

Reapresentação Espontânea

O REGISTRO NA CVM NÃO IMPLICA QUALQUER APRECIÇÃO SOBRE A COMPANHIA, SENDO OS SEUS ADMINISTRADORES RESPONSÁVEIS PELA VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES PRESTADAS.

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 021008	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	3 - CNPJ 08764621000153
4 - DENOMINAÇÃO COMERCIAL GENERAL SHOPPING BRASIL S/A		
5 - DENOMINAÇÃO SOCIAL ANTERIOR GENERAL SHOPPING S/A		
6 - NIRE 35.300.340.833		
7 - SITE www.generalshopping.com.br		

01.02 - SEDE

1 - ENDEREÇO COMPLETO Av. Angélica, 2466 - 22 andar - Conj.221		2 - BAIRRO OU DISTRITO Cerqueira César	
3 - CEP 01228-200	4 - MUNICÍPIO São Paulo		5 - UF SP
6 - DDD 011	7 - TELEFONE 3159-3727	8 - TELEFONE -	9 - TELEFONE -
10 - TELEX			
11 - DDD 011	12 - FAX 3159-5100	13 - FAX -	14 - FAX -
15 - E-MAIL dri@generalshopping.com.br			

01.03 - DEPARTAMENTO DE ACIONISTAS
ATENDIMENTO NA EMPRESA

1 - NOME Alessandro Poli Veronezi				
2 - CARGO Diretor de Relações com Investidores				
3 - ENDEREÇO COMPLETO Av. Angélica, 2466 - 22 andar - Conj. 221			4 - BAIRRO OU DISTRITO Cerqueira César	
5 - CEP 01228-200	6 - MUNICÍPIO São Paulo			7 - UF SP
8 - DDD 011	9 - TELEFONE 3159-3727	10 - TELEFONE -	11 - TELEFONE -	12 - TELEX
13 - DDD 011	14 - FAX 3159-5100	15 - FAX -	16 - FAX -	
17 - E-MAIL dri@generalshopping.com.br				

AGENTE EMISSOR / INSTITUIÇÃO FINANCEIRA DEPOSITÁRIA

18 - NOME BANCO ITAÚ S.A				
19 - CONTATO Gercina Bueno				
20 - ENDEREÇO COMPLETO Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha, 100 - Torre Itausa			21 - BAIRRO OU DISTRITO São Paulo	
22 - CEP 04344-902	23 - MUNICÍPIO São Paulo			24 - UF SP
25 - DDD 011	26 - TELEFONE 5029-1809	27 - TELEFONE -	28 - TELEFONE -	29 - TELEX
30 - DDD 011	31 - FAX 5029-1917	32 - FAX -	33 - FAX -	
34 - E-MAIL gercina.bueno@itau.com.br				

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 02100-8	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	3 - CNPJ 08.764.621/0001-53

OUTROS LOCAIS DE ATENDIMENTO A ACIONISTAS

35 - ITEM	36 - MUNICÍPIO	37 - UF	38 - DDD	39 - TELEFONE	40 - TELEFONE
01				-	-
02				-	-
03				-	-
04				-	-

01.04 - DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES (Endereço para Correspondência com a Companhia)

1 - NOME Alessandro Poli Veronezi					
2 - ENDEREÇO COMPLETO Av. Angélica, 2466 - 22 andar - Conj.221				3 - BAIRRO OU DISTRITO Cerqueira César	
4 - CEP 01228-200		5 - MUNICÍPIO São Paulo			
		6 - UF SP			
7 - DDD 011	8 - TELEFONE 3159-3727	9 - TELEFONE -	10 - TELEFONE -	11 - TELEX	
12 - DDD 011	13 - FAX 3159-5100	14 - FAX -	15 - FAX -		
16 - E-MAIL dri@generalshopping.com.br					
17 - DIRETOR BRASILEIRO SIM	18 - CPF 153.188.398-27	18 - PASSAPORTE			

01.05 - REFERÊNCIA / AUDITOR

1 - DATA DE INÍCIO DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL 05/03/2007		2 - DATA DE TÉRMINO DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL 06/03/2007	
3 - DATA DE INÍCIO DO EXERCÍCIO SOCIAL EM CURSO 07/03/2007		4 - DATA DE TÉRMINO DO EXERCÍCIO SOCIAL EM CURSO 31/12/2007	
5 - NOME/RAZÃO SOCIAL DO AUDITOR Deloitte Touche Tomatsu Auditores Independentes			6 - CÓDIGO CVM 00385-9
7 - NOME DO RESPONSÁVEL TÉCNICO Ismar de Moura			8 - CPF DO RESP. TÉCNICO 051.550.278-29

