



São Paulo, 15 de agosto de 2007 – A General Shopping Brasil S.A. (BOVESPA: GSHP3) anuncia hoje os resultados financeiros relativos ao segundo trimestre de 2007 (2T07). As informações estão apresentadas em base consolidada e de acordo com os princípios e práticas contábeis adotadas no Brasil. Os valores estão expressos em Reais, exceto quando indicado de modo diferente.

RECEITA BRUTA CRESCE 15,9% E MARGEM BRUTA ATINGE 67,9% NO 2T07

“A General Shopping Brasil apresenta seu primeiro release de resultados após o início das negociações de suas ações na Bolsa de Valores de São Paulo.

O desempenho do segundo trimestre de 2007, período imediatamente anterior à oferta pública primária de ações, reflete os planos de expansão da companhia em implementação antes mesmo do IPO, em linha com suas estratégias mercadológicas aplicadas ao varejo e com crescimento dos negócios.

A receita bruta cresceu 15,9% no segundo trimestre em relação ao mesmo período de 2006, para R\$ 12,2 milhões. O Ebitda ajustado atingiu R\$ 7,5 milhões, que representa aumento de 7,4% sobre o segundo trimestre de 2006. A General Shopping Brasil apresentou uma reversão no resultado líquido no segundo trimestre. O lucro líquido totalizou R\$ 868 mil, ante um prejuízo líquido de R\$ 860 mil no segundo trimestre do ano passado. O FFO cresceu 66,3%.

Além disso, os indicadores de eficiência, como a redução dos custos de aluguéis e serviços, registraram melhoria. Este desempenho ainda não reflete as mais recentes aquisições, o Shopping Light e o Suzano Shopping, cujos resultados só serão computados a partir do próximo trimestre.

Com a captação de aproximadamente R\$ 256 milhões, que representam os recursos líquidos com o IPO antes do exercício da opção de ações suplementares, a Companhia vai continuar sua política de expansão por meio de aquisições e do desenvolvimento de projetos. Assim, a General Shopping Brasil deve se posicionar como um dos consolidadores no setor, graças ao ambiente econômico interno favorável ao consumo nas operações presentes em nossos empreendimentos e às vantagens competitivas da empresa.”

Alessandro Poli Veronezi, Diretor de Relações com Investidores

Principais Indicadores de Resultado

Valores (R\$ 000)	2T07	2T06	Var.
Receita Bruta	12.195	10.522	15,9%
Shopping Centers	9.324	8.107	15,0%
Serviços	2.871	2.415	18,9%
Receita Líquida	10.335	9.413	9,8%
Lucro Bruto	7.016	5.939	18,1%
Margem Bruta	67,9%	63,1%	4,8 p.p.
Resultado Operacional	2.113	(767)	375,5%
EBITDA	7.160	6.941	3,2%
EBITDA Ajustado	7.454	6.941	7,4%
Margem EBITDA (Ajustado)	72,1%	73,7%	-1,6 p.p.
Lucro Líquido	868	(860)	200,9%
FFO	1.976	1.188	66,3%



Índice de Ações com Tag Along Diferenciado



RELAÇÕES COM INVESTIDORES GSB

Alessandro Poli Veronezi
Diretor de Rel. com Investidores

Marcio Snioka
Gerente de Rel. com Investidores

dri@generalshopping.com.br
(11) 3159-5100

www.generalshopping.com.br



Daniela Ueda
(11) 3897-6857
daniela.ueda@firb.com



VISÃO GERAL DO NEGÓCIO

A General Shopping Brasil tem 119,0 mil m² de área bruta locável (ABL) própria e possui seis shopping centers, cinco em operação e um em construção, nos quais detém participação proporcional média de 84,8%. Juntos, os shoppings apresentam 263,8 mil m² de área bruta construída (ABC), 140,3 mil m² de ABL, cerca de 915 lojas e 8.010 vagas de estacionamento.

