GeneralShopping BRASIL



GSHP3 NOVO MERCADO

IGC

ITAG

abrasca

apimec SP

ASSOCIAÇÃO DOS ANALISTAS E PROFISSIONAIS DE INVESTIMENTO DO MERCADO DE CAPITAIS

2013

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.

Agenda

GeneralShopping

Panorama do Setor

Visão Geral da GSB

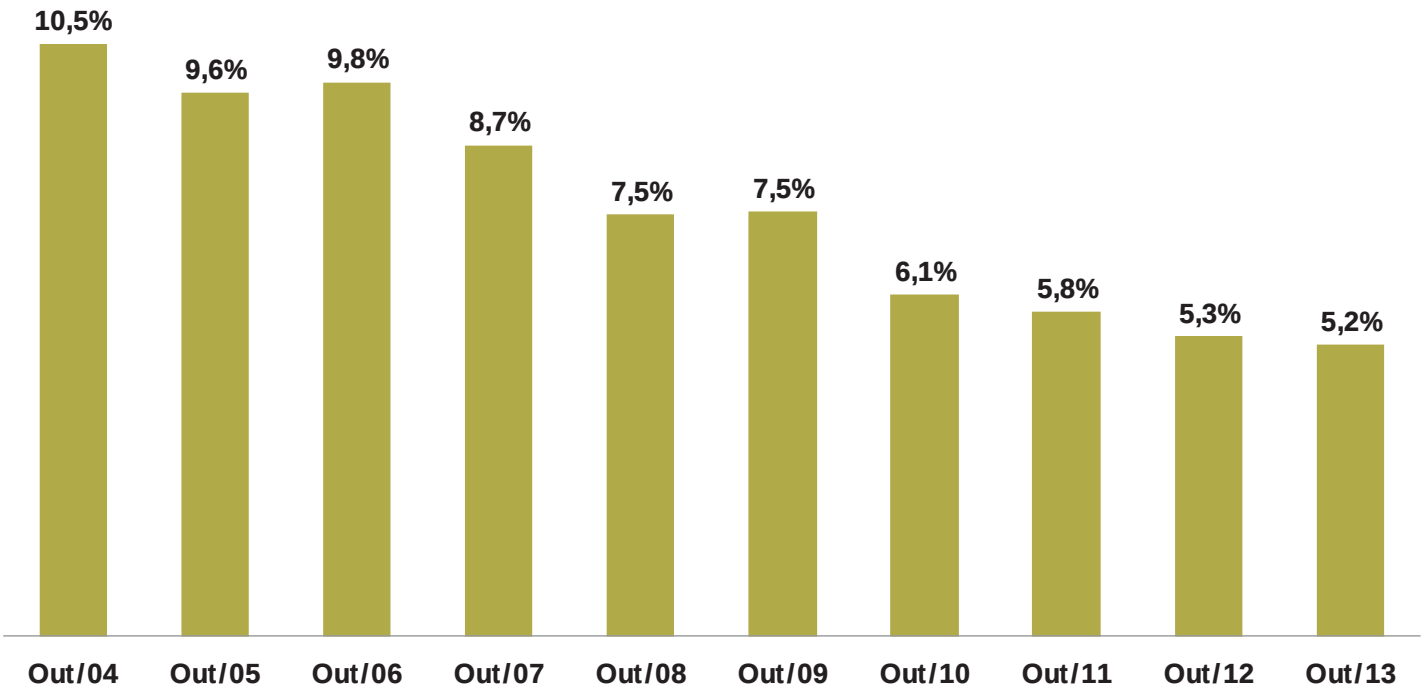
Desempenho Financeiro

GeneralShopping BRASIL

Panorama do Setor

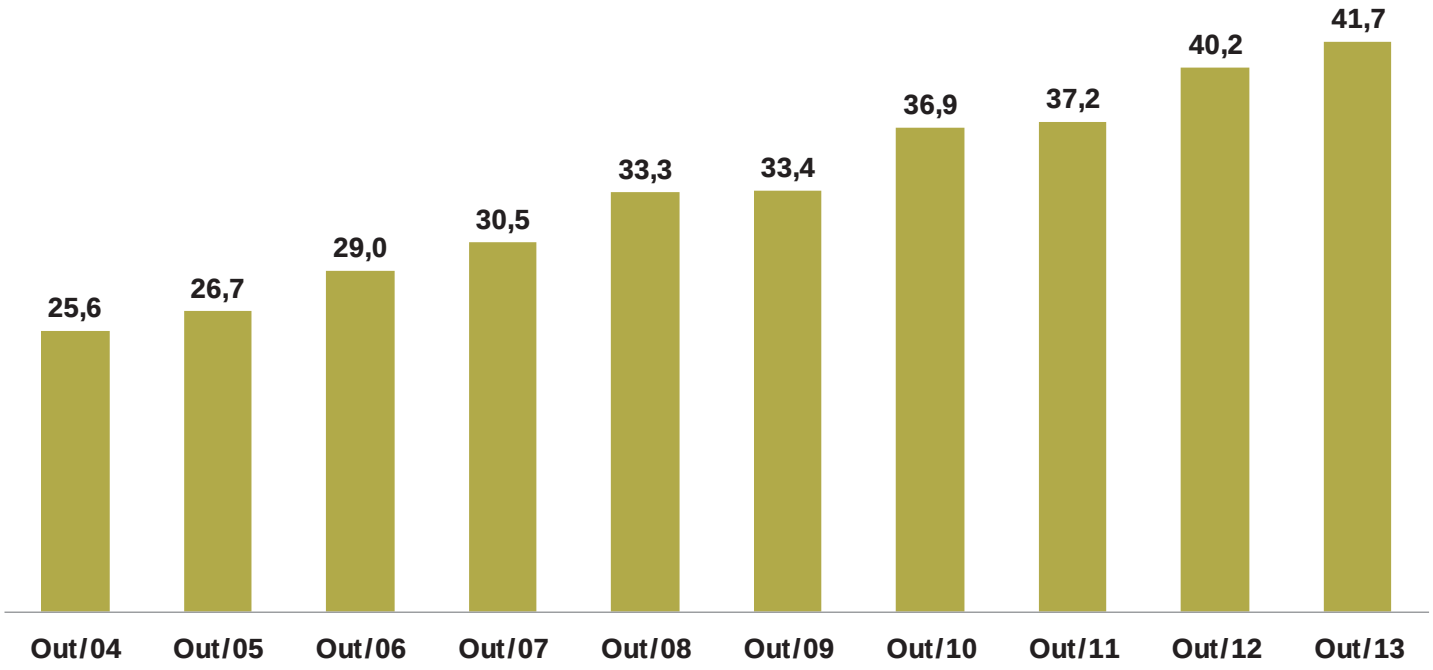


Evolução da taxa de desocupação para os meses de outubro



Fonte: PME – IBGE
Elaboração GSB

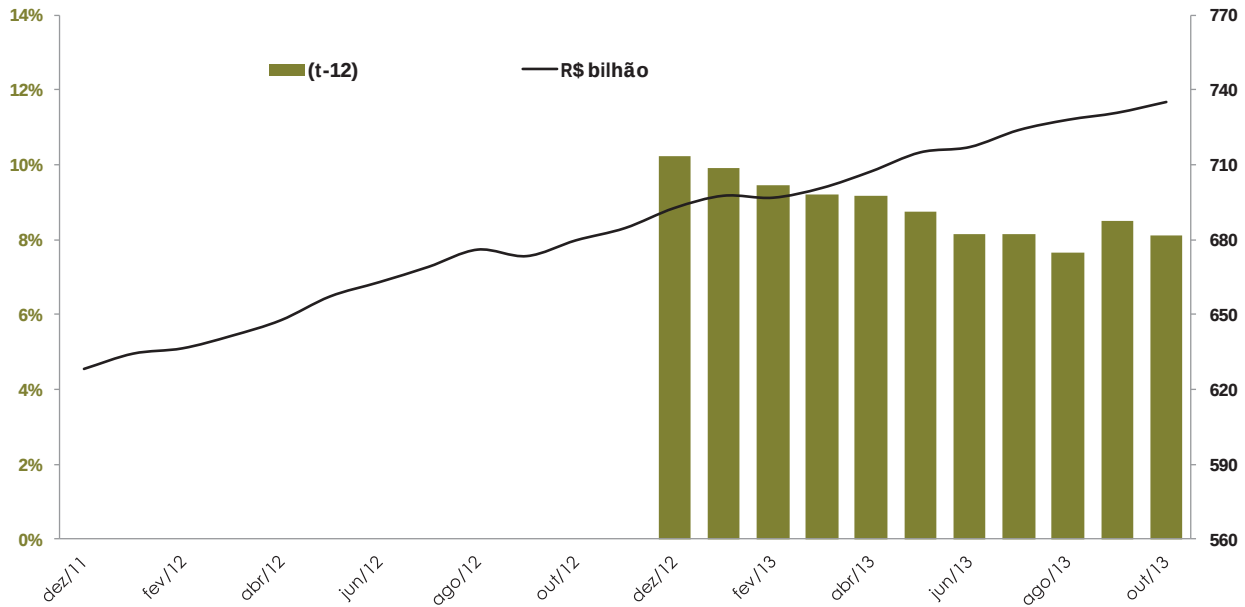
Massa de rendimento real habitual dos ocupados[1]
R$ bilhão



