

GeneralShopping ^{BRASIL}



Índice de
Ações com Governança
Corporativa Diferenciada **IGC**

Índice de
Ações com Top Along
Diferenciado **ITAG**

abrasca
companhia associada

 **apimec** | SP
ASSOCIAÇÃO DOS ANALISTAS
E PROFISSIONAIS DE INVESTIMENTO
DO MERCADO DE CAPITAIS

2012

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

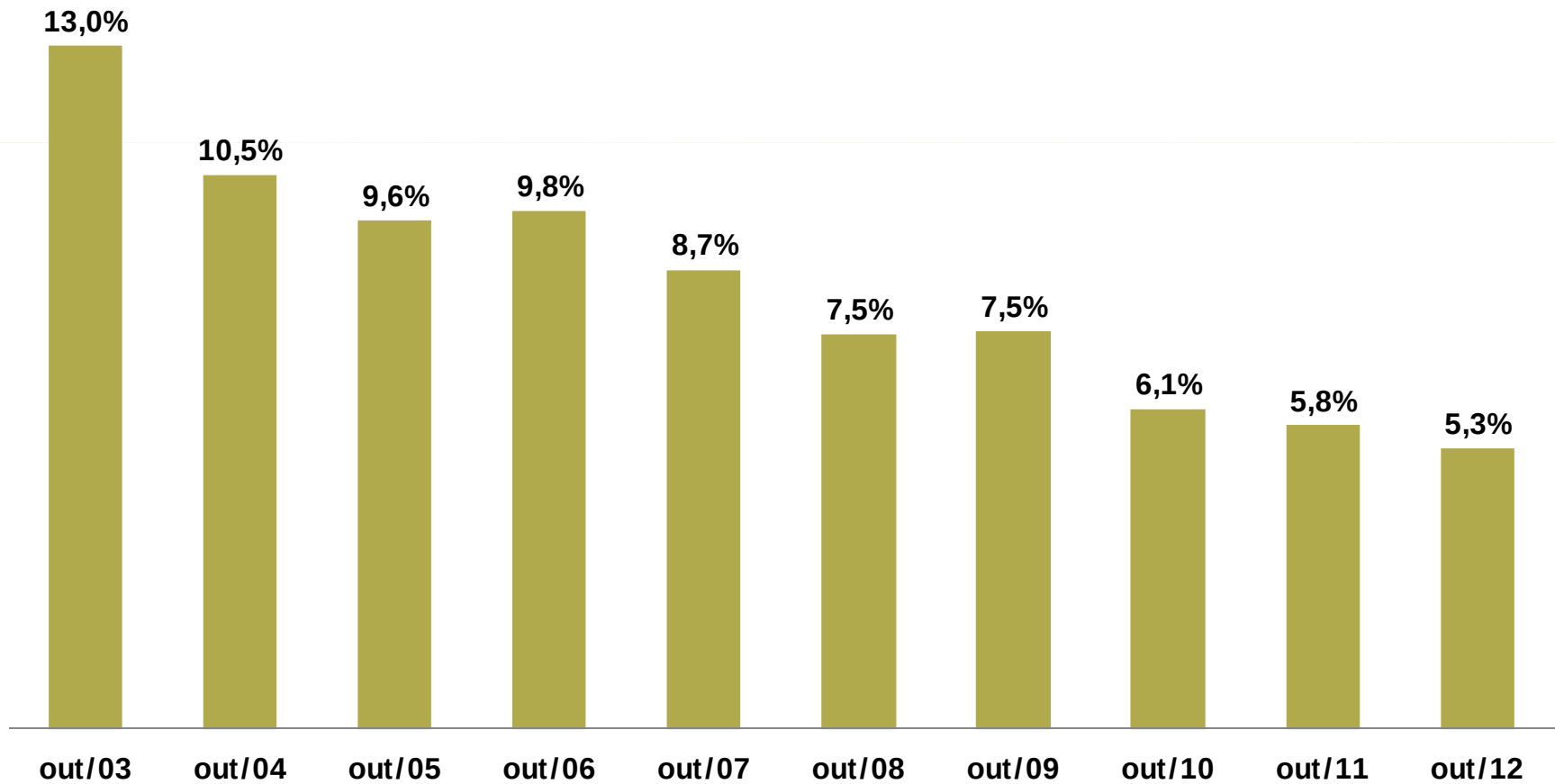
Desempenho Financeiro

GeneralShopping^{BRASIL}

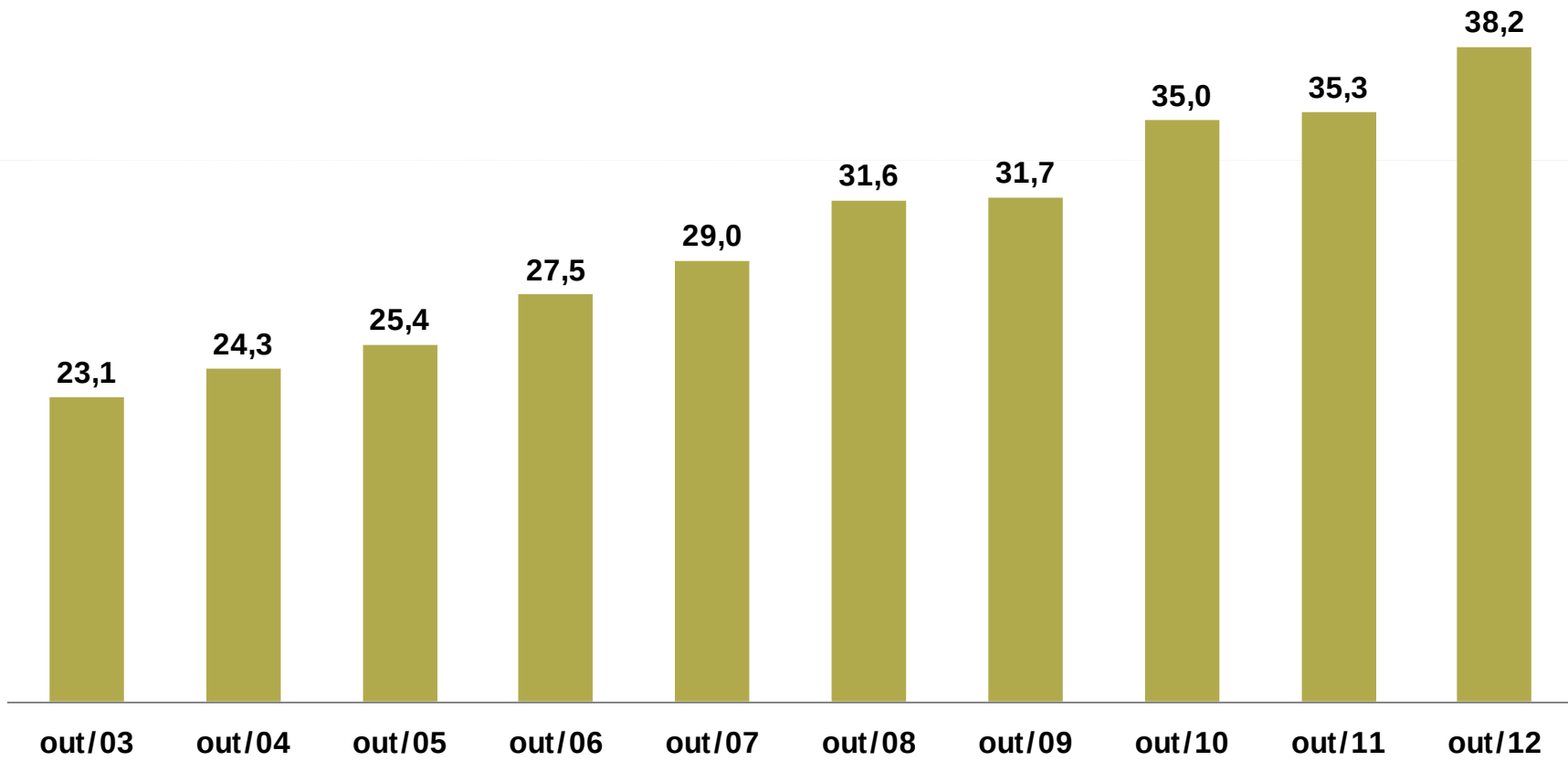
Panorama do Setor



Evolução da taxa de desocupação para os meses de outubro

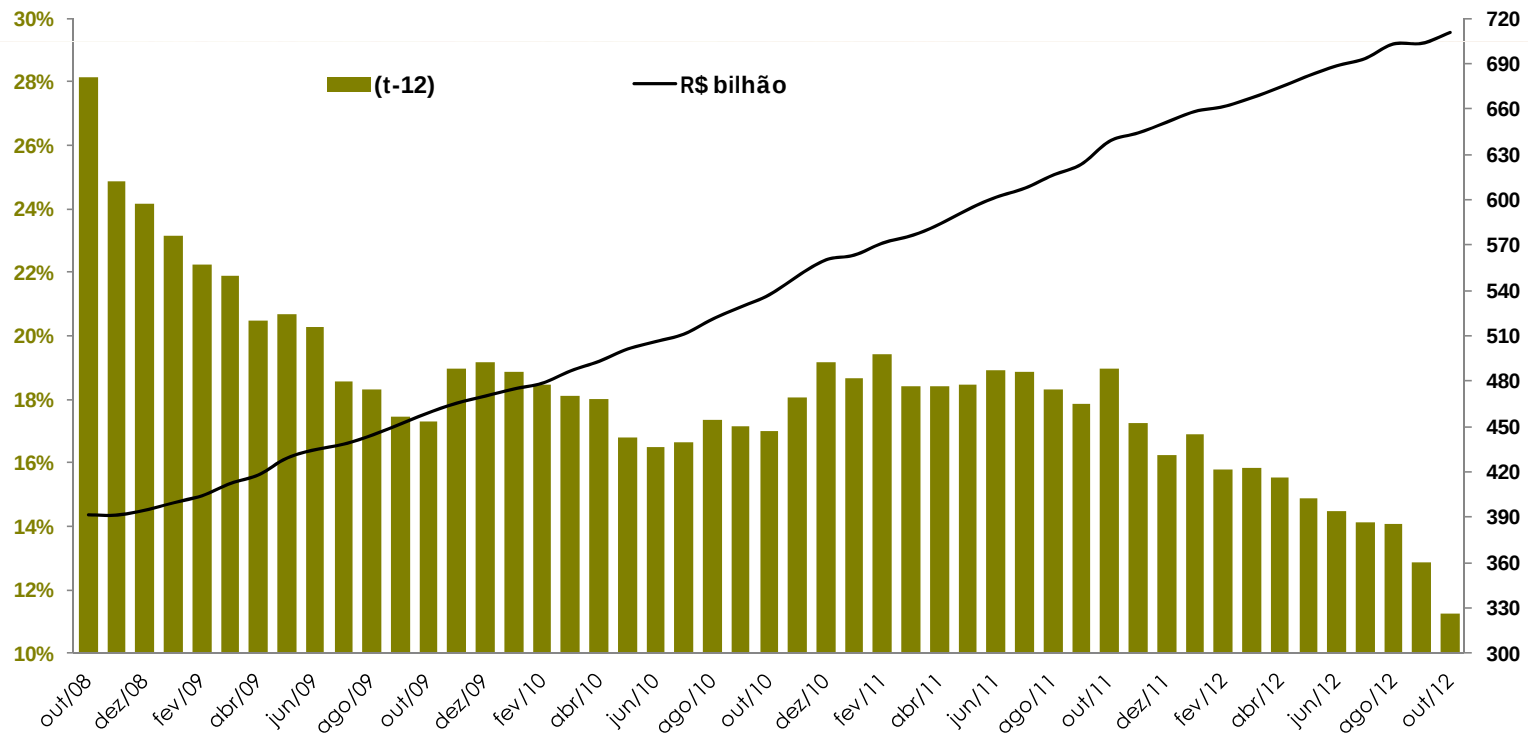


Massa de rendimento real habitual dos ocupados¹
R\$ bilhão



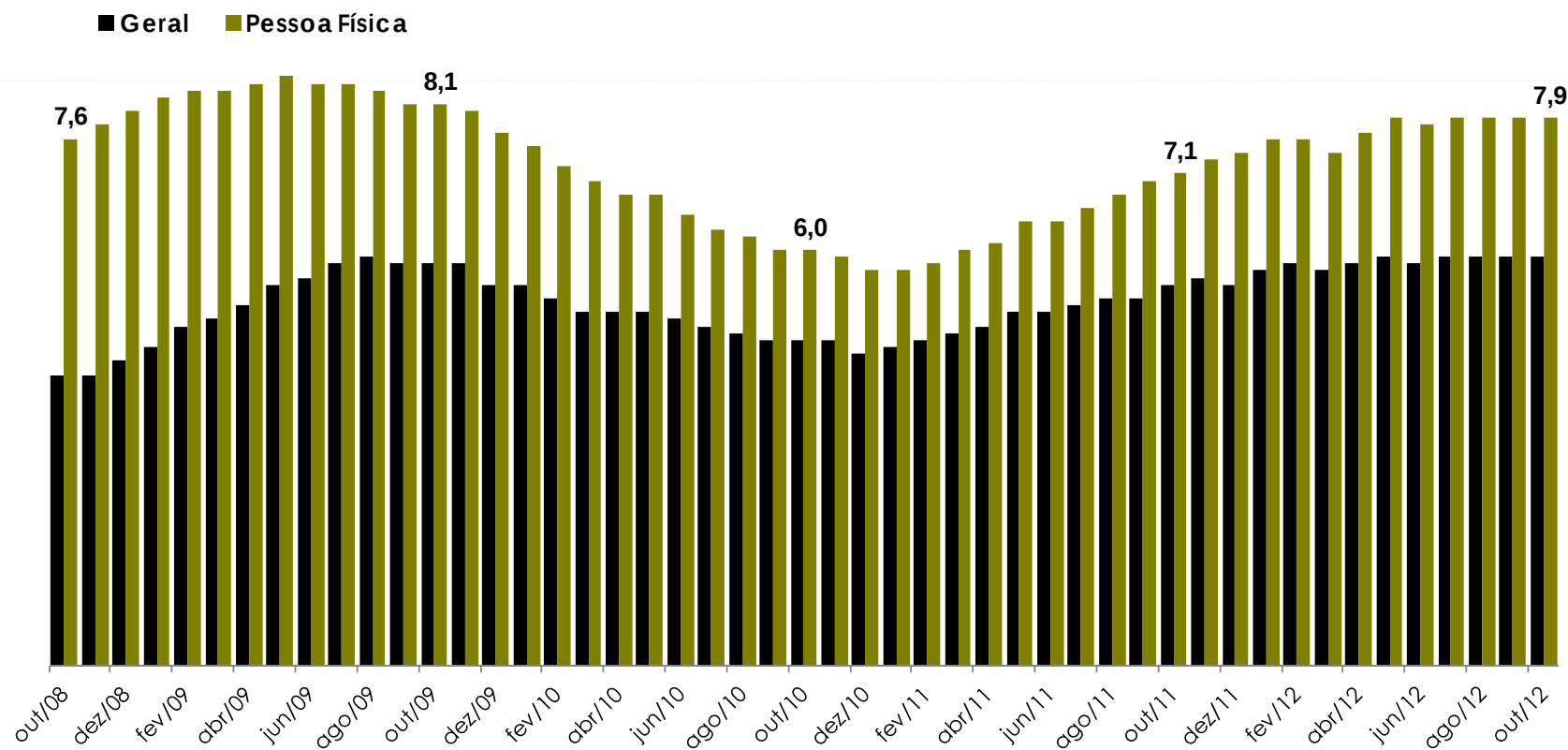
Fonte: PME – IBGE - Elaboração GSB
¹Massa de rendimento calculada com base na população ocupada e rendimento médio real habitual dos ocupados