A Companhia participa ativamente desde a prospecção até o planejamento, desenvolvimento e investimento dos shopping centers, e também comercializa e administra os empreendimentos; presta serviços de administração de estacionamentos e de gerenciamento do suprimento de energia elétrica e água dos shoppings. A General Shopping Brasil detém, no mínimo, 50% de participação nos empreendimentos, o que a diferencia dos principais concorrentes. Assim, a General Shopping Brasil determina as diretrizes e estratégias dos shopping centers nos quais investe, alinhando-as com as expectativas de criação de valor para os acionistas.

O portfólio da General Shopping Brasil é diversificado tanto por segmento de renda quanto por tipo de empreendimento e é composto por um empreendimento regional, quatro de vizinhança e um temático. A General Shopping Brasil desenvolve estratégias de negócio que vão além de questões meramente imobiliárias. A General Shopping Brasil utiliza a inteligência de varejo desenvolvida ao longo dos 18 anos de experiência em operações de shoppings, junto com constantes pesquisas de mercado, para comparar e avaliar, em conjunto com os lojistas, a venda esperada do mercado por região e ramo de atividade com os resultados de suas operações.

Nossos atuais shopping centers estão localizados na região metropolitana de São Paulo, que é responsável por 31,8% do PIB nacional e que concentrava 21,8% da população brasileira em 2005.

O Poli Shopping, o Internacional Shopping Guarulhos e o Auto Shopping localizam-se em Guarulhos, cidade com 1,3 milhão de habitantes e que apresentou o 2º maior PIB do Estado de São Paulo e o 8º maior PIB do Brasil em 2005, enquanto o Santana Parque Shopping e o Shopping Light localizam-se nas regiões norte e central da cidade de São Paulo. A General Shopping Brasil adquiriu, em agosto, o Suzano Shopping, na cidade de Suzano.

O principal shopping da General Shopping Brasil, o Internacional Shopping Guarulhos, é, isoladamente, o maior da região metropolitana de São Paulo e o 6º maior do País em termos de ABL, de acordo com a Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE).

As atividades de shopping centers da General Shopping Brasil iniciaram-se em 1989, com a inauguração do Poli Shopping. Em linha com a estratégia de negócios, desde 2006 a GSB tem expandido as atividades por meio do desenvolvimento de novos empreendimentos, da aquisição de participações em empreendimentos existentes, da expansão dos shoppings e da aquisição de terrenos para construção de novos shopping centers.

Shoppings Centers*

Shopping Center	Part (%)	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)	ABC Total (m ²)
Poli Shopping	50.0%	4,527	2,264	6,600
Internacional Shopping Guarulhos	100.0%	72,958	72,958	117,465
Auto Shopping	100.0%	11,477	11,477	18,000
Santana Parque Shopping (a)	50.0%	24,136	12,068	64,600
Shopping Light (b)	50.1%	14,140	7,092	36,519
Suzano Shopping (c)	100.0%	13,120	13,120	20,633
Total	84.8%	140,358	118,979	263,817