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

Volume de crédito destinado às famílias

Estoque

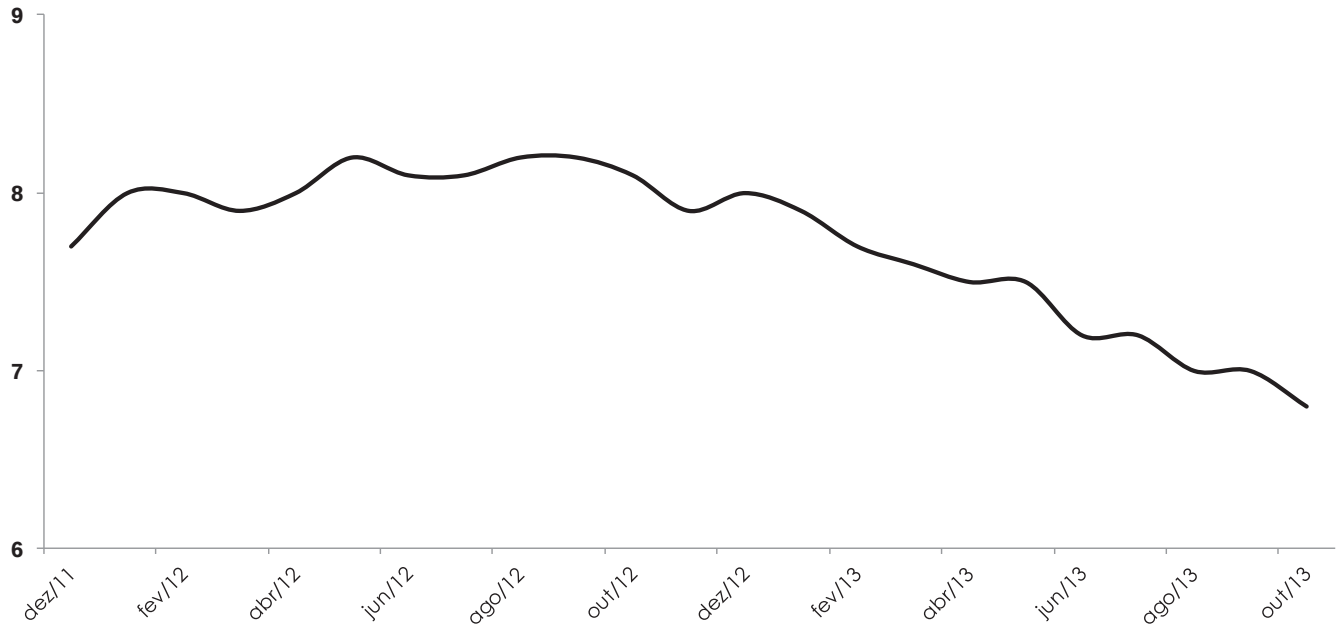


Fonte: Banco Central
Elaboração: GSB

GeneralShopping

Taxa de Inadimplência

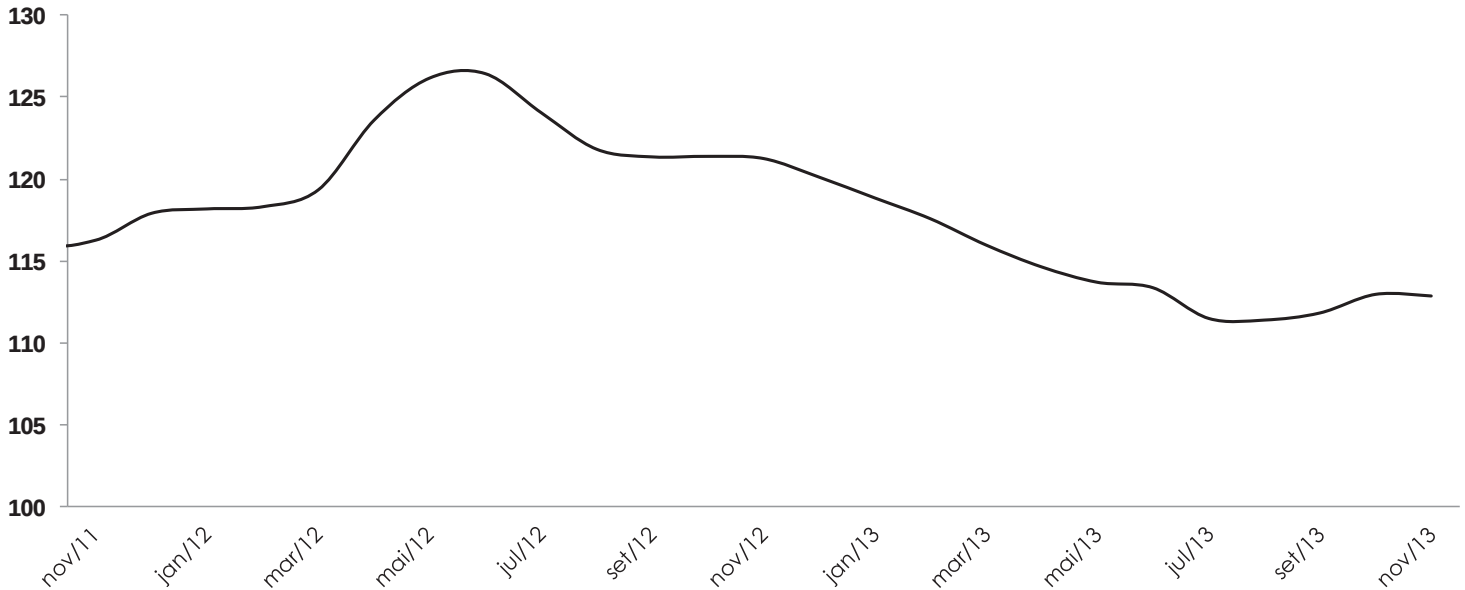
Pessoas Físicas - %



Fonte: Banco Central
Elaboração: GSB

Índice de Confiança do Consumidor

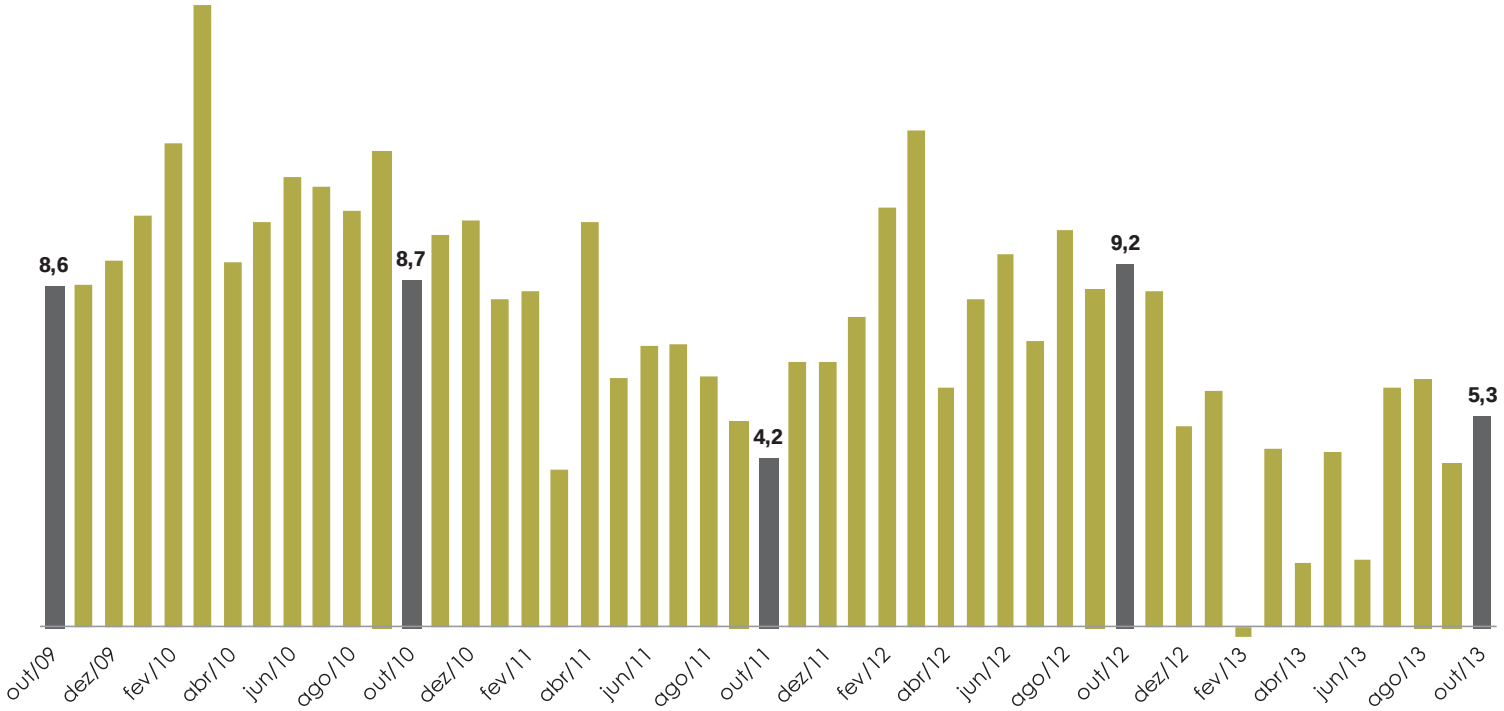
média móvel trimestral



Fonte: Fundação Getúlio Vargas - FGV
Elaboração: GSB

Desempenho do Comércio Varejista

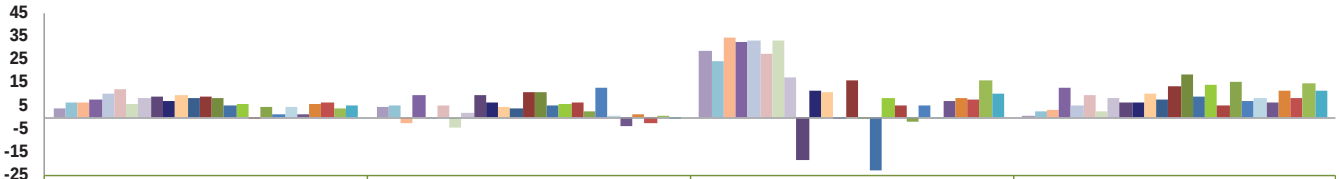
variação frente ao mesmo mês do ano anterior - volume de vendas - %