Volume de crédito destinado às famílias Estoque

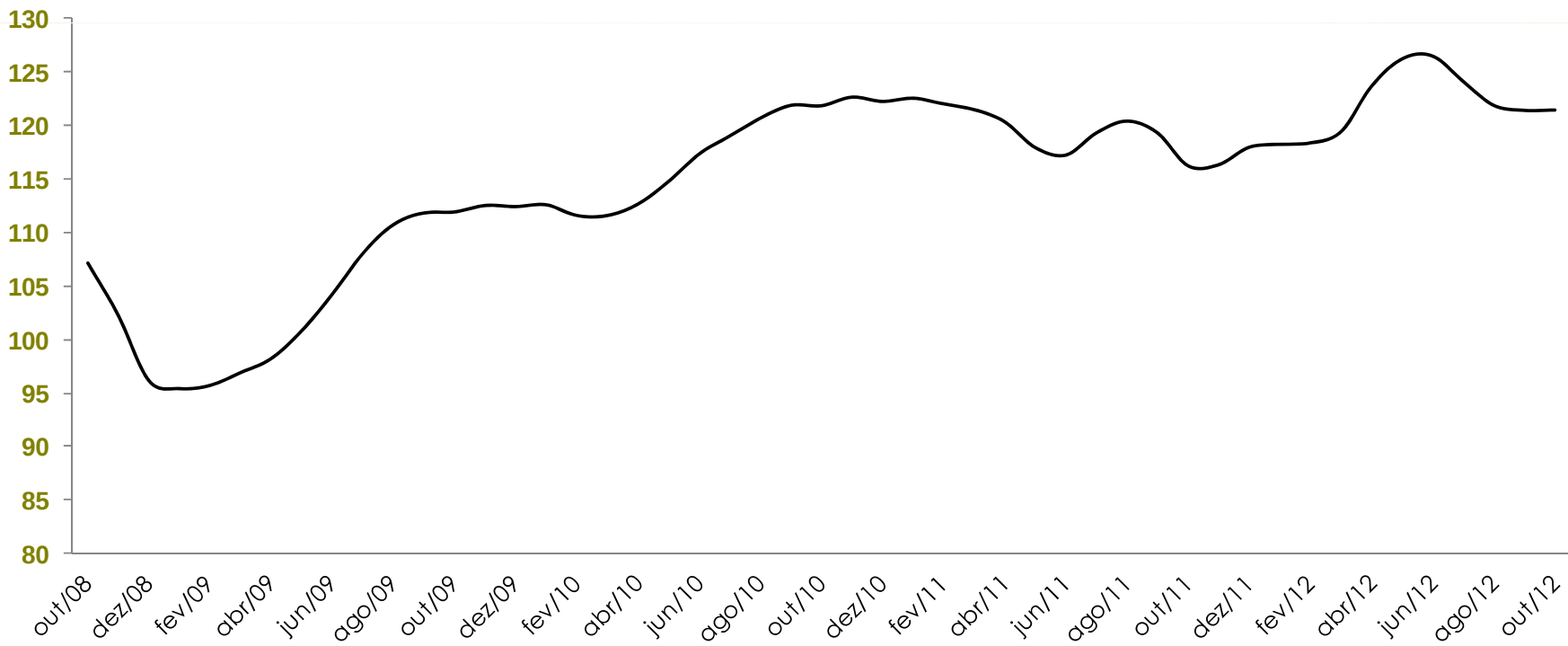


Taxa de Inadimplência

Geral e Pessoas Físicas

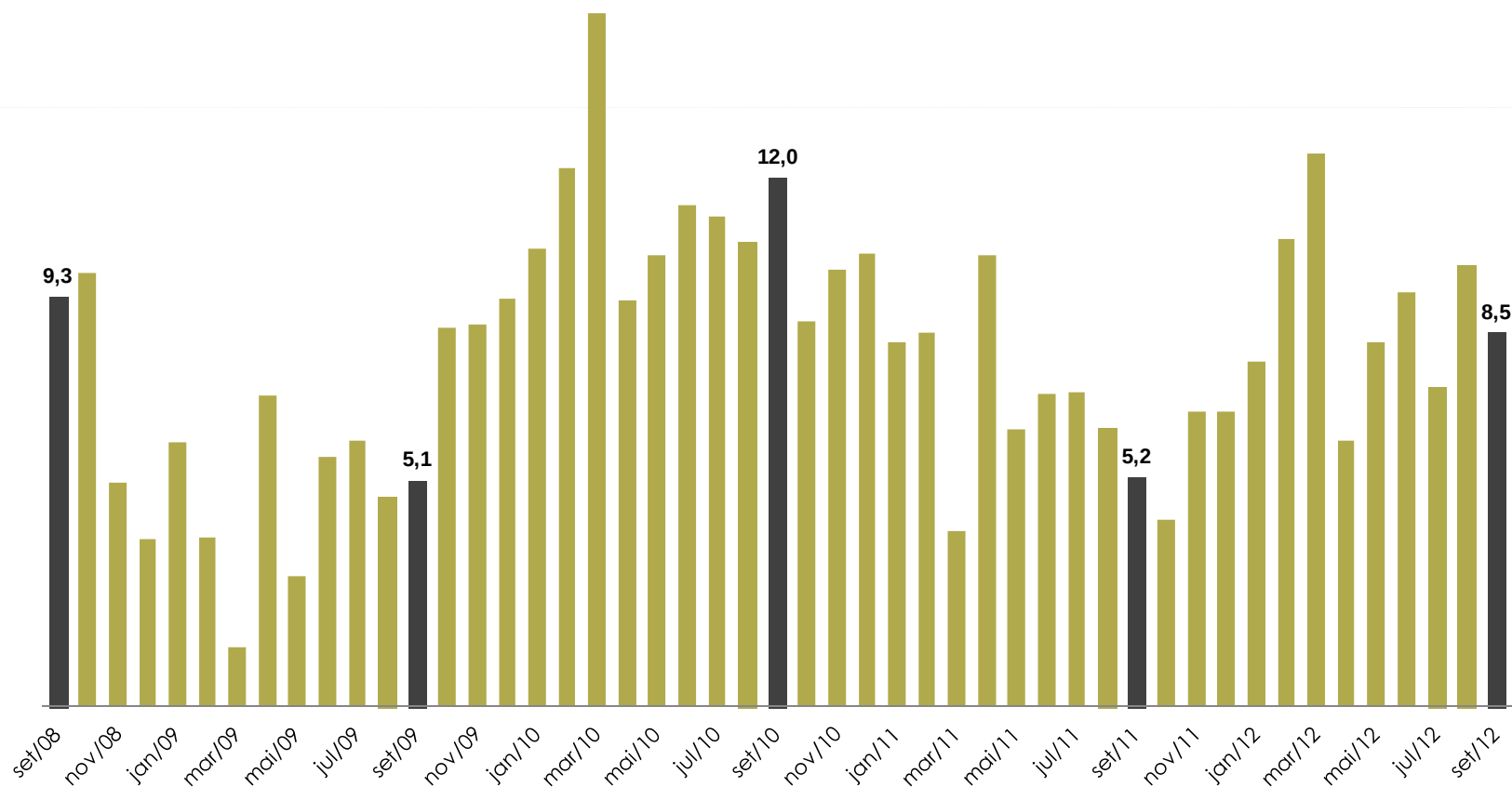


Índice de Confiança do Consumidor
média móvel trimestral



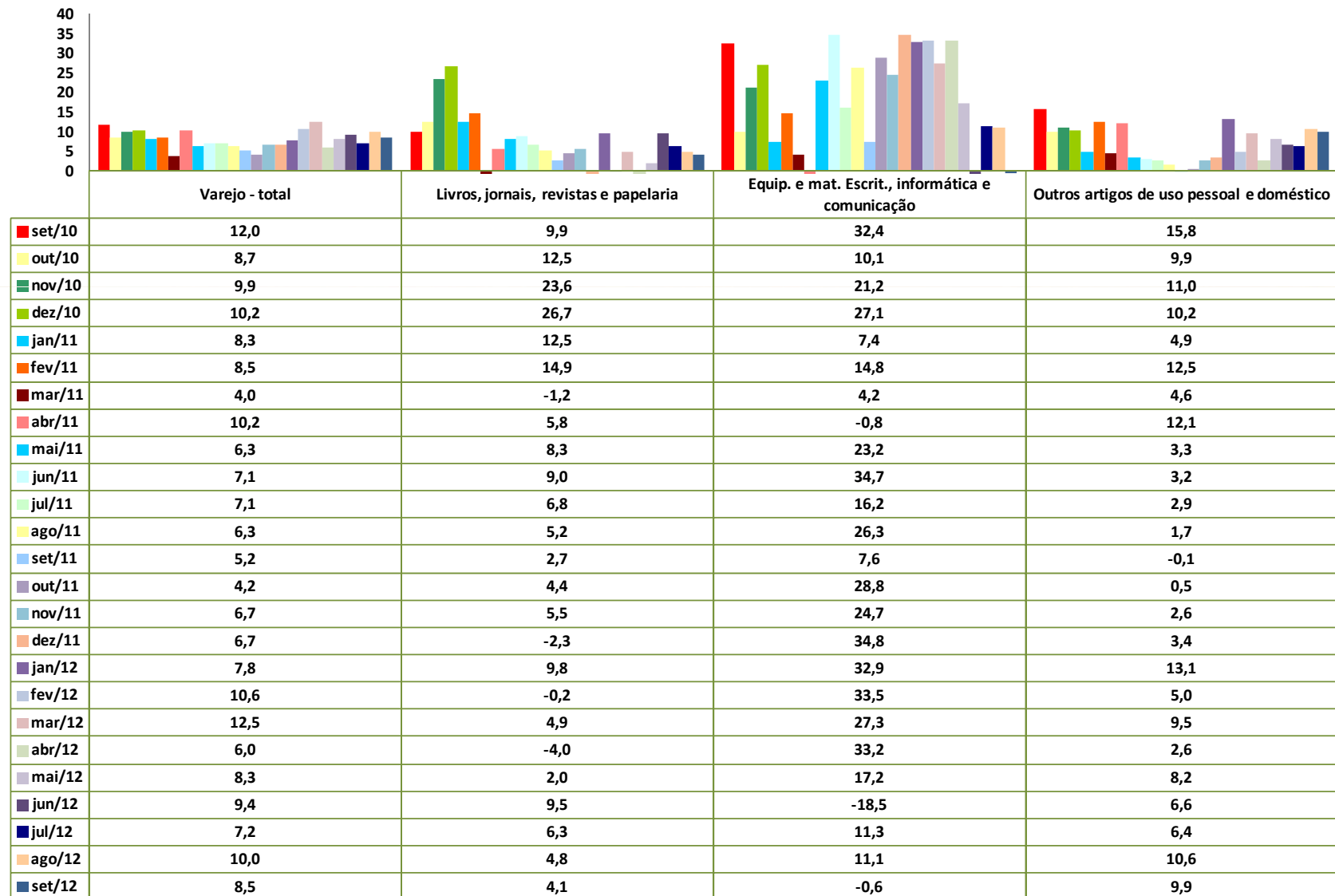
Desempenho do Comércio Varejista

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



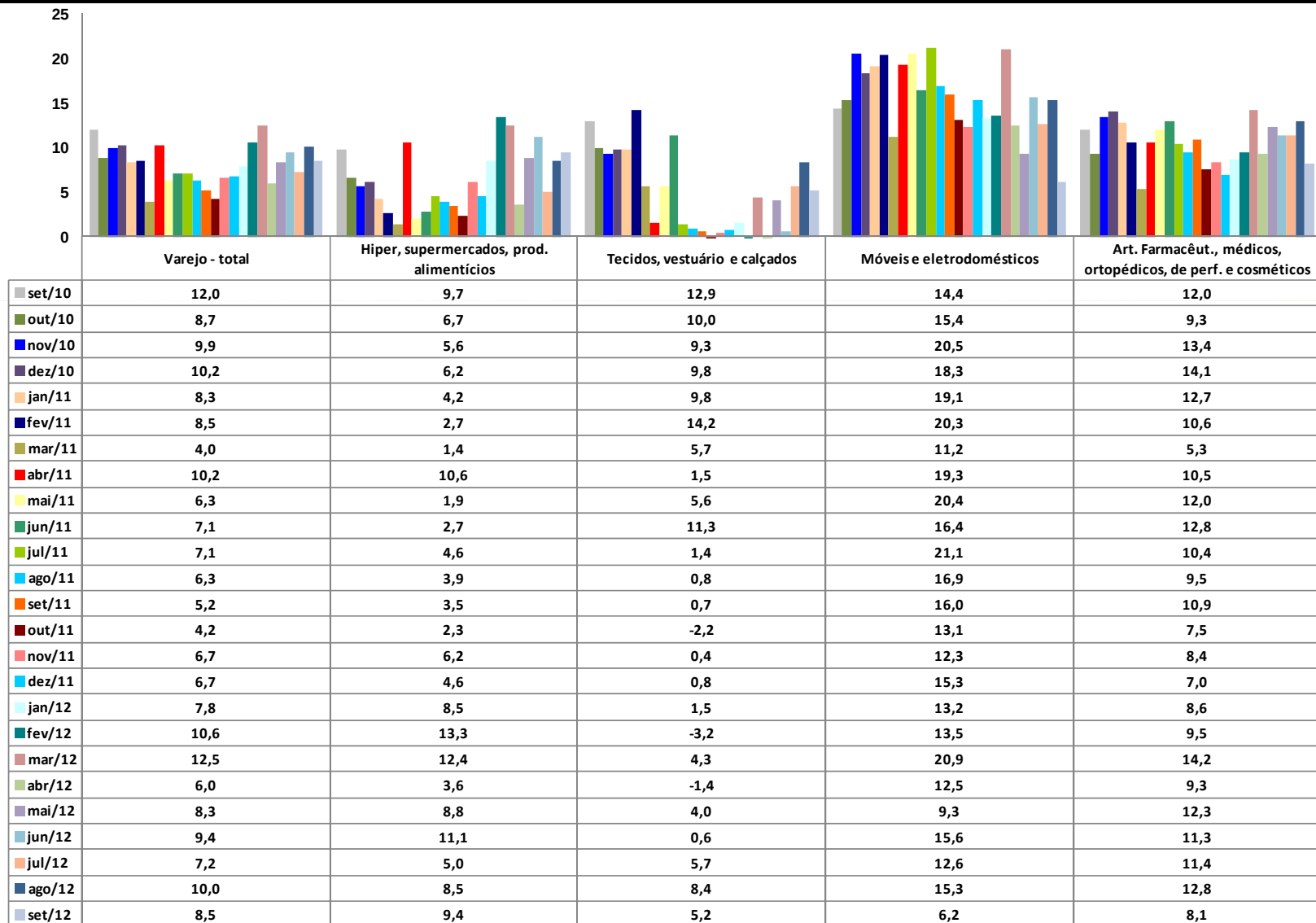
Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Set/10-Set/12



Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Set/10-Set/12



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 81,5%

- ICSC - “É um grupo de lojas de varejo, planejado, desenvolvido e gerido como uma operação única.”
- ABRASCE – “Um grupo de lojas de varejo com uma operação integrada e gerenciamento centralizado, ..., e pelo menos parte de sua receita de aluguel deve ser parte das receitas de vendas de varejo.”