(a) Shopping a ser inaugurado em outubro de 2007

(b) Shopping adquirido em junho de 2007

(c) Shopping adquirido em agosto de 2007

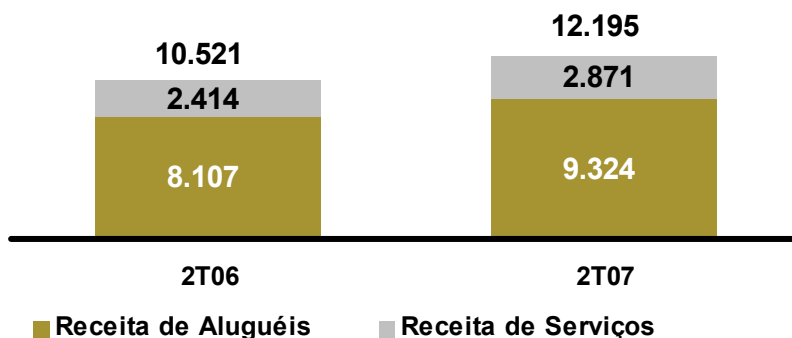
(*) Ver eventos subsequentes



RECEITA

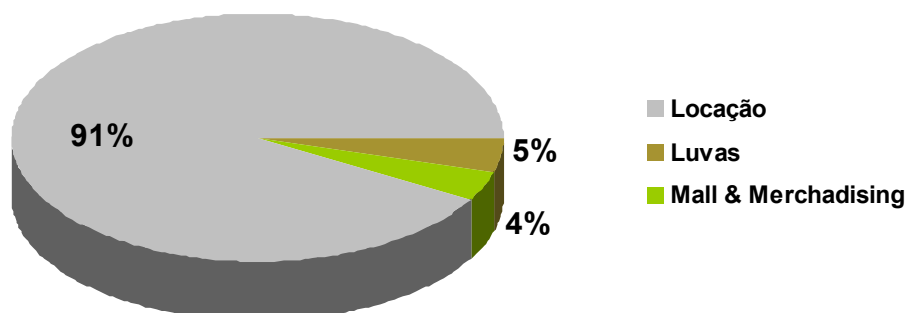
A receita bruta de aluguéis e serviços totalizou R\$ 12,2 milhões no 2T07, um aumento de 15,9% em relação ao mesmo período de 2006.

Evolução da Receita Bruta



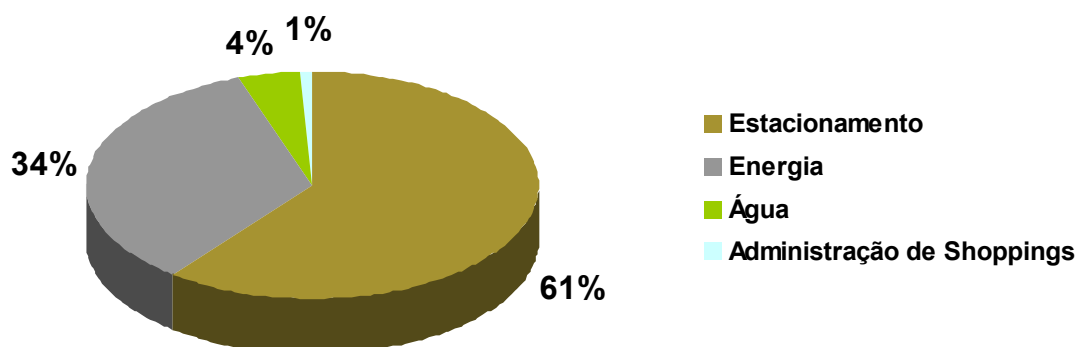
A receita de aluguéis cresceu 15,0% no período, para R\$ 9,3 milhões. Esse aumento é resultado do crescimento orgânico das receitas dos shoppings e da receitas do Auto Shopping Internacional, inaugurado no 4T06.

Receita de Aluguéis



As receitas de serviços aumentaram 18,9% e totalizaram R\$ 2,9 milhões no 2T07, ante R\$ 2,4 milhões no 2T06. O aumento das receitas de administração dos estacionamentos e das receitas de administração do fornecimento de energia contribuiu para o crescimento observado no período.

Receita de Serviços





Os impostos, descontos e cancelamentos aplicáveis a receita bruta totalizaram R\$ 1,9 milhão, ou 15,3% da receita bruta no 2T07, versus R\$ 1,1 milhão no mesmo período de 2006.

A receita líquida apresentou um crescimento de 9,8%, de R\$ 9,4 milhões no 2T06 para R\$ 10,3 milhões no 2T07.

CUSTOS DOS ALUGUÉIS E DOS SERVIÇOS PRESTADOS

Os custos dos aluguéis e serviços apresentaram uma redução de 4,5%, de R\$ 3,5 milhões no 2T06 para R\$ 3,3 milhões no 2T07.