Fonte: PMC - IBGE
Elaboração: GSB

Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Out/11-Out/13

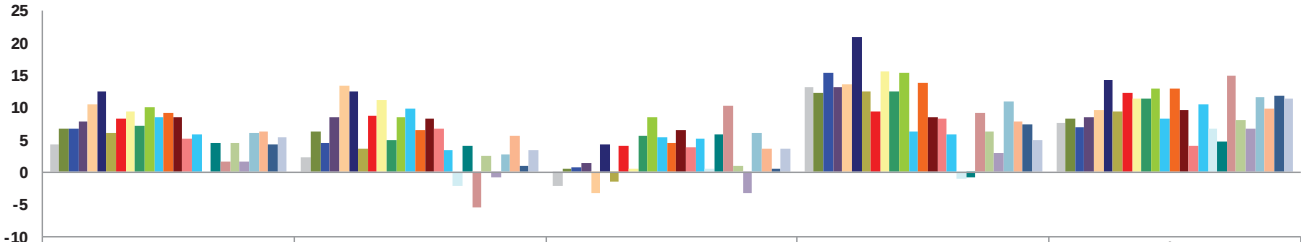


	Varejo - total	Livros, jornais, revistas e papelaria	Equip. e mat. Escrit., informática e comunicação	Outros artigos de uso pessoal e doméstico
out/11	4,2	4,4	28,8	0,5
nov/11	6,7	5,5	24,7	2,6
dez/11	6,7	-2,3	34,8	3,4
jan/12	7,8	9,8	32,9	13,1
fev/12	10,6	-0,2	33,5	5,0
mar/12	12,5	4,9	27,3	9,5
abr/12	6,0	-4,0	33,2	2,6
mai/12	8,3	2,0	17,2	8,2
jun/12	9,4	9,5	-18,5	6,6
jul/12	7,2	6,3	11,3	6,4
ago/12	10,0	4,8	11,1	10,6
set/12	8,5	4,1	-0,4	7,5
out/12	9,2	11,1	16,1	13,6
nov/12	8,5	11,2	-0,8	18,5
dez/12	5,1	5,4	-23,0	9,0
jan/13	5,9	6,1	8,7	14,0
fev/13	-0,3	6,3	5,2	5,5
mar/13	4,5	2,4	-2,0	15,4
abr/13	1,6	12,8	5,2	7,1
mai/13	4,4	0,7	-0,4	8,4
jun/13	1,7	-3,5	6,9	6,8
jul/13	6,0	1,5	8,3	11,7
ago/13	6,2	-2,1	7,9	8,6
set/13	4,3	0,1	16,0	14,9
out/13	5,3	-0,6	10,5	11,9

Fonte: IBGE
Elaboração: GSB

Crescimento do Varejo

Desempenho do Setor Varejista: Variação Mensal (vs. mesmo mês do ano anterior) do Volume de Vendas - Out/11-Out/13



	Varejo - total	Hiper, supermercados, prod. alimentícios	Tecidos, vestuário e calçados	Móveis e eletrodomésticos	Art. Farmacêut., médicos, ortopédicos, de perf. e cosméticos
out/11	4,2	2,3	-2,2	13,1	7,5
nov/11	6,7	6,2	0,4	12,3	8,4
dez/11	6,7	4,6	0,8	15,3	7,0
jan/12	7,8	8,5	1,5	13,2	8,6
fev/12	10,6	13,3	-3,2	13,5	9,5
mar/12	12,5	12,4	4,3	20,9	14,2
abr/12	6,0	3,6	-1,4	12,5	9,3
mai/12	8,3	8,8	4,0	9,3	12,3
jun/12	9,4	11,1	0,6	15,6	11,3
jul/12	7,2	5,0	5,7	12,6	11,4
ago/12	10,0	8,5	8,4	15,3	12,8
set/12	8,5	9,9	5,4	6,2	8,2
out/12	9,2	6,6	4,5	13,8	13,0
nov/12	8,5	8,3	6,5	8,5	9,6
dez/12	5,1	6,8	3,8	8,4	4,1
jan/13	5,9	3,3	5,2	5,8	10,6
fev/13	-0,3	-2,1	0,5	-1,0	6,8
mar/13	4,5	4,1	5,8	-0,8	4,8
abr/13	1,6	-5,4	10,3	9,1	14,9
mai/13	4,4	2,6	1,0	6,3	8,2
jun/13	1,7	-0,7	-3,2	2,9	6,7
jul/13	6,0	2,7	6,0	11,0	11,6
ago/13	6,2	5,6	3,7	7,9	9,8
set/13	4,3	1,0	0,4	7,4	11,9
out/13	5,3	3,3	3,5	5,0	11,4

Fonte: IBGE
Elaboração: GSB

GeneralShopping BRASIL

Visão Geral da GSB



Diferenciais

- Companhia com foco mercadológico e abordagem do varejo
- Classes de consumidores B e C como alvo
- Inovação em serviços complementares
- Participação majoritária: média de 75,3%

- 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%	76.845	76.845	-
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	63,5%	24.437	15.517	-
Outlet Premium Salvador	50,0%	14.964	7.482	-
Parque Shopping Sulacap	51,0%	29.059	14.820	-
	75,3%	357.860	269.342	18.353

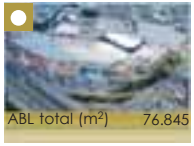
Greenfield	Part.	ABL Total (m²)	ABL Própria (m²)
Outlet Premium Rio de Janeiro*	98,0%	32.000	31.360
Parque Shopping Maia	60,0%	30.492	18.295
Parque Shopping Atibaia	100,0%	24.043	24.043
Centro de Convenções	100,0%	25.730	25.730
	88,6%	112.265	99.428

*Empresa pode vender até 48% para a BR Partners.

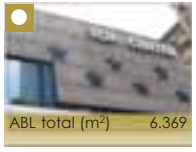
Distribuição Geográfica

GeneralShopping

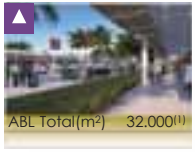
Internacional Shopping Guarulhos



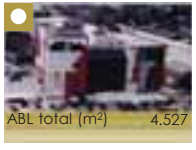
Top Center Shopping



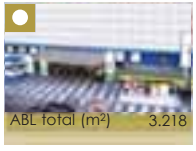
Outlet Premium Rio de Janeiro



Poli Shopping Guarulhos



Poli Shopping Osasco



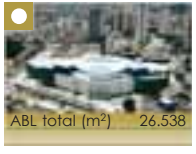
Shopping em operação

Shopping em construção

Outlet Premium Salvador



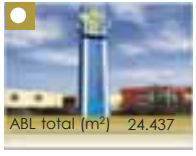
Santana Parque Shopping



Suzano Shopping



Shopping Bonsucesso



Parque Shopping Atibaia



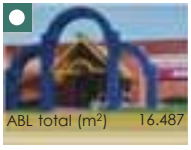
Região	PIB	Varejo
Sul e Sudeste	71,6%	72,3%

Fonte: IBGE 2011

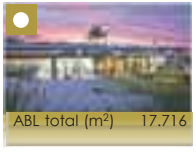
Shopping Light



Shopping do Vale



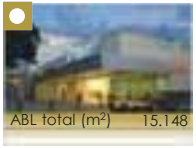
Outlet Premium São Paulo



Parque Shopping Maia



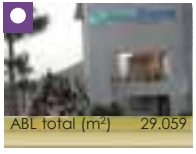
Parque Shopping Prudente



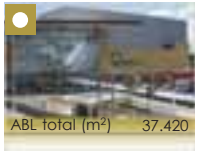
Cascavel JL Shopping



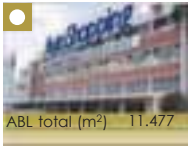
Parque Shopping Sulacap



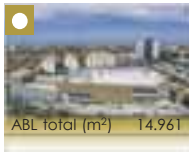
Parque Shopping Barueri



Auto Shopping



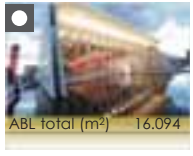
Unimart Shopping Campinas



Centro de Convenções



Outlet Premium Brasília

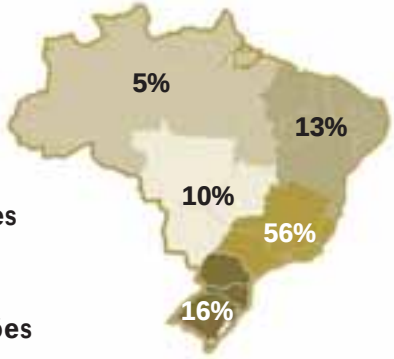


(1) Estimativa

Distribuição Geográfica

PIB[1]