General Shopping Brasil

Shopping Center	Part.	ABL Total (m²)	ABL Própria (m²)	Expansões ABL Própria (m²)
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	85,0%	14.140	12.019	-
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	-
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	100,0%	24.437	24.437	-
	81,5%	312.950	255.073	18.353

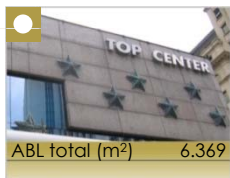
Greenfield	Part.	ABL Total (m²)	ABL Própria (m²)
Parque Shopping Sulacap	51,0%	29.932	15.265
Outlet Premium Salvador	98,0%	27.000	26.460
Outlet Premium Rio de Janeiro	98,0%	32.000	31.360
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
Parque Shopping Maia	96,5%	27.896	26.920
Parque Shopping Atibaia	100,0%	24.043	24.043
	89,9%	166.601	149.778

Distribuição Geográfica

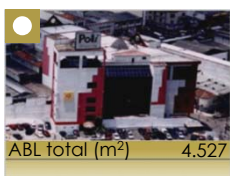
Internacional Shopping Guarulhos



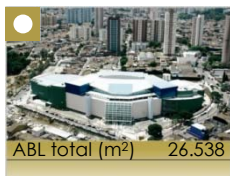
Top Center Shopping



Poli Shopping Guarulhos



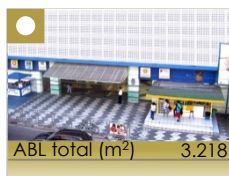
Santana Parque Shopping



Outlet Premium Rio de Janeiro



Poli Shopping Osasco



Suzano Shopping



Shopping Bonsucesso



Parque Shopping Atibaia



Outlet Premium Salvador



Shopping Light



Shopping do Vale



Outlet Premium São Paulo



Parque Shopping Maia



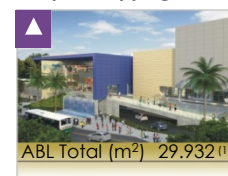
Parque Shopping Prudente



Cascavel JL Shopping



Parque Shopping Sulacap



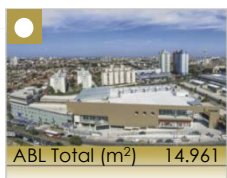
Parque Shopping Barueri



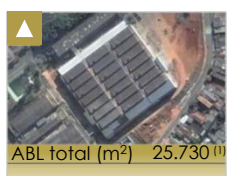
Auto Shopping



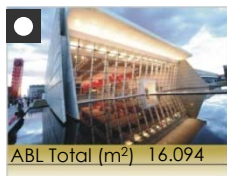
Unimart Shopping Campinas



Centro de Convenções



Outlet Premium Brasília



● Shopping em operação

▲ Shopping em construção

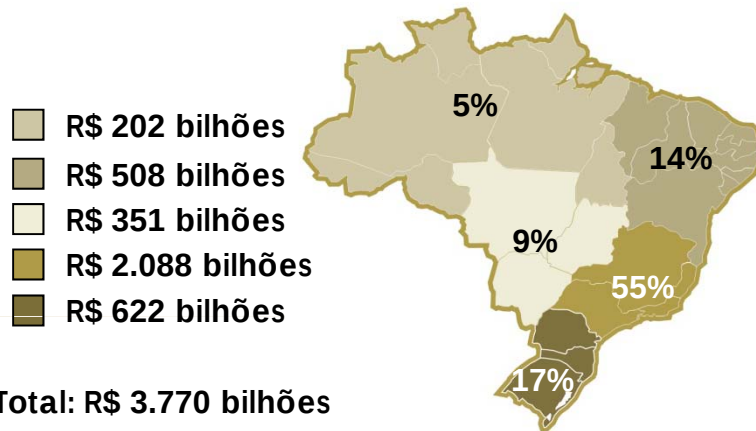
⁽¹⁾ Estimativa

Região	PIB	Varejo
Sul e Sudeste	72,6%	72,1%

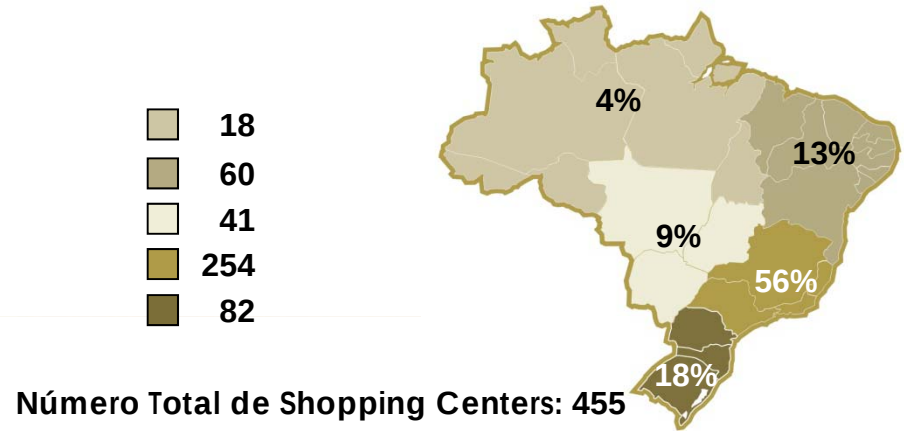
Fonte: IBGE 2010

Distribuição Geográfica

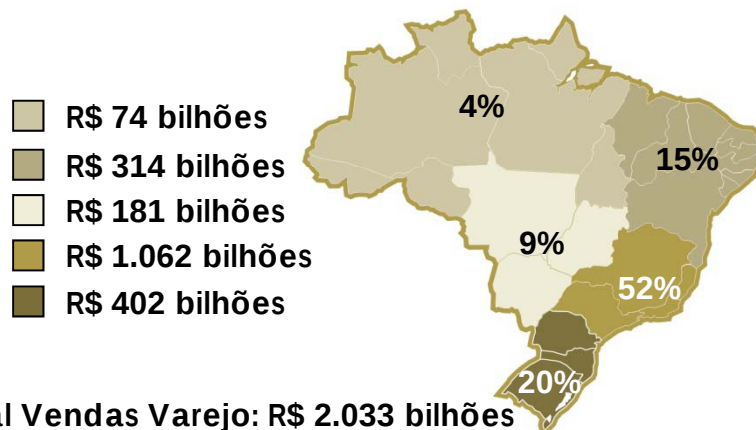
PIB⁽¹⁾



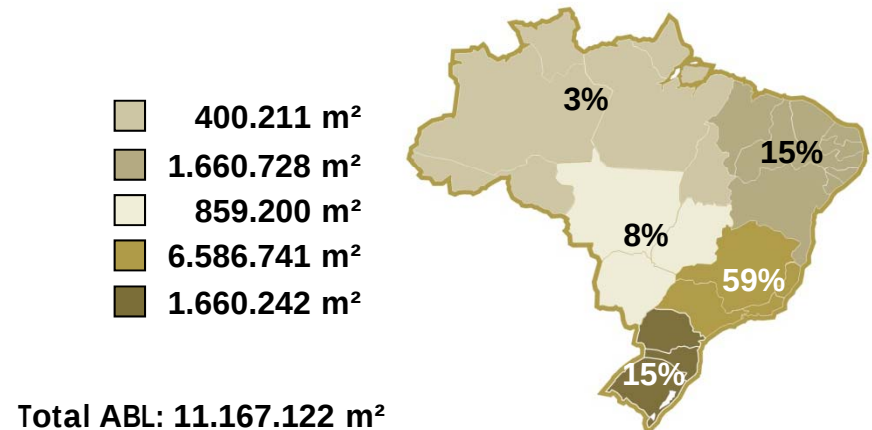
Número de Shopping Centers⁽²⁾



Vendas do Varejo⁽¹⁾



ABL⁽²⁾



⁽¹⁾ Fonte: IBGE 2010

⁽²⁾ Fonte: ABRASCE - dezembro de 2012

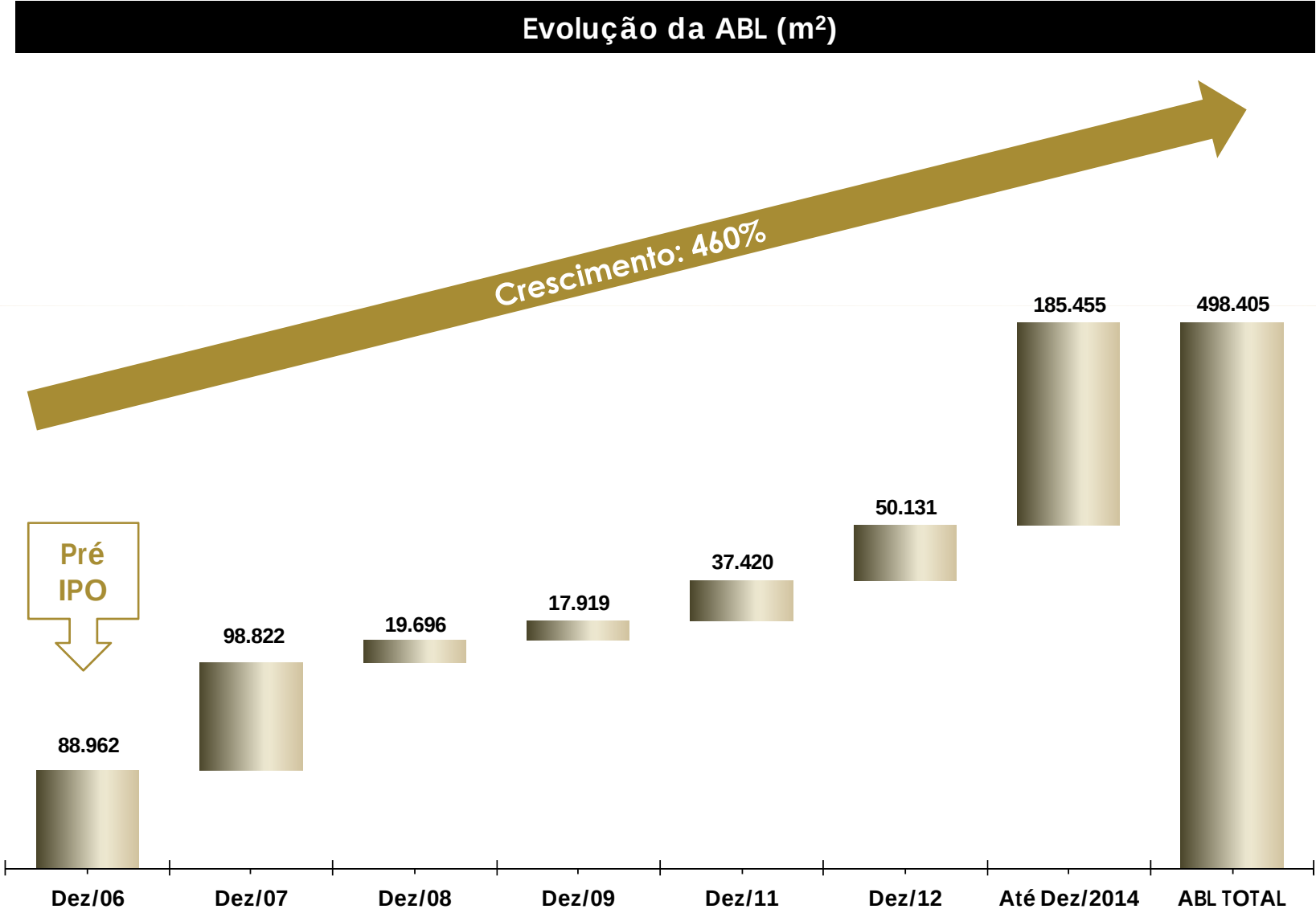
Estimado para 2015

Número de Shopping Centers



Total de ABL (m²)





Estratégia de Crescimento Diversificada

Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

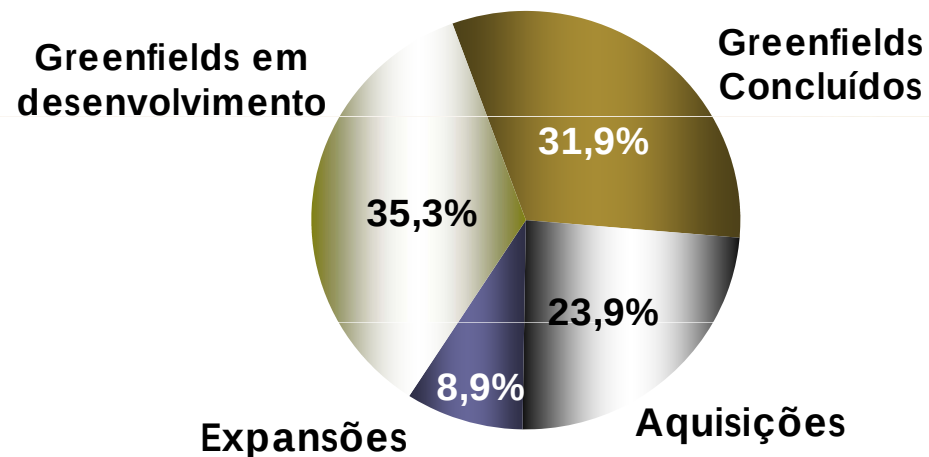
Expansão