01.06 - CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA

1 - BOLSA DE VALORES ONDE POSSUI REGISTRO				
☐ BVBAAL	☐ BVMESB	☐ BVPR	☐ BVRJ	☐ BVST
☐ BVES	☐ BVPP	☐ BVRG	☒ BOVESPA	
2 - MERCADO DE NEGOCIAÇÃO Bolsa				
3 - TIPO DE SITUAÇÃO Operacional				
4 - CÓDIGO DE ATIVIDADE 3990 - Emp. Adm. Part. - Sem Setor Principal				
5 - ATIVIDADE PRINCIPAL Administração de Shopping Centers				6 - AÇÕES PREF. COM CLASSES NÃO

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

01.07 - CONTROLE ACIONÁRIO / VALORES MOBILIÁRIOS

1 - NATUREZA DO CONTROLE ACIONÁRIO	
Privada Nacional	
2 - VALORES MOBILIÁRIOS EMITIDOS PELA CIA.	
☒ Ações	☐ Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI)
☐ Debêntures Conversíveis em Ações	☐ Notas Promissórias (NP)
☐ Ações Resgatáveis	☐ BDR
☐ Partes Beneficiárias	☐ Outros DESCRIÇÃO
☐ Debêntures Simples	
☐ Bônus de Subscrição	
☐ Certificado de Investimento Coletivo (CIC)	

01.08 - PUBLICAÇÕES DE DOCUMENTOS

1 - AVISO AOS ACIONISTAS SOBRE DISPONIBILIDADE DAS DFs.	2 - ATA DA AGO QUE APROVOU AS DFs.
3 - CONVOCAÇÃO DA AGO PARA APROVAÇÃO DAS DFs.	4 - PUBLICAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

01.09 - JORNAIS ONDE A CIA. DIVULGA INFORMAÇÕES

1 - ITEM	2 - TÍTULO DO JORNAL	3 - UF
01	Diário Oficial do Estado de SP	SP
02	Valor Econômico	SP

01.10 - DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

1 - DATA	2 - ASSINATURA
03/08/2007	

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 02100-8	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	3 - CNPJ 08.764.621/0001-53

02.01.01 - COMPOSIÇÃO ATUAL DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E DIRETORIA

1 - ITEM	2 - NOME DO ADMINISTRADOR	3 - CPF	4 - DATA DA ELEIÇÃO	5 - PRAZO DO MANDATO	6 - CÓDIGO TIPO DO ADMINISTRADOR *	7 - ELEITO P/ CONTROLADOR	8 - CARGO /FUNÇÃO	9 - FUNÇÃO
01	ALESSANDRO POLI VERONEZI	153.188.398-27	31/05/2007	2 anos	3	SIM	39	Presidente do C.A e Dir. Rel. Investidores
02	VICTOR POLI VERONEZI	166.159.638-09	31/05/2007	2 anos	3	SIM	39	Vice Pres C.A e Dir. Planej. e Expansão
03	ANA BEATRIZ POLI VERONEZI	250.431.058-79	31/05/2007	2 anos	2	SIM	22	Conselho de Administração (Efetivo)
04	FRANCISCO JOSÉ RITONDARO	245.935.728-19	31/05/2007	2 anos	2	SIM	22	Conselho de Administração (Efetivo)
05	ANTONIO DIAS NETO	176.904.078-11	31/05/2007	2 anos	2	SIM	22	Conselho de Administração (Efetivo)
06	EDGARD ANTONIO PEREIRA	024.674.808-79	31/05/2007	2 anos	2	NAO	29	Conselheiro Independente
07	WALDEMAR JEZLER FILHO	011.189.818-80	31/05/2007	2 anos	1		10	Diretor Presidente / Superintendente
08	RICARDO CASTRO DA SILVA	034.963.198-01	31/05/2007	2 anos	1		19	Diretor Financeiro
09	ALEXANDRE LOPES DIAS	176.904.088-93	31/05/2007	2 anos	1		19	Diretor de Marketing e Rel. Varjo

* CÓDIGO: 1 - PERTENCE APENAS À DIRETORIA;
2 - PERTENCE APENAS AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO;
3 - PERTENCE À DIRETORIA E AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