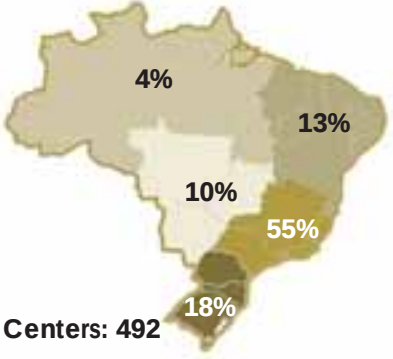
- R$ 224 bilhões
- R$ 555 bilhões
- R$ 396 bilhões
- R$ 2.296 bilhões
- R$ 672 bilhões



PIB Total: R$ 4.143 bilhões

Número de Shopping Centers[2]

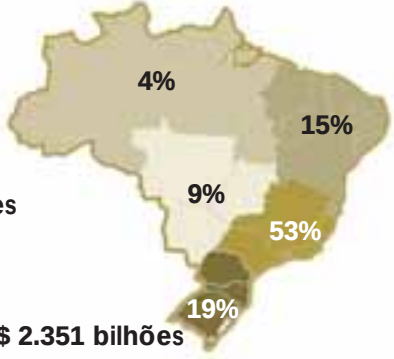
- 21
- 66
- 50
- 269
- 86



Número Total de Shopping Centers: 492

Vendas do Varejo[1]

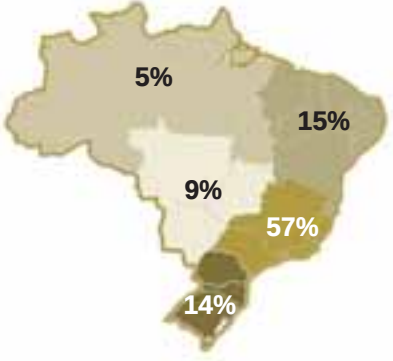
- R$ 84 bilhões
- R$ 350 bilhões
- R$ 216 bilhões
- R$ 1.249 bilhões
- R$ 452 bilhões



Total Vendas Varejo: R$ 2.351 bilhões

ABL[2]

- 560.407 m²
- 1.908.944 m²
- 1.183.653 m²
- 7.189.768 m²
- 1.789.106 m²



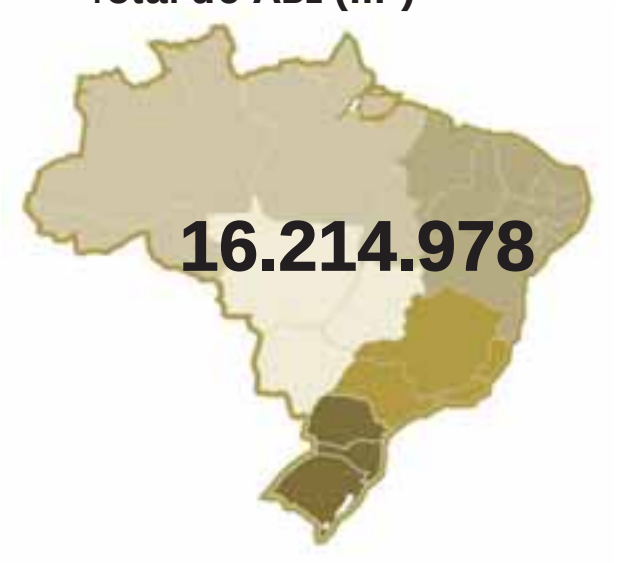
Total ABL: 12.631.879 m²

[1] Fonte: IBGE 2011
[2] Fonte: ABRASCE - dezembro de 2013

Número de Shopping Centers

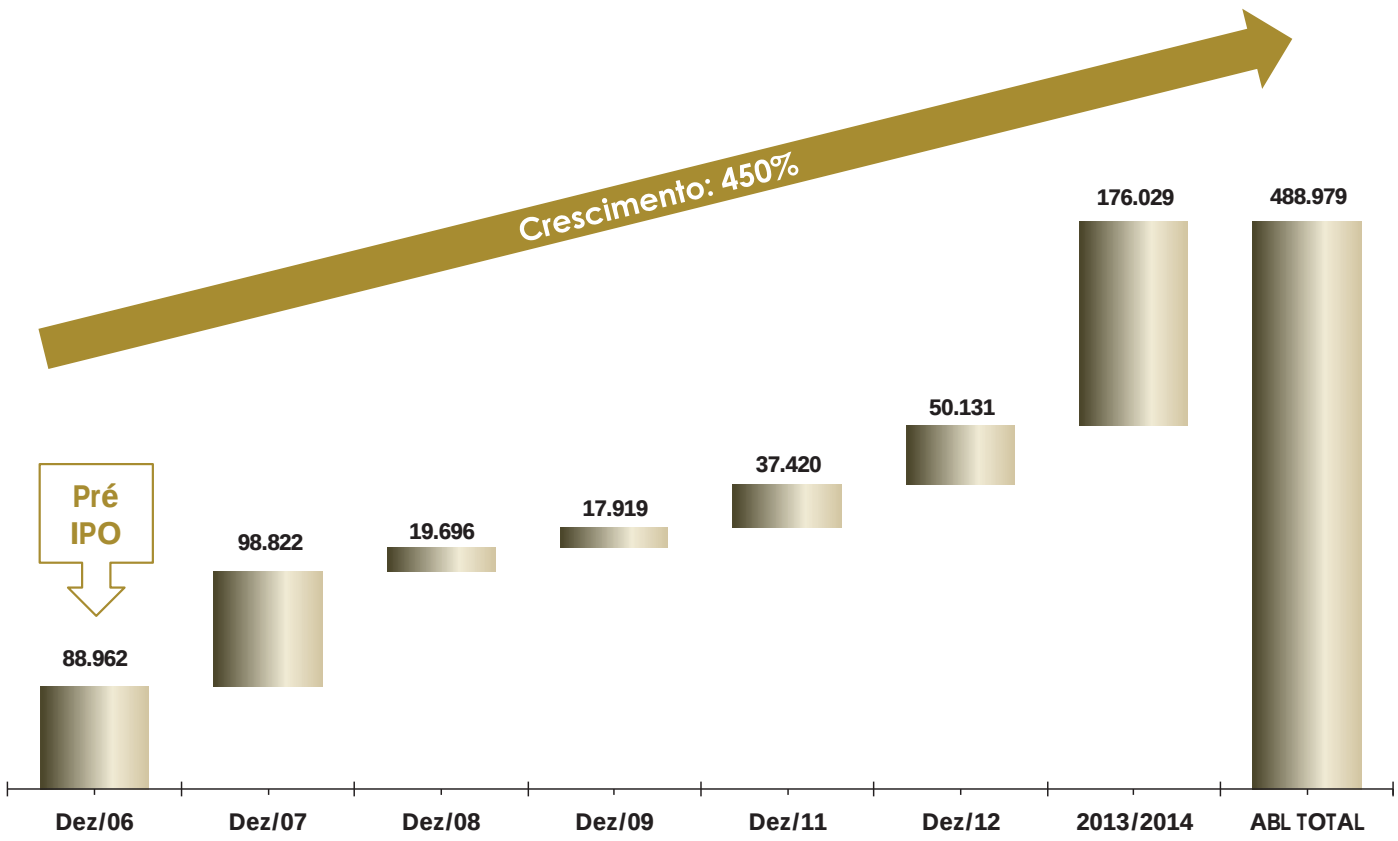


Total de ABL (m²)



Fonte: Anuário Alshop, Anuário ABRASCE e Companhias
Elaboração: GSB

Evolução da ABL (m²)



Estratégia de Crescimento Diversificada

Consolidação

- Aquisição de shopping centers

Greenfields

- Concepção e desenvolvimento de novos shopping centers

Expansão

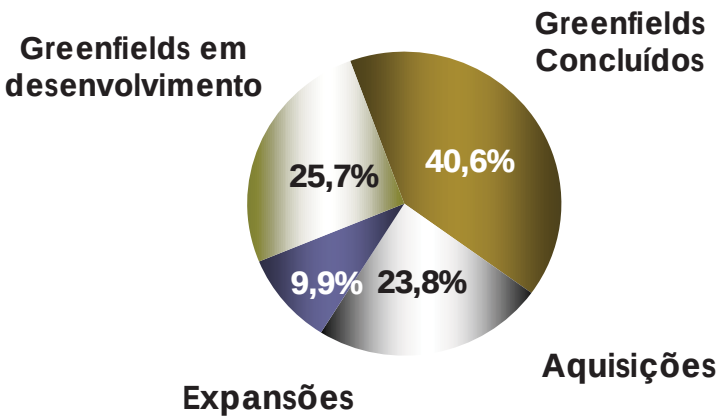
- Aumento das participações nos ativos
- Expansão da ABL do portfólio existente
- Implementação de projetos de uso misto

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.