- 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⁽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 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.

Ação: Suprimento de canais de venda de mercadorias excedentes com custos de ocupação adequados à operação de desconto

Outlet Premium São Paulo- Greenfield





Outlet Premium Brasília

Tipo: Greenfield

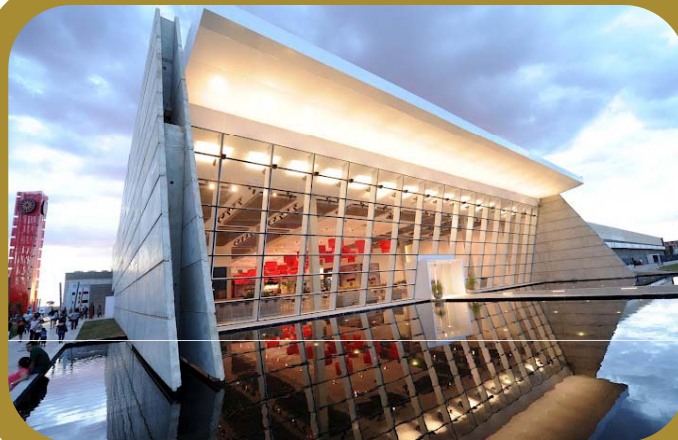
Participação: 50%

Área de influência (habitantes): Super Regional

Taxa de ocupação: 90% pré-comercializado – atual: 97%

Descrição: 2º Outlet do país. Localizado na rodovia que liga Brasília (DF) a Goiânia (GO), as duas maiores cidades do centro-oeste.

Outlet Premium Brasília





Outlet Premium Salvador

Tipo: Greenfield

Participação: 98%

Área de influência (habitantes): Super Regional

Descrição: Terceiro Outlet do país, com previsão de entrega para 2013. Localizado próximo a Salvador, a maior cidade do Nordeste, na rodovia de ligação ao litoral norte do estado, caminho dos resorts.

Outlet Premium Salvador - Greenfield





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.

Unimart Shopping Campinas – Lifestyle Case

Antes



Depois





Parque Shopping Prudente

Tipo: Vizinhança

Participação: 100%

% classe social B e C: 84%

Área de influência (habitantes): 800 mil

Expansão – Parque Shopping Prudente





Shopping Bonsucesso

Tipo: Vizinhança

Participação: 100%

ABL Total: 24.437 m²

Inauguração: 2006

Aquisição: 2012

Área de influência (habitantes): 753 mil

Aquisição – Shopping Bonsucesso



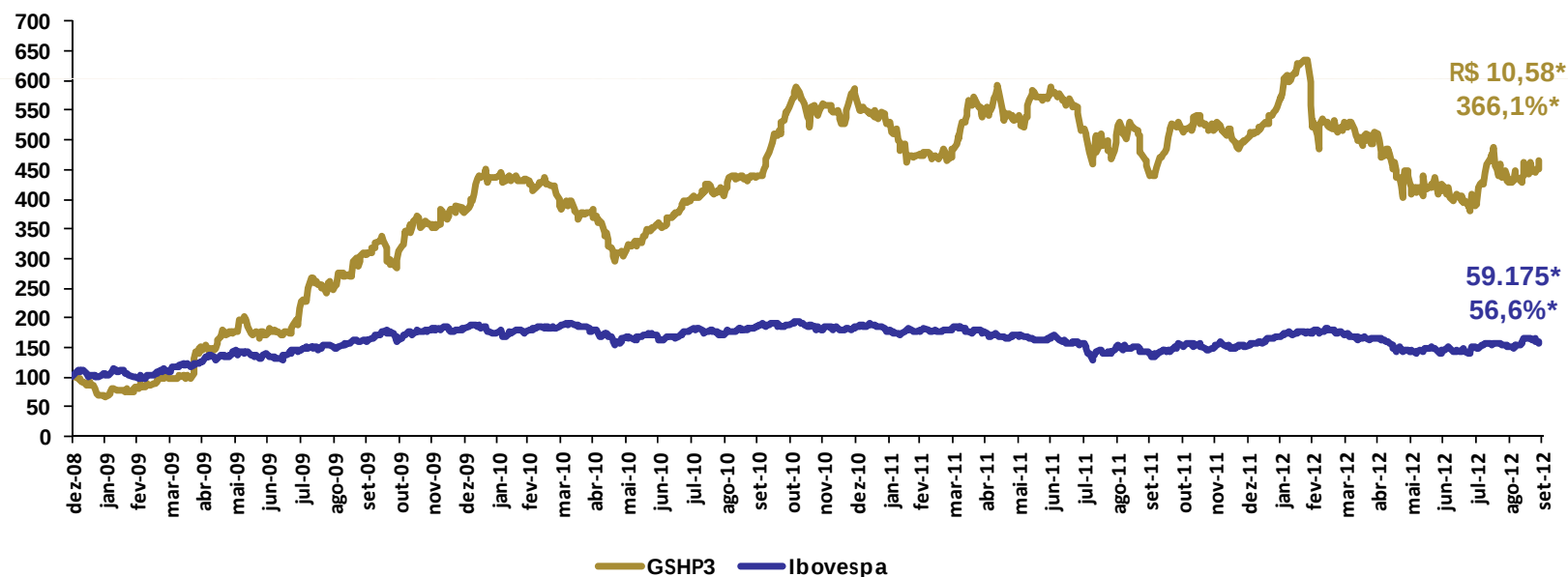
Serviços Complementares Crescentes

Atlas				Administração	Estacionamento	Água	Energia	
Participação	100%	Energy	► Responsável pelo suprimento de energia e locação de equipamento para transmissão e distribuição	ISG	✓	✓	✓	✓
				Auto	✓	✓	✓	✓
				Poli	✓	✓	✓	✓
				Light	✓	✓	✓	✓
	100%	Wass	► Responsável pelo planejamento do fornecimento de água, tratamento e distribuição	Santana	✓*	✓	✓	✓
				Suzano	✓	✓	✓	✓
	100%	I Park	► Controla e administra estacionamentos	Cascavel	✓	✓	✓	✓
				Prudente Parque	✓	✓	✓	✓
	100%	GSB Adm	► Administra as operações de shopping centers	Poli Shopping Osasco	✓	✓		
				Top Center	✓		✓	
	100%	ASG Adm	► Administra as operações do Auto Shopping	Do Vale	✓	✓	✓	✓
				Unimart Campinas	✓	✓	✓	✓
				Outlet Premium São Paulo	✓	✓	✓	✓
				Parque Shopping Barueri	✓	✓	✓	✓
				Outlet Premium Brasília	✓	✓	✓	✓
				Shopping Bonsucesso	✓	✓	✓	✓