O aumento dos custos de pessoal e de ocupação foi decorrente da expansão das atividades da companhia, com destaque para o início das operações do Auto Shopping Internacional, no 4T06. O aumento de custos com serviços de terceiros está relacionado à reorganização societária e preparação para o IPO. A redução na depreciação é resultado do aumento da vida útil dos bens reavaliados em 31 de março de 2007.

Custos dos Aluguéis e dos Serviços Prestados

Valores (R\$ 000)	2T07	2T06*	Var.
Custos por Natureza			
Pessoal	857	627	36,7%
Depreciação	1.108	2.048	-45,9%
Custo de Ocupação	788	650	21,2%
Serviços de Terceiros	566	149	279,9%
Total de Custo dos Aluguéis e dos Serviços Prestados	3.319	3.474	-4,5%

(*) Demonstrações financeiras combinadas e não auditadas

LUCRO BRUTO

O lucro bruto do 2T07 totalizou R\$ 7,0 milhões, um aumento de 18,1% em relação ao mesmo período de 2006. A margem bruta no 2T07 atingiu 67,9% versus 63,1% no 2T06. O aumento da receita líquida e a redução nos custos foram os responsáveis pelo incremento do resultado bruto da GSB.

DESPESAS OPERACIONAIS

As despesas operacionais no 2T07 totalizaram R\$ 1,0 milhão, estável em relação ao mesmo período do ano anterior. Com relação à receita líquida, as despesas operacionais tiveram uma redução de 1,8 ponto percentual.



RESULTADO FINANCEIRO

O resultado financeiro líquido no 2T07 foi negativo em R\$ 3,9 milhões e apresentou melhoria em relação ao resultado financeiro líquido negativo em R\$ 5,7 milhões no 2T06, refletindo principalmente a redução das despesas com juros anteriormente incorridas sobre os mútuos capitalizados no 1T07 durante o processo de reorganização societária para abertura de capital.

Resultado Financeiro Líquido

Valores (R\$ 000)	2T07	2T06*	Var.
Receitas	1.632	909	79,5%
Juros	121	-	-
Varição Monetária	62	-	-
Varição Cambial	1.449	909	59,4%
Despesas	(5.571)	(6.569)	-15,2%
Juros	(3.190)	(5.059)	-36,9%
Varição Monetária	(2.381)	(1.510)	57,7%
Resultado Financeiro	(3.939)	(5.660)	-30,4%

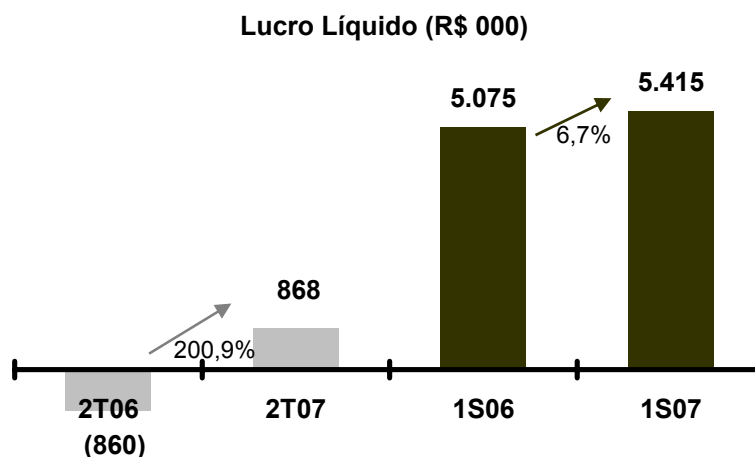
(*) Demonstrações financeiras combinadas e não auditadas

IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

O valor do imposto de renda e da contribuição social apurado no 2T07 foi de R\$ 1,2 milhão, versus R\$ 0,1 milhão no 2T06, reflexo do aumento do lucro tributável nas empresas controladas tributadas pelo lucro real e do aumento do imposto a pagar apurado pelo regime de lucro presumido sobre o faturamento das empresas prestadoras de serviços.