Poli Shopping Guarulhos

Tipo: Centralidade

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 50,0%

ABL Total: 4.527 m²

ABL Própria: 2.264 m²

Nº de Lojas: 52



Internacional Shopping Guarulhos

Tipo: Regional

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 76.845 m²

ABL Própria: 76.845 m²

Nº de Lojas: 292



Auto Shopping

Tipo: Temático

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 11.477 m²

ABL Própria: 11.477 m²

Nº de Lojas: 71



Shopping Light

Tipo: Centralidade

Cidade/Estado: São Paulo/SP

Participação: 85,0%

ABL Total: 14.140 m²

ABL Própria: 12.019 m²

Nº de Lojas: 134



Santana Parque Shopping

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: São Paulo/SP

Participação: 50,0%

ABL Total: 26.538 m²

ABL Própria: 13.269 m²

Nº de Lojas: 174



Suzano Shopping

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Suzano/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 19.583 m²

ABL Própria: 19.583 m²

Nº de Lojas: 174



Cascavel JL Shopping

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Cascavel/PR

Participação: 85,5%

ABL Total: 8.877 m²

ABL Própria: 7.590 m²

Nº de Lojas: 74



Top Center Shopping São Paulo

Tipo: Centralidade

Cidade/Estado: São Paulo/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 6.369 m²

ABL Própria: 6.369 m²

Nº de Lojas: 67



Parque Shopping Prudente

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Presidente Prudente/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 15.148 m²

ABL Própria: 15.148 m²

Nº de lojas: 68



Poli Shopping Osasco

Tipo: Centralidade

Cidade/Estado: Osasco/SP

Participação: 100,0%

ABL Total: 3.218 m²

ABL Própria: 3.218 m²

Nº de Lojas: 13



Shopping do Vale

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Cachoeirinha/RS

Participação: 84,4%

ABL Total: 16.487 m²

ABL Própria: 13.913 m²

Nº de Lojas: 103



Unimart Shopping Campinas

Tipo: Open Lifestyle Center

Cidade/Estado: Campinas/SP

Participação: 100%

ABL Total: 14.961 m²

ABL Própria: 14.961 m²

Nº de lojas: 132

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.



Outlet Premium São Paulo

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Itupeva/SP

Participação: 50%

ABL Total: 17.716 m²

ABL Própria: 8.858 m²

Nº de lojas: 96

Área de influência: Super Regional

Descrição: 1° 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.



Parque Shopping Barueri

Tipo: Regional

Cidade/Estado: Barueri /SP

Participação: 48%

ABL Total: 37.420 m²

ABL Própria: 17.962 m²

Nº de lojas: 174



Outlet Premium Brasília

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Alexânia/GO

Participação: 50%

ABL Total: 16.094 m²

ABL Própria: 8.047 m²

Nº de lojas: 73

Área de influência: Super Regional

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



Shopping Bonsucesso

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 63,5%

ABL Total: 24,437 m^2

ABL Própria: 15.517 m^2

Nº de lojas: 132



Outlet Premium Salvador

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Camaçari/BA

Participação: 50%

ABL Total: 14.964 m²

ABL Própria: 7.482 m²

Nº de lojas: 71

Área de influência: Super Regional

Descrição: Terceiro Outlet da Companhia, inaugurado em outubro de 2013. Localizado próximo a Salvador, a maior cidade do Nordeste, na rodovia de ligação ao litoral norte do estado, caminho dos resorts.



Parque Shopping Sulacap

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Rio de Janeiro/RJ

Participação: 51%

ABL Total: 29.059 m^2

ABL Própria: 14.820 m^2

Nº de Lojas: 170

Descrição: Inaugurado em outubro de 2013.



Outlet Premium Rio de Janeiro

Tipo: Outlet Center

Cidade/Estado: Duque de Caxias/RJ

Participação: 98%

ABL Total estimada: 32.000 m^2

ABL Própria estimada: 31.360 m^2

Área de influência: Super Regional

Descrição: Quarto outlet da Companhia. Localizado próximo a cidade do Rio de Janeiro, com fácil acesso da cidade do Rio de Janeiro, cidades serranas, aeroporto Santos Dumont e Galeão e próximo ao futuro arco rodoviário metropolitano.



Parque Shopping Maia

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Guarulhos/SP

Participação: 60%

ABL Total: 30.492 m^2

Abl Própria: 18.295 m^2

Descrição: Previsão de inauguração em 2014.



Parque Shopping Atibaia

Tipo: Vizinhança

Cidade/Estado: Atibaia/SP

Participação: 100%

ABL Total: 24.043 m²

ABL Própria: 24.043 m²

Descrição: Previsão de inauguração em 2014.

Serviços Complementares Crescentes

GeneralShopping

Atlas

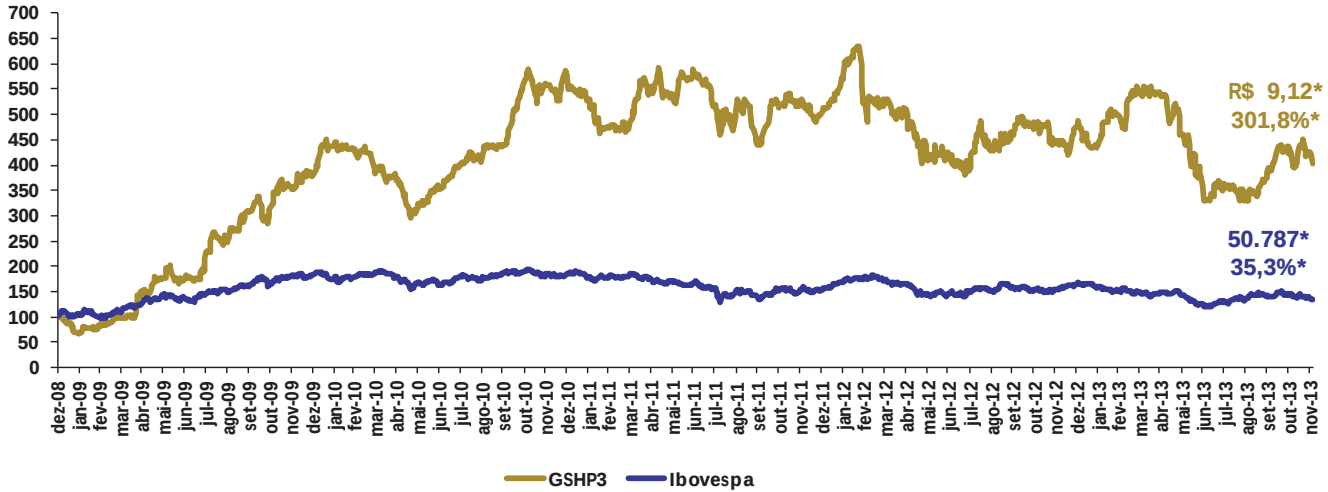
Participação		
100%	Energy	▸ Responsável pelo suprimento de energia e locação de equipamento para transmissão e distribuição
100%	Wass	▸ Responsável pelo planejamento do fornecimento de água, tratamento e distribuição
100%	I Park e GSPark	▸ Controla e administra estacionamentos
100%	GSB Adm	▸ Administra 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 Campinas	✓	✓	✓	✓
Outlet Premium São Paulo	✓	✓	✓	✓
Parque Shopping Barueri	✓	✓	✓	✓
Outlet Premium Brasília	✓	✓	✓	✓
Shopping Bonsucesso	✓	✓	✓	✓
Outlet Premium Salvador	✓	✓	✓	✓
Parque Shopping Sulacap	✓	✓	✓	✓

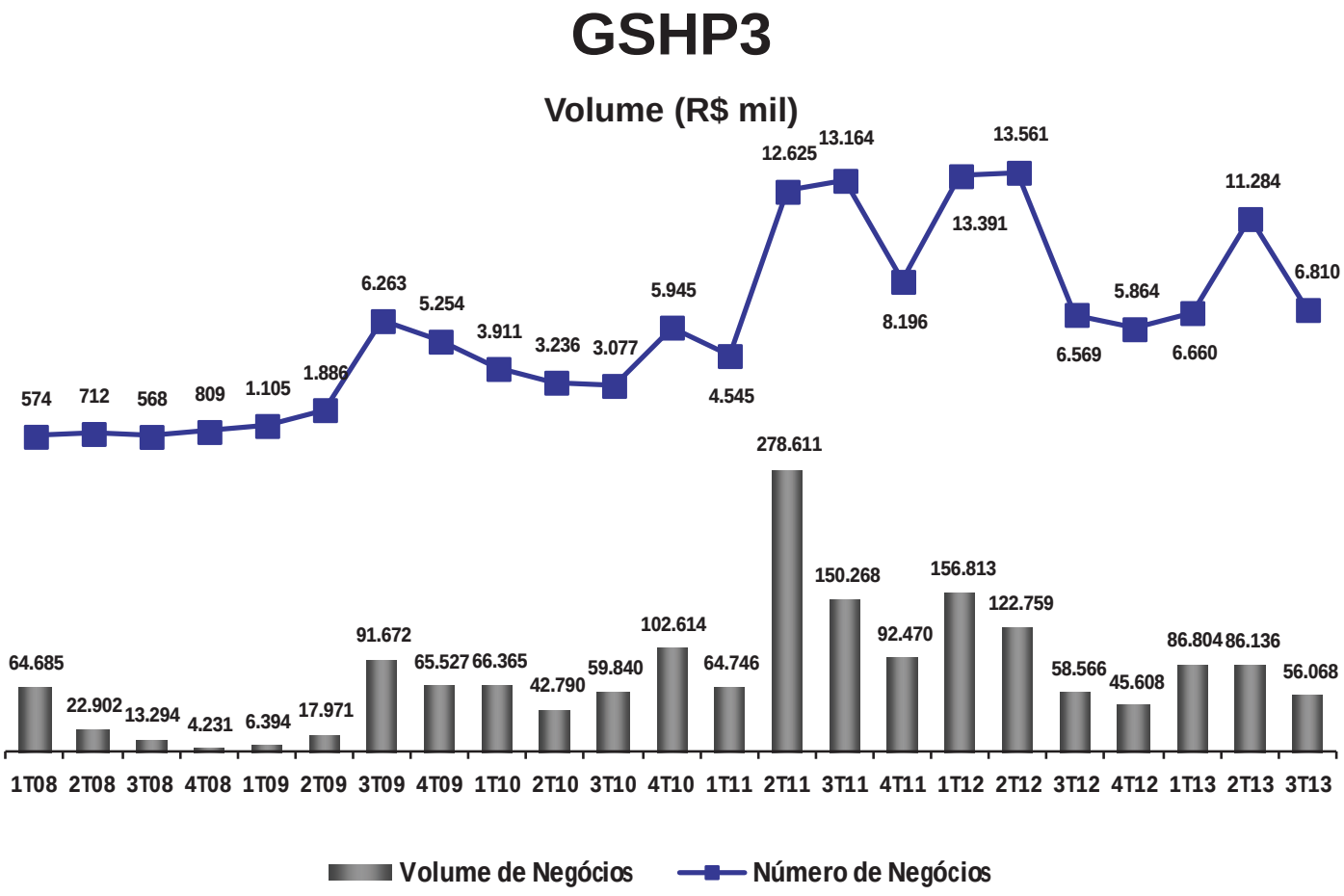
✓ Serviços prestados para o shopping ✓ Potencial de prestação de serviços/em implantação ✓* Parcial