Desempenho Acionário

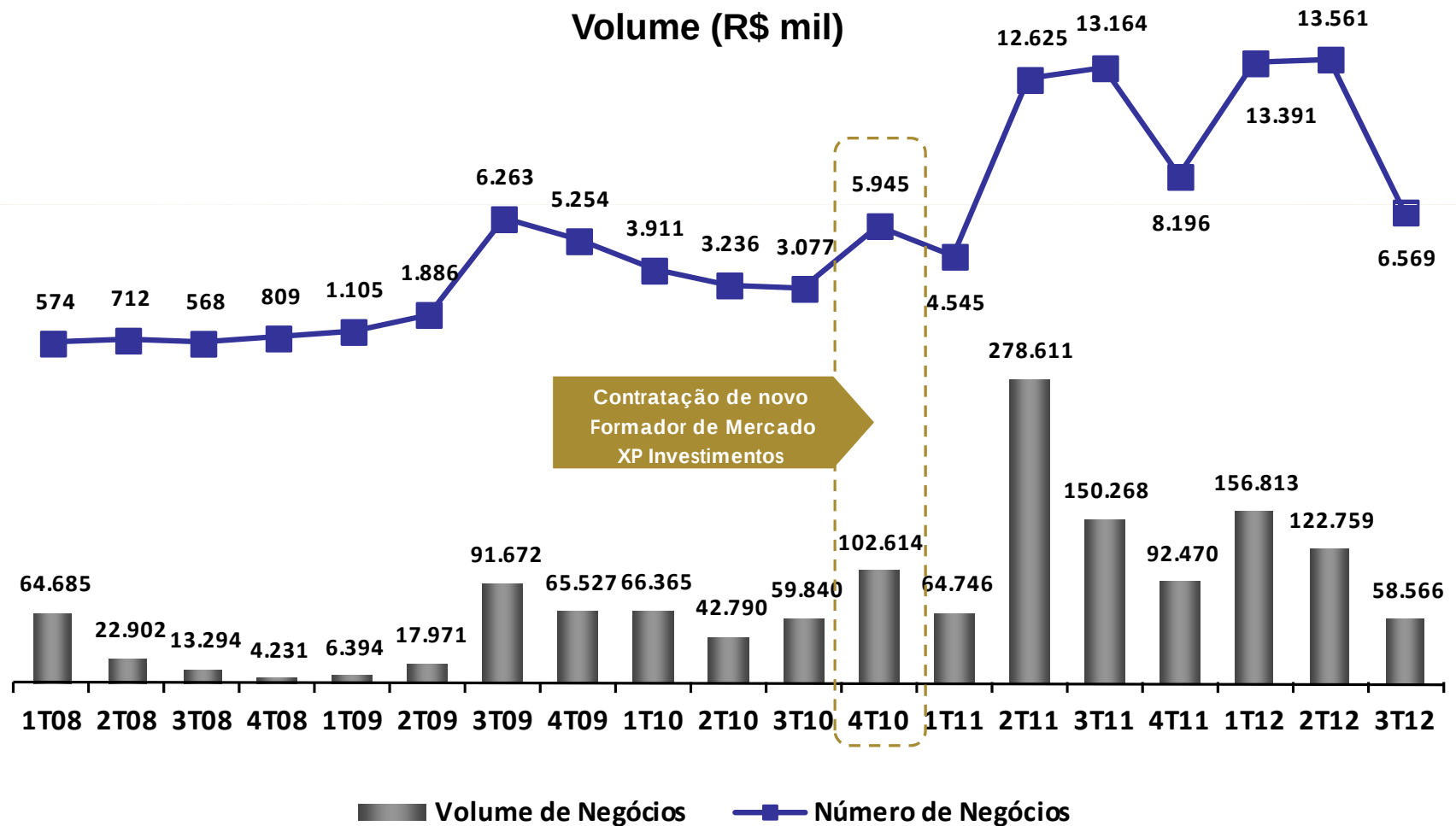
Desempenho Acionário

(Base 100 – 31/12/2008)

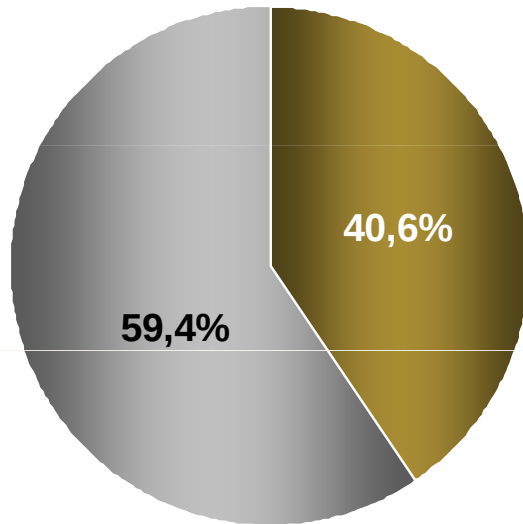


GSHP3

Volume (R\$ mil)



Estrutura Acionária



■ Free float ■ Controlador

	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	63,1% - Brasileiros
		32,1% - Estrangeiros
		4,8% - Varejo
Total	50.480.600	-