LUCRO LÍQUIDO

No 2T07, em virtude dos itens explicados anteriormente, a GSB registrou um lucro de R\$ 868 mil, em comparação com um prejuízo de R\$ 860 mil registrados no mesmo período do ano anterior.



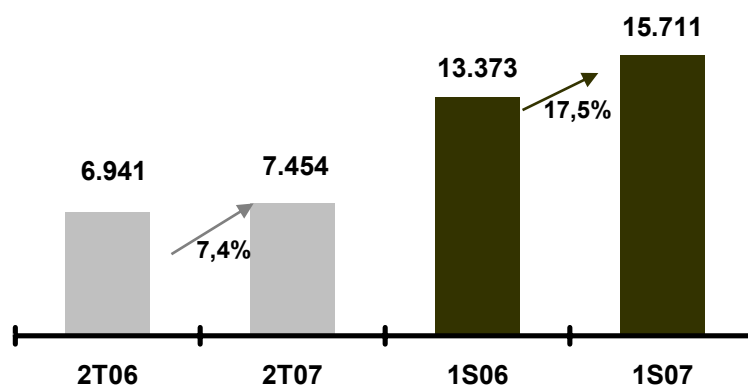


EBITDA AJUSTADO

O EBITDA ajustado do 2T07 acumulou R\$ 7,5 milhões, um acréscimo de 7,4% em relação ao 2T06. A margem EBITDA ajustada foi de 72,1%, uma queda de 1,6 ponto percentual em relação ao 2T06, que atingiu 73,7%.

No 1S07, o EBITDA ajustado acumulou R\$ 15,7 milhões, um acréscimo de 17,5% em relação ao 1S06. A margem de EBITDA ajustado foi de 74,6%, um aumento de 3,0 pontos percentuais em relação ao 1S06, que atingiu 71,6%.

EBITDA AJUSTADO (R\$ 000)



Reconciliação do EBITDA

Valores (R\$ 000)	2T07	2T06	1S07**	1S06*
Lucro (prejuízo) líquido	868	(860)	5.415	5.075
Imposto de renda e contribuição social	1.245	93	(1.450)	189
Despesas (receitas) financeiras, líquidas	3.939	5.660	7.714	3.733
Depreciação e amortização	1.108	2.048	3.561	4.376
EBITDA	7.160	6.941	15.240	13.373
Margem EBITDA	69,3%	73,7%	72,4%	71,6%
Resultado não operacional	-	-	-	-
Despesas relacionadas à reorganização societária	294	-	471	-
EBITDA Ajustado	7.454	6.941	15.711	13.373
Margem EBITDA Ajustado	72,1%	73,7%	74,6%	71,6%

(*) Demonstrações financeiras combinadas e não auditadas.

(**) EBITDA Ajustado pró-forma considerando início das atividades da GSB em 01 de janeiro de 2007.

ESTRUTURA DE CAPITAL

A dívida bruta estava em R\$ 180,1 milhões em 30 de junho de 2007. Em 31 de março de 2007, a dívida totalizava R\$ 153,6 milhões. O aumento de R\$ 26,5 milhões no endividamento da Companhia no período foi caracterizado por novos empréstimos de curto prazo para realização de aquisições no período.

O perfil da dívida em 30 de junho de 2007 é representado por 67,7% de valores a pagar de longo prazo e 4,0% do total da dívida em dólar, de 77,7% e 5,0%, respectivamente, em 30 de março de 2007.