Desempenho Acionário

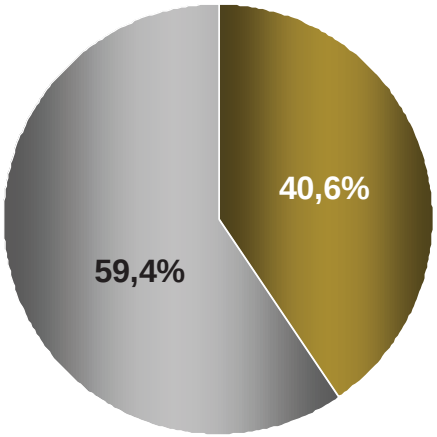
(Base 100 – 30/12/2008)



(*) Em 05/12/2013
Até 30/09/2013: GSHP3 = 273,6%
Ibovespa = 39,4%


GSHP3
Volume (R$ mil)
574 712 568 809 1.105 1.886 6.263 5.254 3.911 3.236 3.077 5.945 4.545 12.625 13.164 8.196 13.391 13.561 6.569 5.864 6.660 11.284 6.810
64.685 22.902 13.294 4.231 6.394 17.971 91.672 65.527 66.365 42.790 59.840 102.614 64.746 278.611 150.268 92.470 156.813 122.759 58.566 45.608 86.804 86.136 56.068
1T08 2T08 3T08 4T08 1T09 2T09 3T09 4T09 1T10 2T10 3T10 4T10 1T11 2T11 3T11 4T11 1T12 2T12 3T12 4T12 1T13 2T13 3T13
Volume de Negócios
Número de Negócios

Estrutura Acionária



	Nr. Ações	Tipo de Investidor (*)
Controlador	30.000.000	-
Free float	20.480.600	40,5% - Brasileiros
		56,3% - Estrangeiros
		3,2% - Varejo
Total	50.480.600	-

Listada desde Julho de 2007

GSHP3 NOVO MERCADO BM&FBOVESPA

Índice de Ações com Tag Along Diferenciado ITAG

Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada IGC

abrasca Associação Brasileira das Companhias Abertas

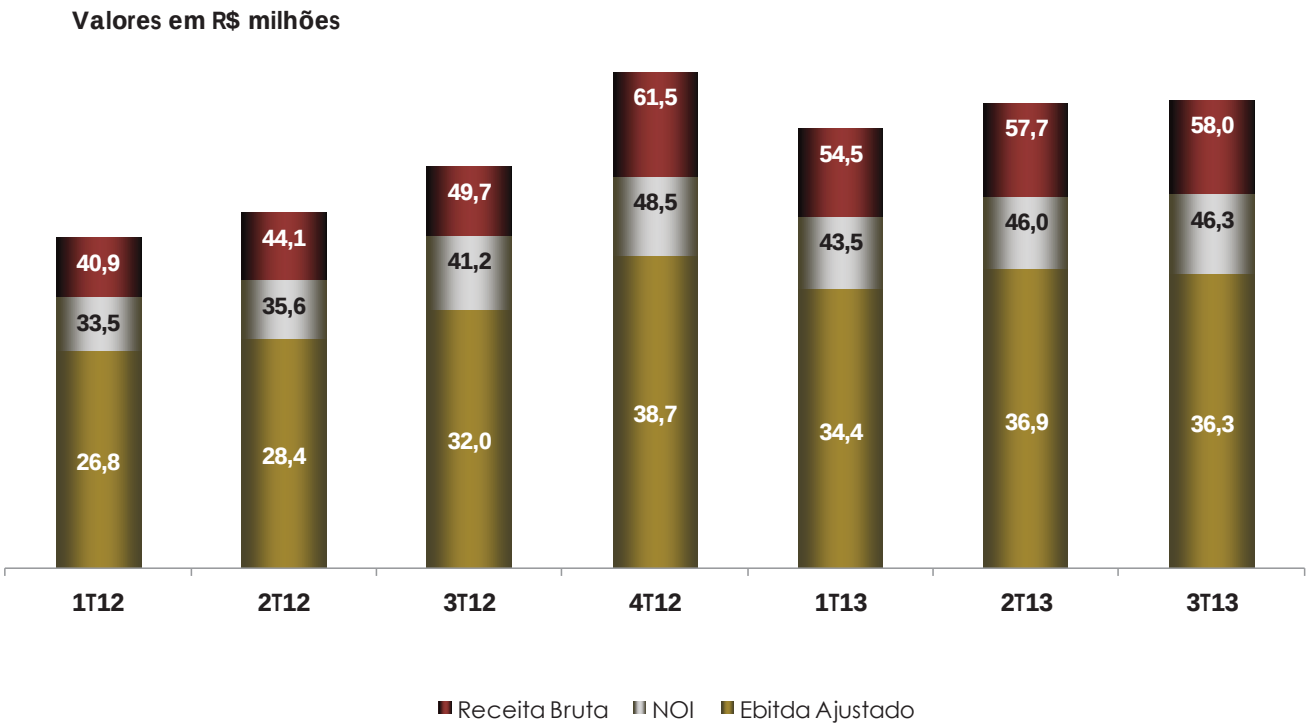
(*) Posição em 05/12/2013

GeneralShopping BRASIL

Desempenho Financeiro

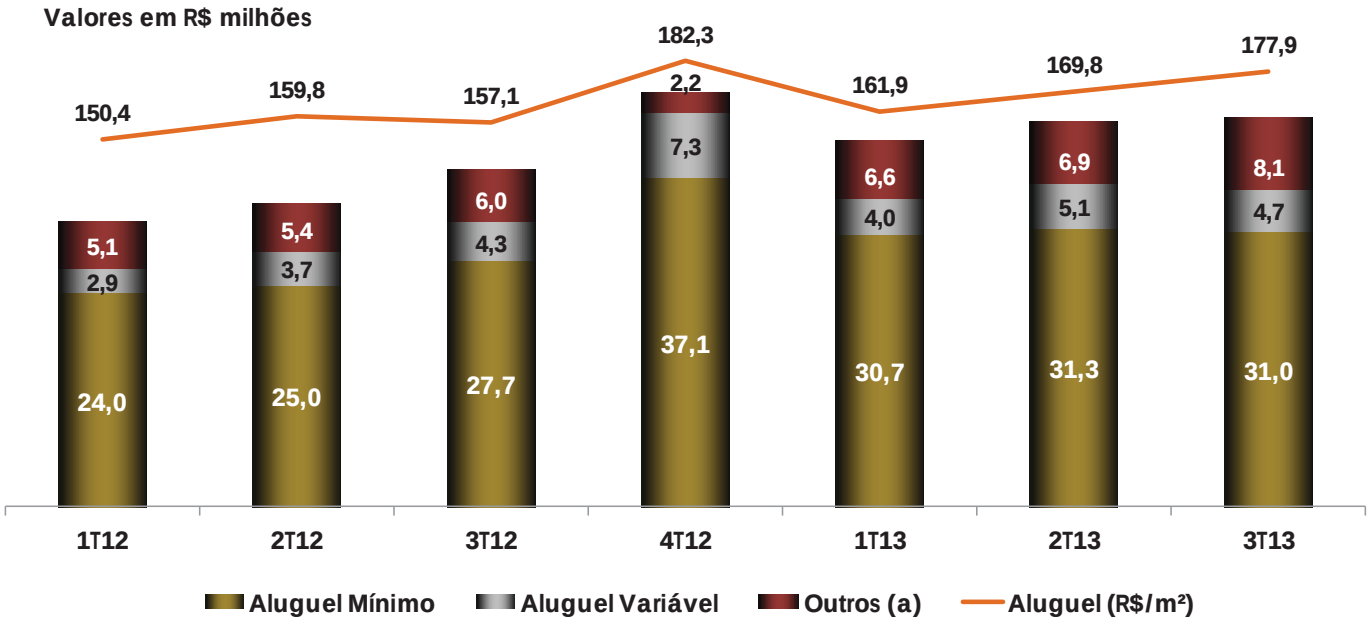


Receita Bruta, NOI e EBITDA Ajustado



	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13
Receita Bruta	40,9	44,1	49,7	61,5	54,5	57,7	58,0
NOI	33,5	35,6	41,2	48,5	43,5	46,0	46,3
Ebitda Ajustado	26,8	28,4	32,0	38,7	34,4	36,9	36,3
NOI Margem	*88,0%*	*86,3%*	*89,0%*	*85,5%*	*87,2%*	*87,3%*	*87,8%*
Ebitda Margem	*70,4%*	*68,7%*	*69,2%*	*68,3%*	*69,0%*	*70,0%*	*68,8%*