Listada desde Julho de 2007

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



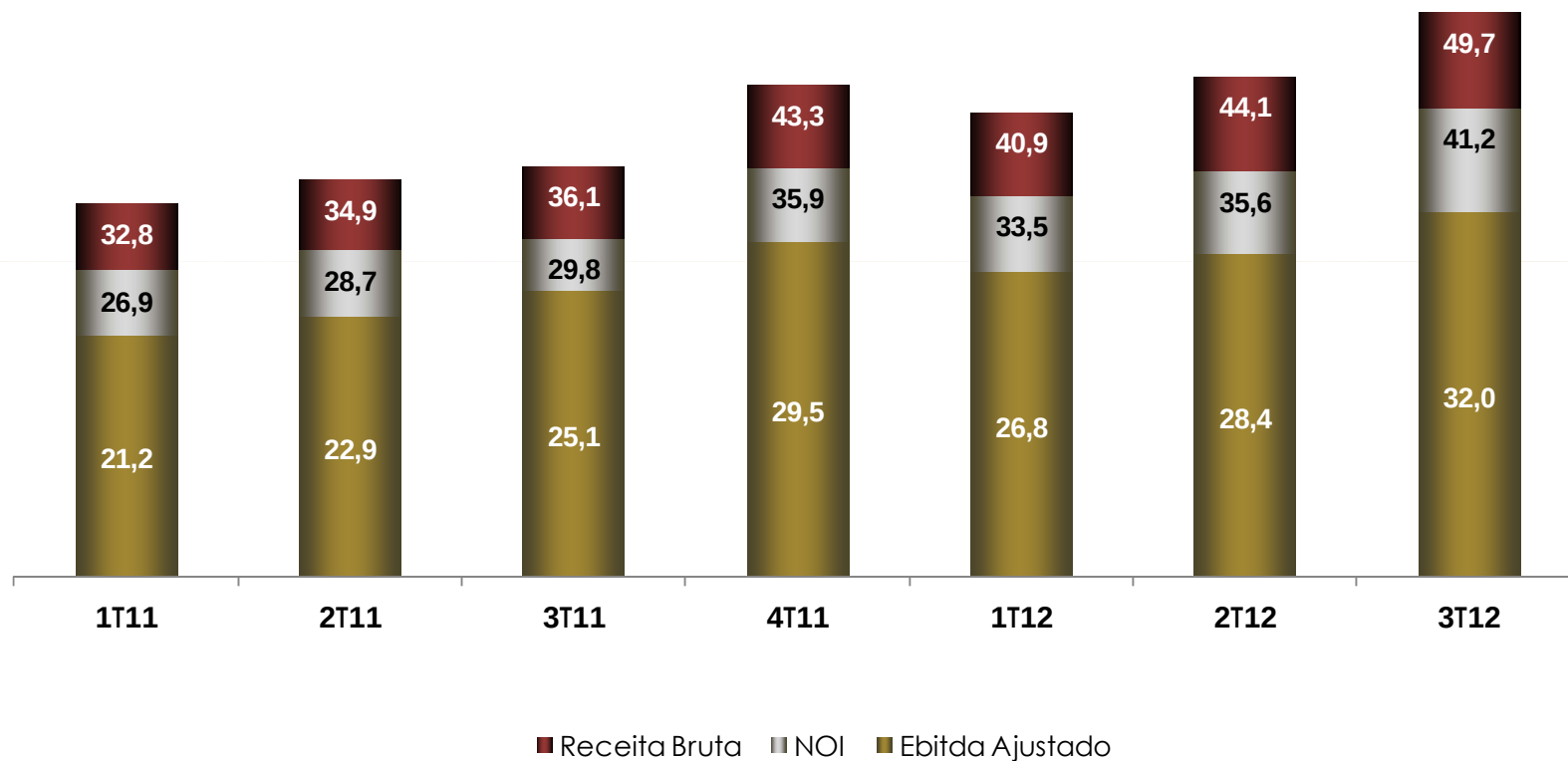
GeneralShopping^{BRASIL}

Desempenho Financeiro



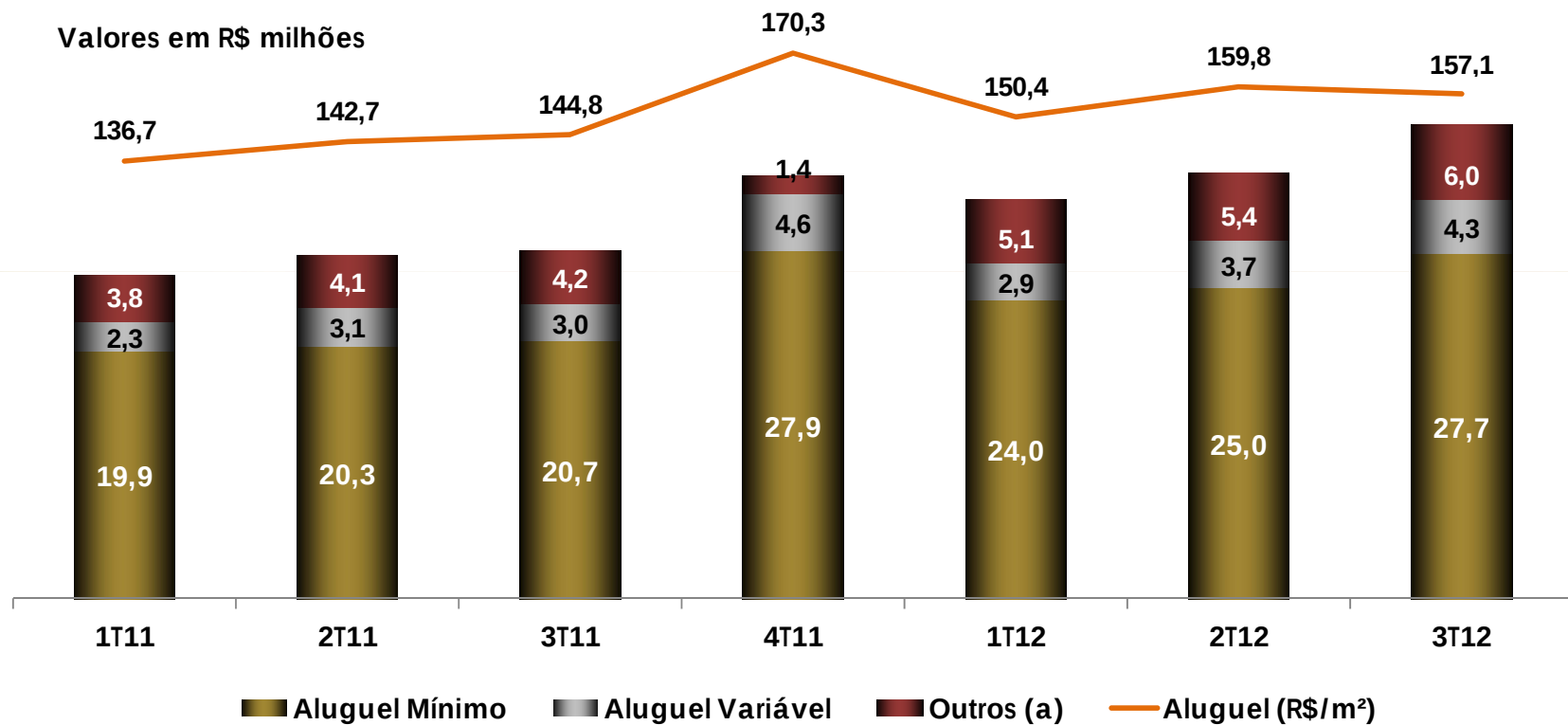
Receita Bruta, NOI e EBITDA Ajustado

Valores em R\$ milhões



	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12	3T12
Receita Bruta	32,8	34,9	36,1	43,3	40,9	44,1	49,7
NOI	26,9	28,7	29,8	35,9	33,5	35,6	41,2
Ebitda Ajustado	21,2	22,9	25,1	29,5	26,8	28,4	32,0
<i>NOI Margem</i>	87,8%	88,3%	88,1%	88,9%	88,0%	86,3%	89,0%
<i>Ebitda Margem</i>	69,3%	70,3%	74,4%	72,8%	70,4%	68,7%	69,2%

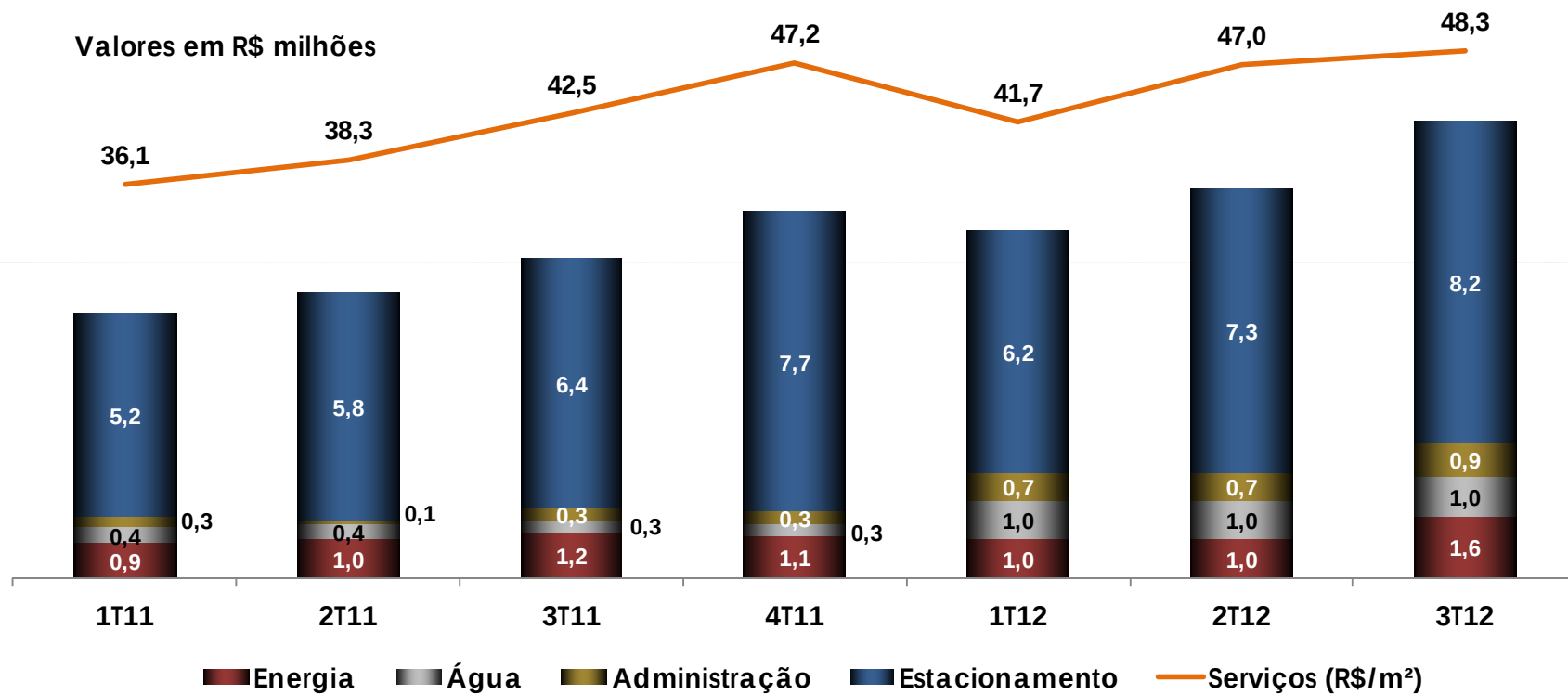