Descrição	Moeda	Vencimento Final	Indexador	Encargos	31 de Março de	30 de Junho de
					2007	2007
BNDES	R\$	2010	TJLP	6,0% ao ano	112.905	113.273
Banco Itaú S.A.	US\$/R\$	2007 / 2009	Dólar / Juros pré fixados	6,5% ao ano	8.294	8.202
Banco Pine S.A.	US\$	2007	Dólar	8,0% ao ano	1.451	1.626
Banco Bradesco S.A.	R\$	2007	CDI	3,0% ao ano	5.275	4.689
Banco Industrial e Comercial S.A.	R\$	2007	CDI	10,0% ao ano	3.620	31.934
Banco Real S.A.	R\$	2007	Juros pré fixados	21,7% ao ano	1.255	1.216
Banco Pontual S.A.	R\$	2007	Juros pré fixados	12,7% ao ano	2.955	2.952
Banco Tricury	R\$	2007	CDI	10,0% ao ano	1.120	967
Outros	R\$	2007	-	-	1.249	-
Total de Empréstimos e Financiamentos					138.124	164.859
CCI's	R\$	2016	IGP-M	11,0% ao ano	15.446	15.242
Total					153.570	180.101

A tabela a seguir resume o cronograma, em 30 de junho de 2007, de desembolsos para pagamentos dos empréstimos e das CCI's:

Ano	Valor Total (R\$ 000)	
	Empréstimos	CCIs
2007	51.337	695
2008	14.127	1.137
2009	81.444	1.262
2010	17.951	1.401
Após 2010	-	10.747
Endividamento Total	164.859	15.242

Parte dos recursos captados com a oferta pública de ações será utilizada para a quitação de empréstimos de curto prazo, de forma a reduzir o custo de capital da Companhia.

EVENTOS SUBSEQÜENTES

Em 07 de agosto de 2007, através de nossa controlada Delta Shopping Empreendimentos Imobiliários Ltda, adquirimos 100% do imóvel onde se localiza o Suzano Shopping.

O Suzano Shopping está instalado em um terreno de 49.513,35 m² com uma área construída de 20.632,96 m² e ABL é de 13.120 m². Além disso, possui 150 lojas e 1.700 vagas de estacionamento.



TELECONFERÊNCIAS SOBRE OS RESULTADOS DO 2T07

A General Shopping Brasil, que encontra-se em período de silêncio devido à oferta pública inicial, realizará teleconferências com analistas e investidores sobre os resultados do 2T07 no dia 5/09/07. O período de silêncio termina no dia 3/09/07.

TELECONFERÊNCIA EM PORTUGUÊS

Às 10h (horário de Brasília)

Número para conexão
11 4688-6301

TELECONFERÊNCIA EM INGLÊS

Às 12h (horário de Brasília)

Números para conexão	
Participantes do Brasil	11 4688-6301
Toll-free dos EUA	1-888-700-0802
Participantes de outros países	1-786-924-8430



GLOSSÁRIO

ABC	Área bruta construída.
ABL	Área bruta locável, que corresponde à soma de todas as áreas disponíveis para a locação nos Shopping Centers, exceto quiosques e as áreas comerciais de propriedade de terceiros.
ABRASCE	Associação Brasileira de Shopping Centers.
Alshop	Associação dos Lojistas de Shopping Centers.
Área Primária	Área de influência de um Shopping Center num raio de até cinco minutos (viagens envolvendo todos os modos de transporte, em percurso livre – sem trânsito) da região em que está localizado, e é considerada exclusiva quando não há outro empreendimento competidor dentro dessa mesma área.
Lojas Âncoras	Grandes lojas conhecidas do público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do Shopping Center.
Lojas Satélites	Lojas de varejo especializadas, de menor porte, destinadas ao comércio em geral.
Malls	Áreas comuns dos Shopping Centers (corredores) locadas para a colocação de stands, Quiosques e similares.
Merchandising	Aluguel de espaço para propaganda e promoções de produtos e serviços.
Mix de Lojas	Plano de distribuição dos tipos e tamanhos de lojas pelo Shopping Center, de modo a gerar conveniência lucrativa para os lojistas e para os empreendedores dos Shopping Centers. Tradicionalmente, os Shopping Centers dividem suas categorias de lojas, que compõem o Mix de Lojas, em alimentação, artigos domésticos, vestuário, lazer, conveniência, serviços e miscelânea.

