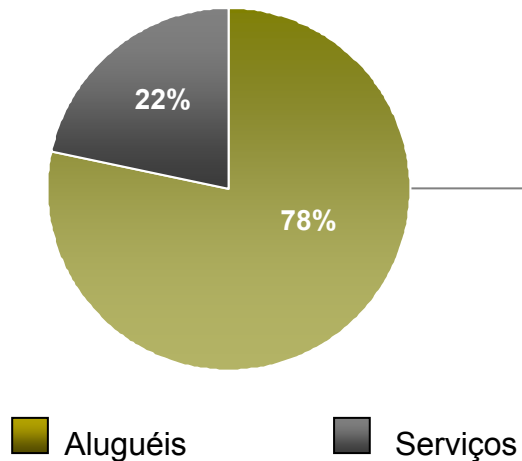
## SERVIÇOS



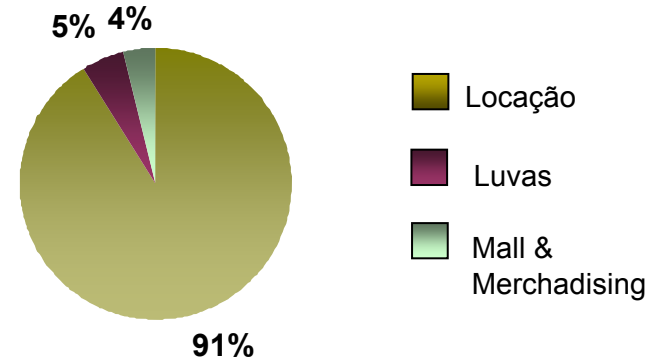


## Composição da Receita dos 9M07

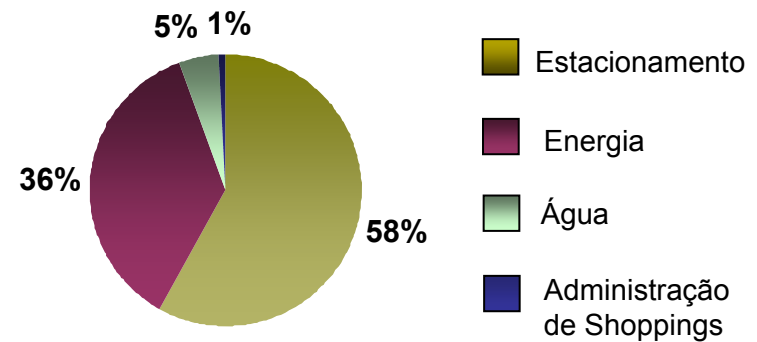
R\$ 38,7 milhões



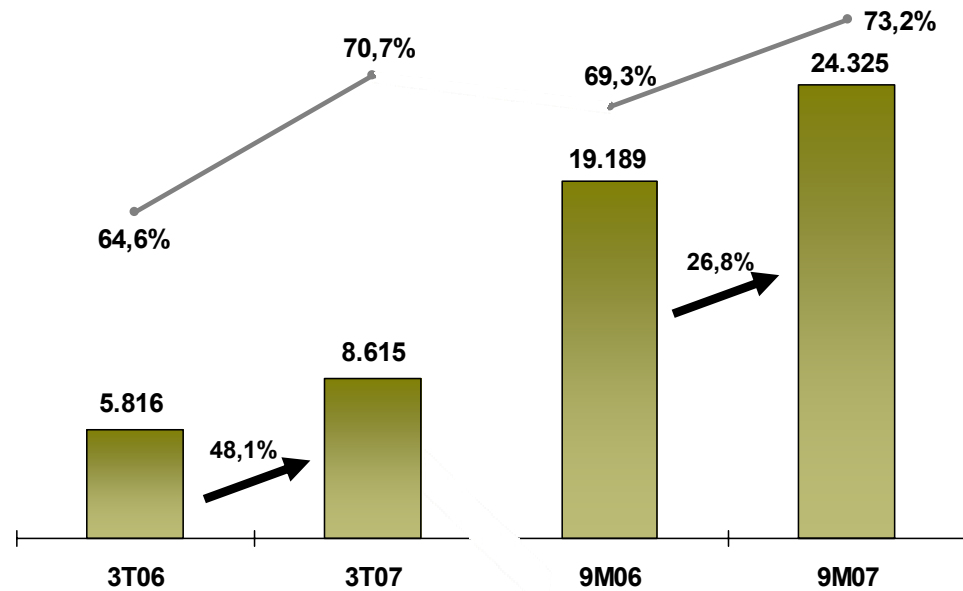
## ALUGUÉIS



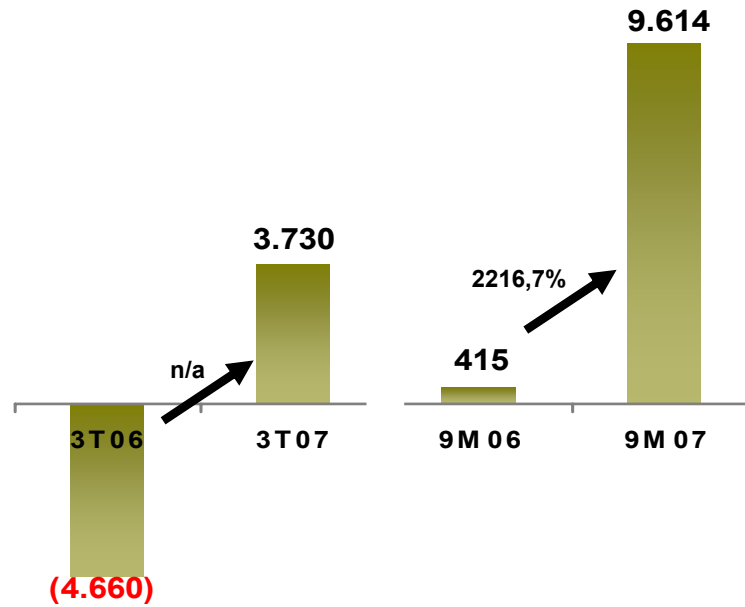
## SERVIÇOS

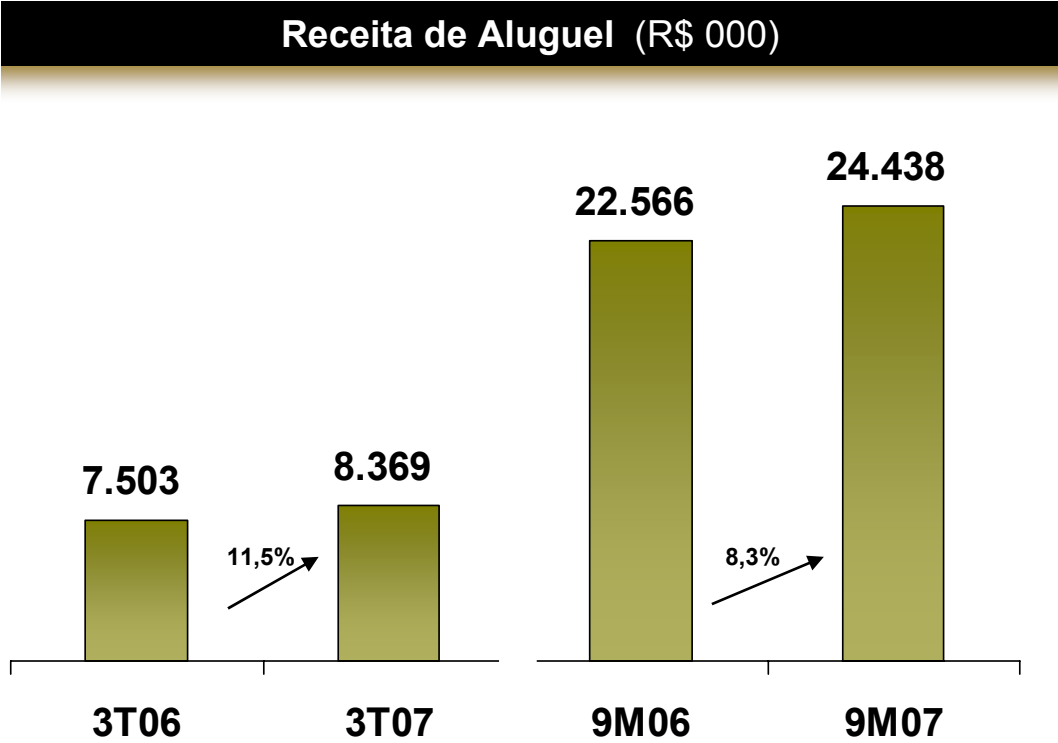


## EBITDA Ajustado (R\$ 000) e Margem EBITDA

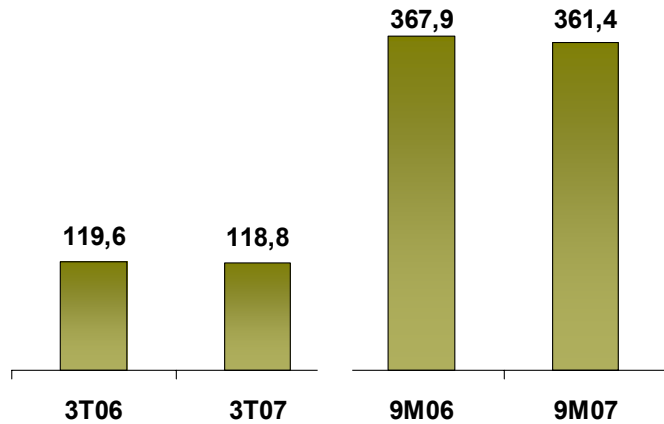