Receita Bruta de Aluguel



RECEITA DE ALUGUEL	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12	3T12
Aluguel Mínimo	19,9	20,3	20,7	27,9	24,0	25,0	27,7
Aluguel Variável	2,3	3,1	3,0	4,6	2,9	3,7	4,3
Outros ^(a)	3,8	4,1	4,2	1,4	5,1	5,4	6,0
<i>Taxa de Ocupação</i>	96,5%	96,5%	96,8%	96,4%	96,6%	96,4%	96,2%

(a) Inclui: Mall/Merchandising, Luvas e Linearização

Receita Bruta de Serviços



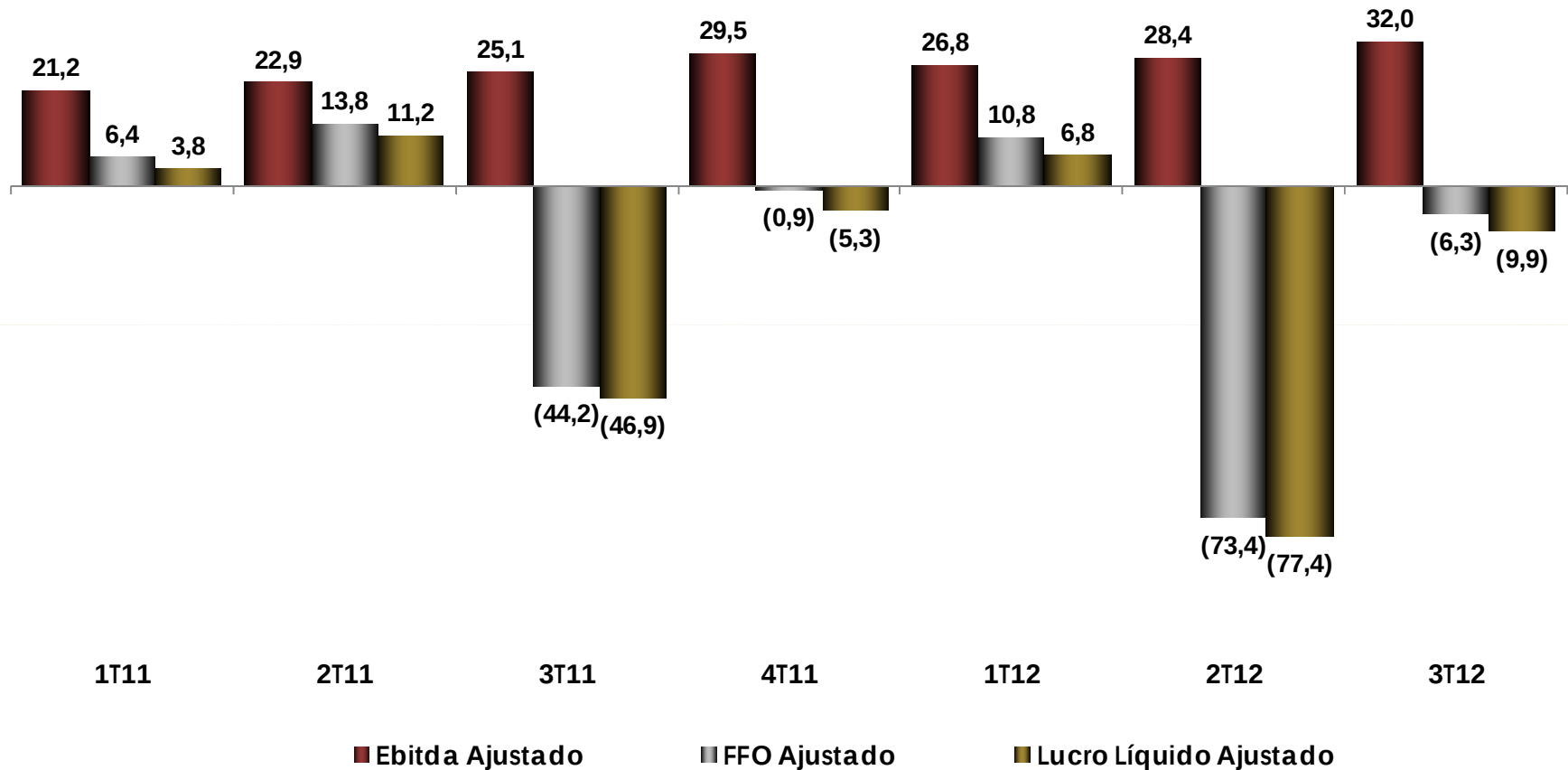
RECEITA DE SERVIÇOS	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12	3T12
Estacionamento	5,2	5,8	6,4	7,7	6,2	7,3	8,2
Energia	0,9	1,0	1,2	1,1	1,0	1,0	1,6
Água	0,4	0,4	0,3	0,3	1,0	1,0	1,0
Administração	0,3	0,1	0,3	0,3	0,7	0,7	0,9