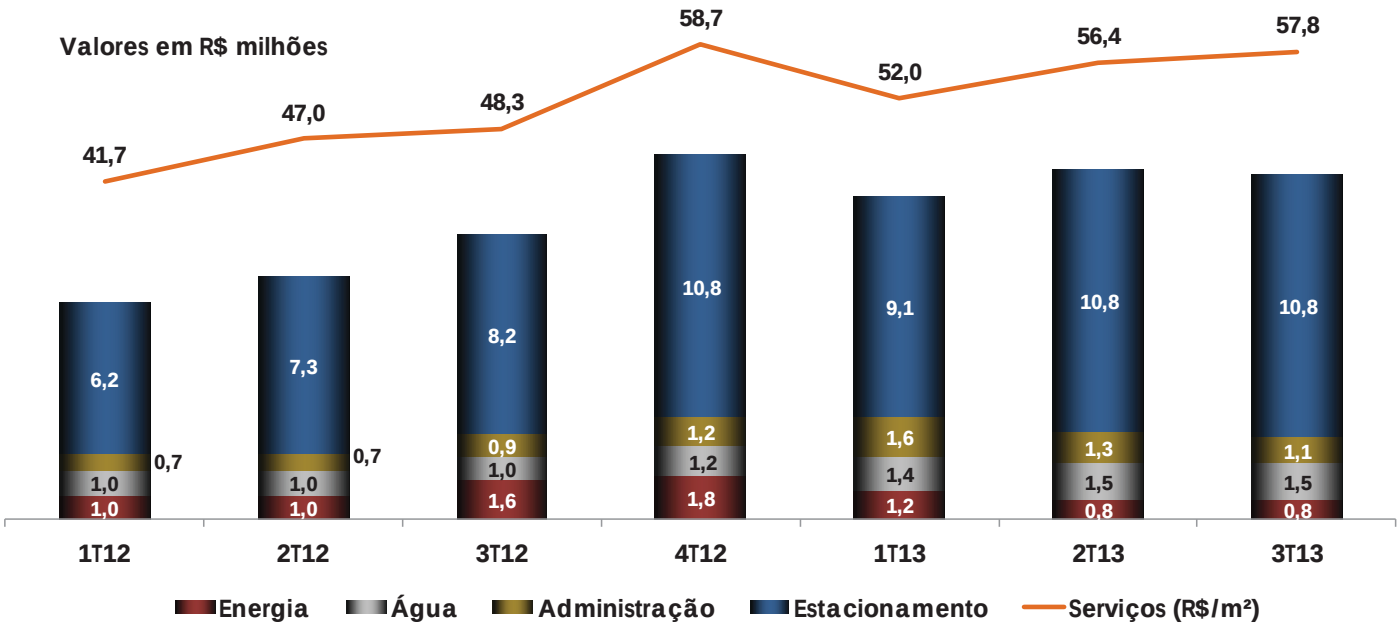
Receita Bruta de Aluguel



RECEITA DE ALUGUEL	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13
Aluguel Mínimo	24,0	25,0	27,7	37,1	30,7	31,3	31,0
Aluguel Variável	2,9	3,7	4,3	7,3	4,0	5,1	4,7
Outros [(a)]	5,1	5,4	6,0	2,2	6,6	6,9	8,1
Taxa de Ocupação	*96,6%*	*96,4%*	*96,2%*	*96,7%*	*96,6%*	*96,7%*	*96,4%*

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

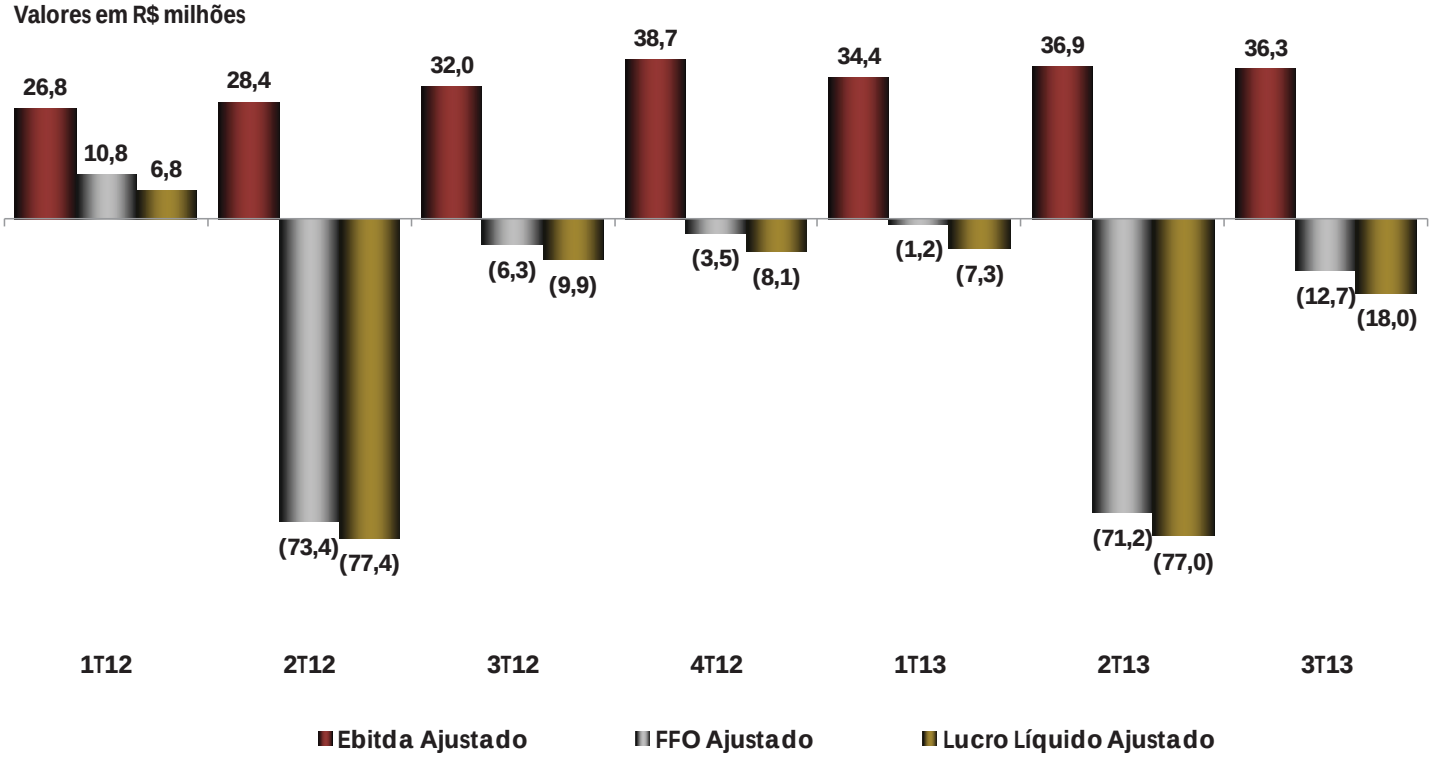
Receita Bruta de Serviços



RECEITA DE SERVIÇOS	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13
Estacionamento	6,2	7,3	8,2	10,8	9,1	10,8	10,8
Energia	1,0	1,0	1,6	1,8	1,2	0,8	0,8
Água	1,0	1,0	1,0	1,2	1,4	1,5	1,5
Administração	0,7	0,7	0,9	1,2	1,6	1,3	1,1
Total	**8,9**	**10,0**	**11,7**	**15,0**	**13,3**	**14,4**	**14,2**

Descrição	3T12	3T13	Var %	9M12	9M13	Var %
GSB (Total)						
ABL Média (m^2)	241.789	246.153	1,8%	222.589	252.100	13,3%
Aluguel (R$/$m^2$)	157,14	177,93	13,2%	467,48	509,33	8,9%
Serviços (R$/$m^2$)	48,30	57,83	19,7%	137,37	166,06	20,9%
Total (R$/$m^2$)	**205,44**	**235,76**	**14,8%**	**604,85**	**675,39**	**11,7%**