## Lucro Líquido Ajustado (R\$ 000)

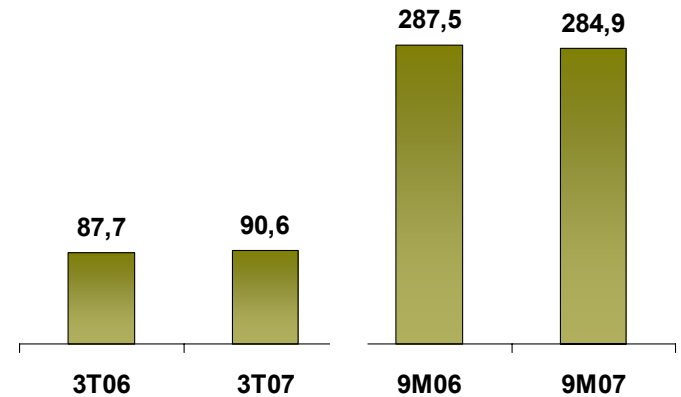




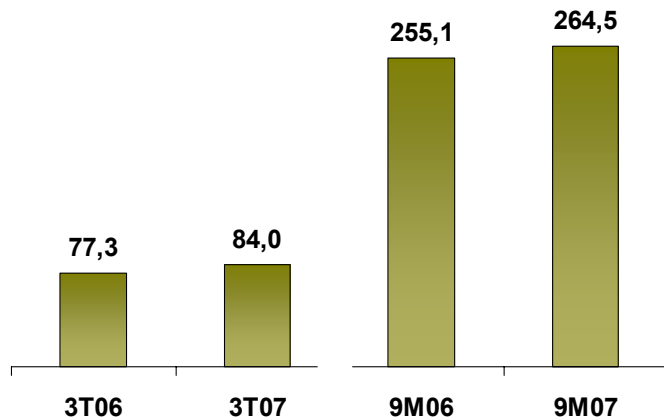
## Receita Líquida



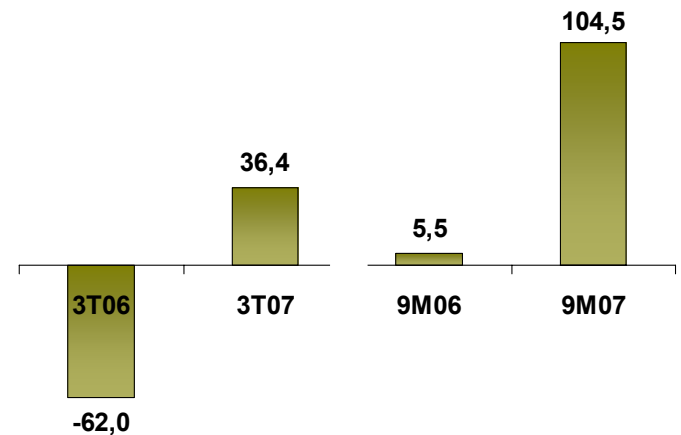
## NOI



## EBITDA Ajustado



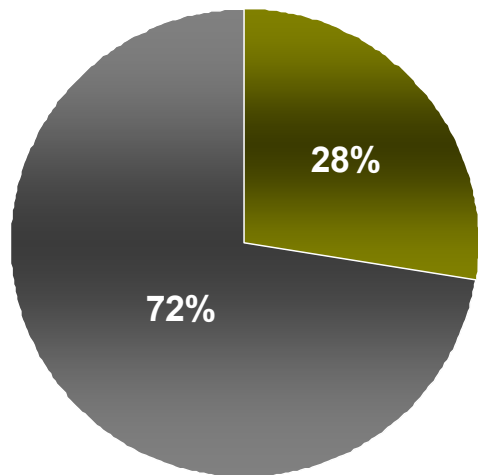
## Lucro Líquido Ajustado





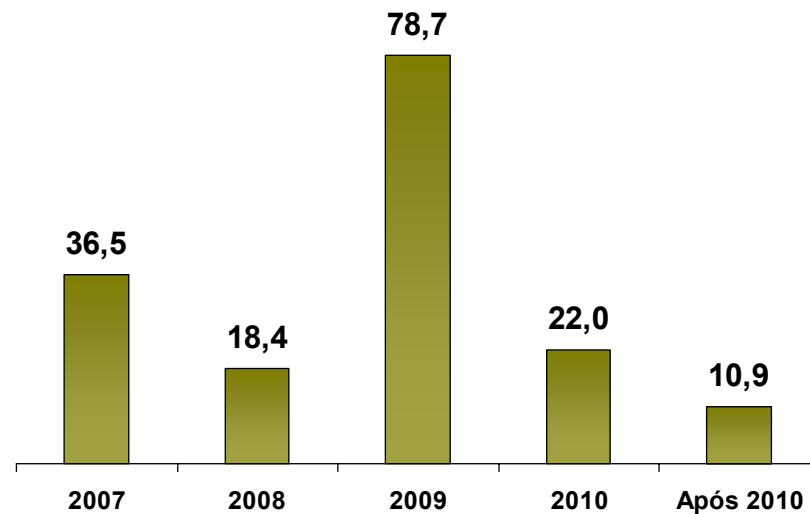
## Perfil

R\$ 166,5 milhões



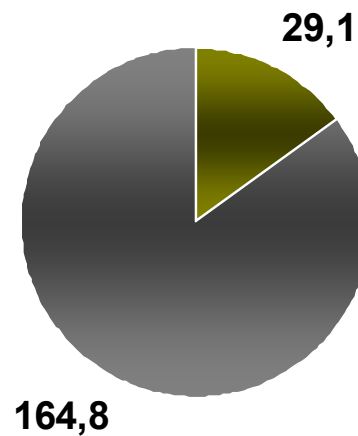
■ Curto prazo ■ Longo Prazo

## Cronograma de Amortização (R\$ milhões)



## Caixa (R\$ milhões)

Caixa total: R\$ 193,9 milhões



■ Amortização da dívida ■ Caixa líquido

- **Prospecção de imóvel na área de influência por carência de oferta identificada em pesquisa interna;**
- **Pesquisas qualitativas e quantitativas sobre imóvel;**
- **Estudo com principais redes varejistas e âncoras;**
- **Memorandos de entendimento assinados com âncoras;**
- **Compra de imóvel com proposta superior à dos concorrentes com base no conhecimento sobre potencial do empreendimento e sua redução de risco;**
- **Lançamento comercial e início das locações dos espaços;**
- **Venda de 50% pelo valor total do empreendimento;**
- **Inauguração em 25 de outubro de 2007;**
- **Sucesso de ocupação (97% da ABL locada) e vendas (até 30% superior às expectativas dos lojistas)**

## 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)**