Balço Patrimonial

Valores (R\$ 000)

ATIVO	30/06/07	31/03/07
Circulante		
Caixas e Bancos	303	957
Aplicações Financeiras	-	8.001
Certificados de Recebíveis Imobiliários	172	164
Contas a Receber	8.010	7.773
Impostos a Recuperar	1.054	1.274
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	387	213
Adiantamento para Venda de Investimentos	4.951	-
Outras Contas a Receber	7.524	7.608
Total do Ativo Circulante	22.401	25.990
Não Circulante		
Realizável a Longo Prazo		
Contas a Receber	1.590	1.185
Certificados de Recebíveis Imobiliários	1.213	1.239
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	8.103	8.951
Partes Relacionadas	7.193	3.089
Depósitos e Cauções	28	28
Total do Realizável a Longo Prazo	18.127	14.492
Permanente		
Intangível	5.703	-
Imobilizado	356.254	328.500
Total do Permanente	361.957	328.500
Total do Ativo	402.485	368.982
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30/06/07	31/03/07
Circulante		
Fornecedores	6.153	9.404
Empréstimos e Financiamentos	56.594	32.477
Contas a Pagar - Compra de Terrenos	3.452	5.651
Salários e Encargos Sociais	4.168	791
Impostos, Taxas e Contribuições	13.612	9.995
Impostos Parcelados	563	580
Cédulas de Crédito Imobiliários	1.902	1.819
Adiantamentos Recebidos para Venda de Investimentos	0	125
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.289	710
Partes Relacionadas	6.668	5.709
Outras Contas a Pagar	9.892	3.846
Total do Passivo Circulante	104.293	71.107
Não Circulante		
Empréstimos e Financiamentos	108.691	105.647
Contas a Pagar - Compra de Terrenos	7.367	7.634
Receitas de Cessões a Apropriar	5.344	6.849
Impostos Parcelados	4.269	3.403
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	21.686	22.968
Partes Relacionadas	12.893	14.217
Provisão para Contingências	10.828	10.624
Cédulas de Créditos Imobiliários	13.339	13.626
Total do Exigível a Longo Prazo	184.417	184.968
Patrimônio Líquido	113.775	112.907
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	402.485	368.982


Demonstração de Resultados

(R\$ 000)	2T07	2T06	Var.	1S07	1S06	Var.
Receita Bruta	12.195	10.522	15,9%	24.567	21.231	15,7%
Receita de Aluguéis	9.324	8.107	15,0%	19.109	16.609	15,1%
Receitas de Serviços	2.871	2.415	18,9%	5.458	4.622	18,1%
Deduções da Receita	(1.860)	(1.109)	67,7%	(3.506)	(2.555)	37,2%
Impostos, Descontos e Cancelamentos	(1.860)	(1.109)	67,7%	(3.506)	(2.555)	37,2%
Receita Líquida	10.335	9.413	9,8%	21.061	18.676	12,8%
Custo de Aluguéis e Serviços	(3.319)	(3.474)	-4,5%	(7.707)	(8.025)	-4,0%
Lucro Bruto	7.016	5.939	18,1%	13.354	10.651	25,4%
Receitas (Despesas) Operacionais	(964)	(1.046)	-7,8%	(1.675)	(1.654)	1,3%
Gerais e Administrativas	(1.795)	(1.585)	13,2%	(3.246)	(2.707)	19,9%
Outras Receitas Operacionais Líquidas	831	539	54,2%	1.571	1.053	49,2%
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro	6.052	4.893	23,7%	11.679	8.997	29,8%
Resultado Financeiro	(3.939)	(5.660)	-30,4%	(7.714)	(3.733)	106,6%
Lucro antes do Imp. de Renda e da Contribuição Social	2.113	(767)	-375,5%	3.965	5.264	-24,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social - Correntes	(1.275)	(93)	1271,0%	(7.744)	(189)	3997,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social - Diferidos	30	-	-	9.194	-	-
Lucro Líquido do Exercício	868	(860)	-200,9%	5.415	5.075	6,7%