Performance

Descrição	3T11	3T12	Var %	9M11	9M12	Var %
GSB (Total)						
ABL Média (m ²)	192.906	241.789	25,3%	191.971	222.589	15,9%
Aluguel (R\$/m ²)	144,83	157,14	8,5%	424,30	467,48	10,2%
Serviços (R\$/m ²)	42,48	48,30	13,7%	116,90	137,37	17,5%
Total (R\$/m²)	187,31	205,44	9,7%	541,20	604,85	11,8%

EBITDA, FFO e Lucro Líquido Ajustados

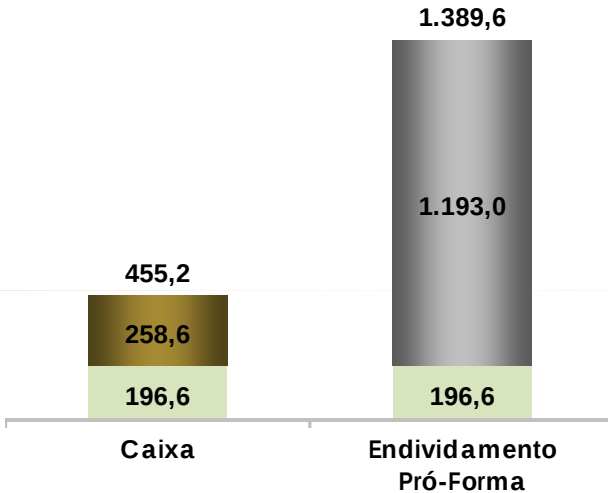
Valores em R\$ milhões



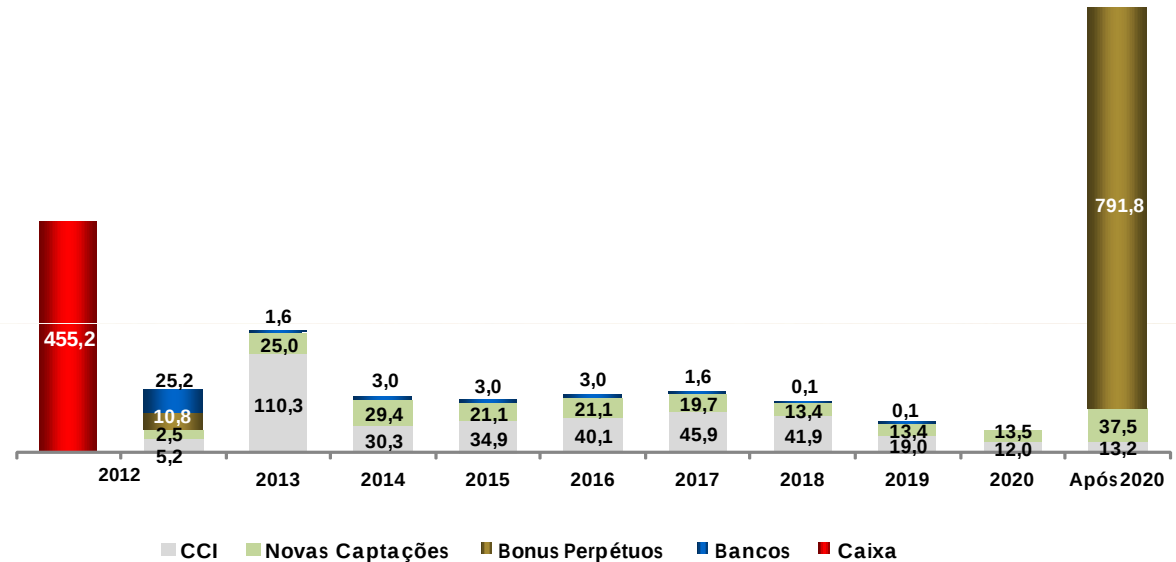
Dados	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12	3T12
Ebitda Ajustado	21,2	22,9	25,1	29,5	26,8	28,4	32,0
FFO Ajustado	6,4	13,8	(44,2)	(0,9)	10,8	(73,4)	(6,3)
Lucro Líquido Ajustado	3,8	11,2	(46,9)	(5,3)	6,8	(77,4)	(9,9)
Resultado Financeiro	11,1	4,8	65,7	26,6	12,5	93,4	32,6
IR/CS	3,7	4,2	3,6	3,8	3,5	8,4	5,7

Caixa X Endividamento - R\$ milhões*

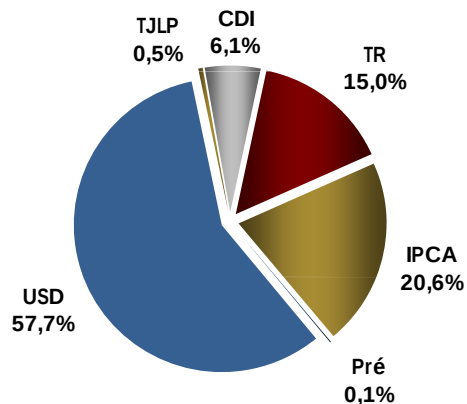
Caixa X Endividamento



CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO



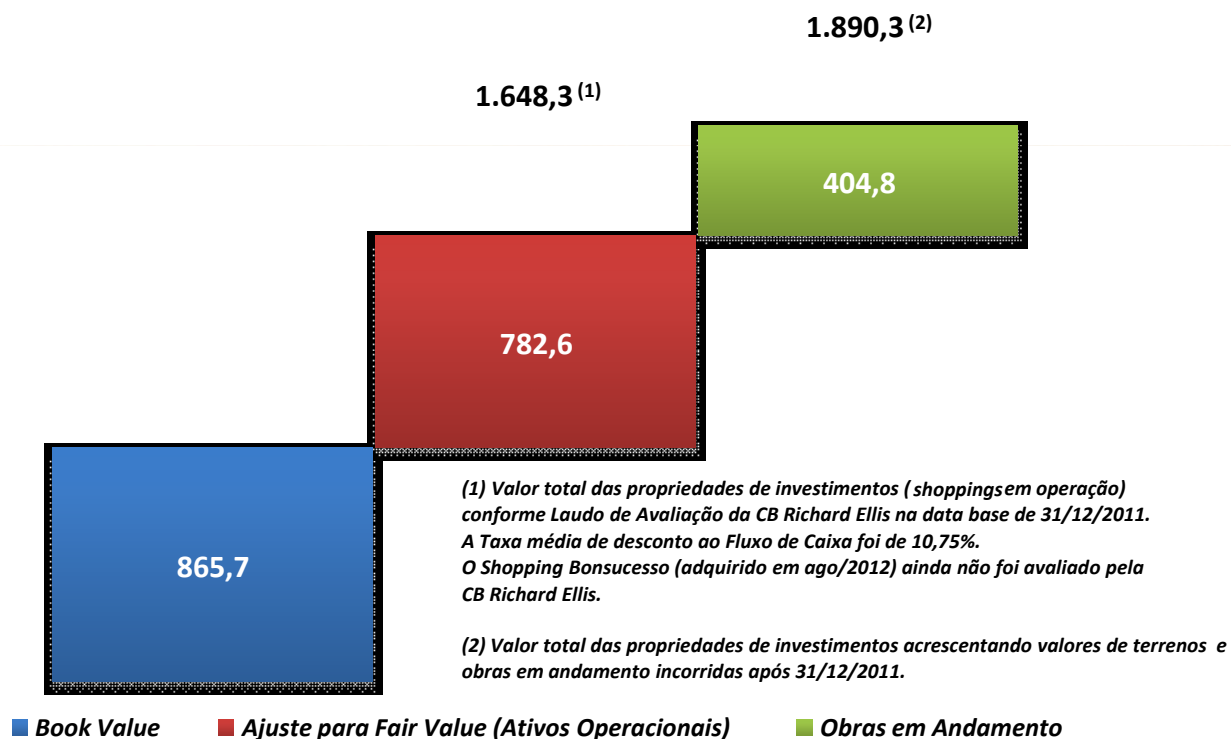
Composição do Endividamento



Cronograma de Amortização												
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Após 2020	Total	%
CCI	5,2	110,3	30,3	34,9	40,1	45,9	41,9	19,0	12,0	13,2	352,8	25,4%
Bancos	25,2	1,6	3,0	3,0	3,0	1,6	0,1	0,1	-	-	37,6	2,7%
Novas Captações	2,5	25,0	29,4	21,1	21,1	19,7	13,4	13,4	13,5	37,5	196,6	14,1%
Bonus Perpétuos	10,8	-	-	-	-	-	-	-	-	791,8	802,6	57,8%
Total	43,7	136,9	62,7	59,0	64,2	67,2	55,4	32,5	25,5	842,5	1.389,6	100,0%

* Posição de Caixa e Endividamento, considerando os valores das novas captações – R\$ 196,6 milhões

Propriedade de Investimentos





RELAÇÕES COM INVESTIDORES GSB

Alessandro Poli Veronezi

Diretor de RI

Marcio Snioka

Superintendente de RI

11 3159-5100

dri@generalshopping.com.br

www.generalshopping.com.br