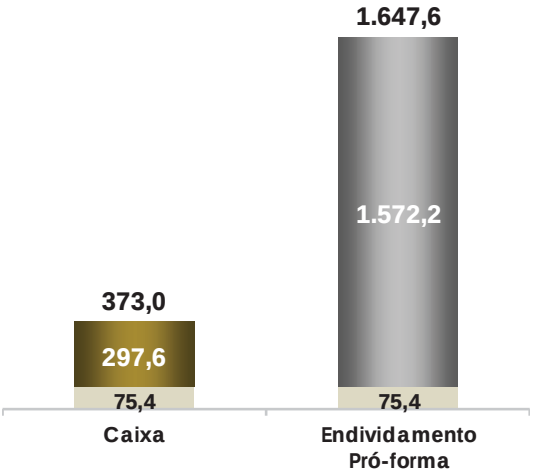
EBITDA, FFO e Lucro Líquido Ajustados



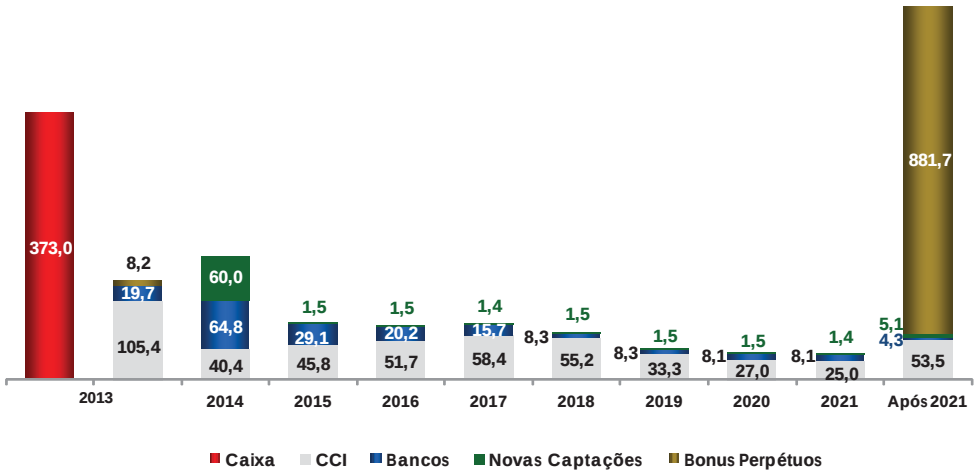
Dados	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13
Ebitda Ajustado	26,8	28,4	32,0	38,7	34,4	36,9	36,3
FFO Ajustado	10,8	(73,4)	(6,3)	(3,5)	(1,2)	(71,2)	(12,7)
Lucro Líquido Ajustado	6,8	(77,4)	(9,9)	(8,1)	(7,3)	(77,0)	(18,0)
Resultado Financeiro	(12,5)	(93,4)	(32,6)	(37,7)	(30,3)	(100,1)	(42,4)
IR/CS	(3,5)	(8,4)	(5,7)	(4,6)	(5,3)	(10,1)	(6,6)

Caixa X Endividamento - R$ milhões

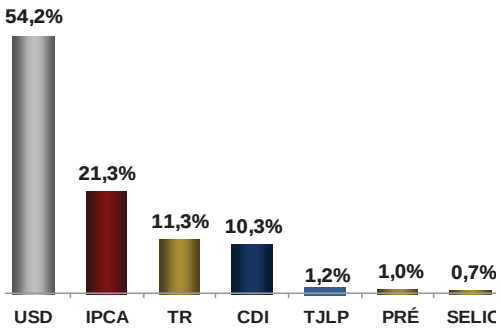
Caixa X Endividamento



Cronograma de Amortização



Composição do Endividamento



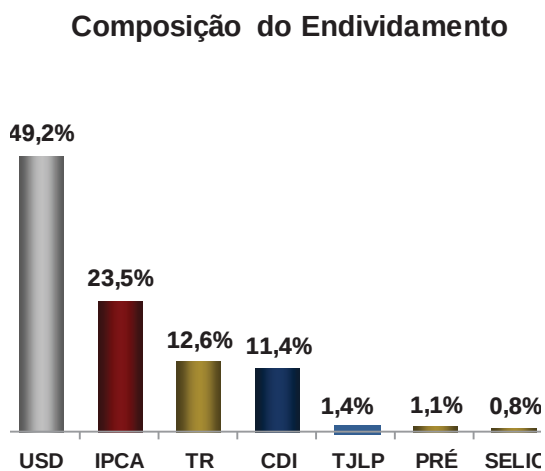
Cronograma de Amortização												
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Após 2021	Total	%
CCI	105,4	40,4	45,8	51,7	58,4	55,2	33,3	27,0	25,0	53,5	495,7	30,1%
Bancos	19,7	64,8	29,1	20,2	15,7	8,3	8,3	8,1	8,1	4,3	186,6	11,3%
Novas Captações	-	60,0	1,5	1,5	1,4	1,5	1,5	1,5	1,4	5,1	75,4	4,6%
Bonus Perpétuos	8,2	-	-	-	-	-	-	-	-	881,7	889,9	54,0%
Total	**133,3**	**165,2**	**76,4**	**73,4**	**75,5**	**65,0**	**43,1**	**36,6**	**34,5**	**944,6**	**1.647,6**	**100,0%**

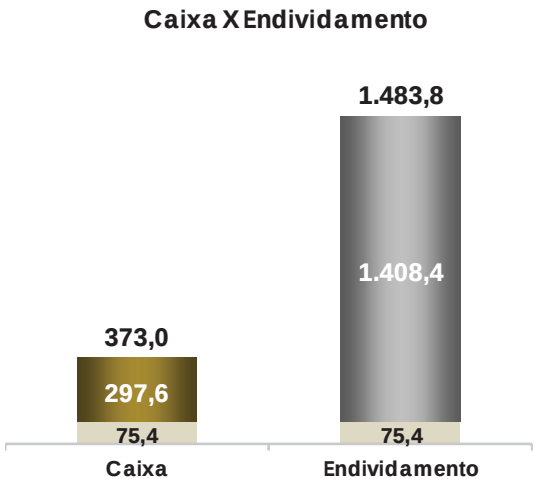
*** Posição de Caixa e Endividamento, considerando os valores da nova captação - R$ 75,4 milhões.**

Caixa X Endividamento - R$ milhões

Segundo critério das Agências de Rating*

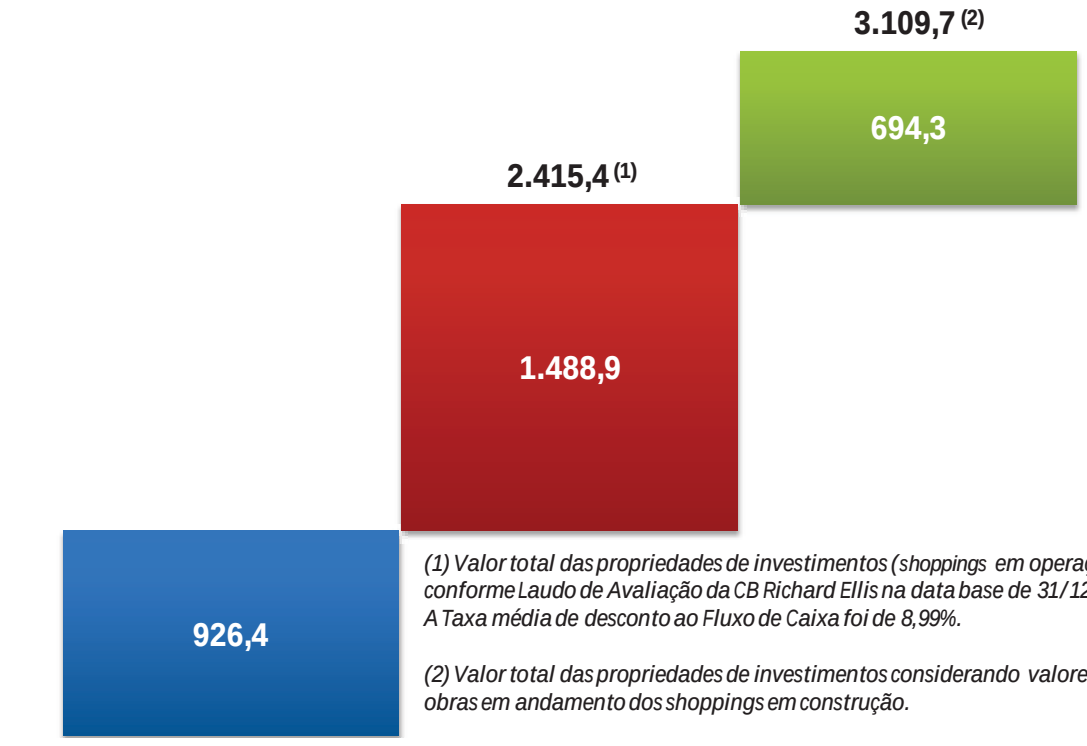
GeneralShopping





* Considerado 50% do saldo do Bônus Perpétuo Subordinado como Equity, no valor de R$ 163,8 milhões.
Incluímos as operações de crédito, relacionadas aos Eventos Subsequentes, no valor de R$ 75,4 milhões.

Propriedade de Investimentos



(1) Valor total das propriedades de investimentos (shoppings em operação) conforme Laudo de Avaliação da CB Richard Ellis na data base de 31/12/2012. A Taxa média de desconto ao Fluxo de Caixa foi de 8,99%.

(2) Valor total das propriedades de investimentos considerando valores de terrenos e obras em andamento dos shoppings em construção.

APIMEC – Selo Assiduidade 7 anos



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