02.02 - EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA DE CADA CONSELHEIRO (ADMINISTRAÇÃO E FISCAL) E DIRETOR

Conselho de Administração

Alessandro Poli Veronezi. Nascido em 10 de junho de 1972. Graduado em Administração de Empresas pela EAESP/FGV – Fundação Getulio Vargas, São Paulo em 1992. Especialização em Administração Financeira pela EAESP/FGV – Fundação Getulio Vargas, São Paulo - 1993, Especialização em Administração Geral EAESP/FGV – Fundação Getulio Vargas, São Paulo – 1993, Especialização em Educação (Lato Sensu) pela UNG – Universidade Guarulhos – 1997, EMBA – Master in Business Administration – 1998 University of , Canadá / BSP, Mestrado em Ciências Sociais / Educação (Stricto Sensu) pela UNG – Universidade Guarulhos 1998. Experiência: 2003 – CSA – Companhia Securitizadora de Ativos - Vice-Presidente Conselho de Administração, 2003 – A Girafa Editora - Diretor Administrativo, 1999 – Instituto Brasileiro de Telecomunicações Eletrônica e Informática – Diretor, 1998 – Levian Participações e Empreendimentos - Internacional Shopping Guarulhos - Diretor Financeiro, 1996 – Publica Publicações e Edições - Sócio Diretor, 1996 – 2003 Universidade Guarulhos – Membro do Conselho Universitário - Membro do Conselho Fiscal, 1994 – 2002 Associação Paulista de Educação e Cultura – Assessor da Chancelaria - Diretor Assistente Financeiro, 1995 – 1999 Cotação DTVM S/A - Diretor Executivo, 1994 – 1998 Desconto Factoring Fomento Comercial – Diretor.

Victor P Veronezi. Nascido em 02 de novembro de 1973. Graduado em Economia pela FAAP – Fundação Armando Álvares Penteado, São Paulo em 1993. Extensão em Economia Internacional pela Universidade do Porto, Portugal, em 1994. Extensão em Comércio Internacional pela University of Miami, EUA, em 1994. Ocupou o cargo de diretor administrativo do Poli Shopping em 1993. Foi sócio-diretor da Grafpel Artes Gráficas de 1993 a 1996. Foi sócio-gerente da Publica Publicações e Edições de 1993 a 1996. Atuou como diretor administrativo do Internacional Shopping Guarulhos em 1998. Foi diretor do Instituto Brasileiro de Telecomunicações Eletrônica e Informática em 2000. Ocupou o cargo de Conselheiro na Companhia Securitizadora de Ativos – CSA em 2003. Foi diretor administrativo do Auto Shopping em 2006.

Ana Beatriz Poli Veronezi. Nascida em 30 de setembro de 1975. Graduada em Engenharia Civil pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo em 1997. Mestrado em Engenharia Civil (*Stricto Sensu*) pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, em 2005. Doutoranda em Engenharia Civil (*Stricto Sensu*) pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Experiência: Professora do Programa de Educação Continuada em Engenharia na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, em 2000. Pesquisadora do Núcleo de Real Estate/POLI/USP, em 1998-2000. Responsável pelo gerenciamento de obras - planta Volkswagen/Audi-PR e planta Volkswagen Anchieta-SP na Volkswagen do Brasil em 1997 e 1998. Responsável pelo gerenciamento de obras do Internacional Shopping Guarulhos, ABM em 1999. Diretora do Instituto Brasileiro de Telecomunicações Eletrônica e Informática.

02.02 - EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA DE CADA CONSELHEIRO (ADMINISTRAÇÃO E FISCAL) E DIRETOR

Antonio Dias Neto. Nascido em 25 de fevereiro de 1972. Graduado em Arquitetura pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Guarulhos, São Paulo, em 1995. Especialização em Teoria e Projeto na Restauração de Edifícios e Sítios Históricos pela Universidade Mackenzie, em 1999. Experiência: Professor das disciplinas de Projeto e Planejamento UNIBAN – Urbano na Universidade Bandeirante de São Paulo e na FMU – Faculdades Metropolitanas Unidas, desde 1996. Atua como arquiteto em escritório próprio. O Sr. Antônio Dias Neto e o Sr. Alexandre Lopes Dias são irmãos.

Francisco José Ritondaro. Nascido em 27 de novembro de 1973. Graduado em Economia pela FAAP – Fundação Armando Álvares Penteado em 1994, Pós-Graduado em Administração pela ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing em 1998, Especialização em Controladoria pela Faculdade Trevisan em 2002. Experiência: 2003 – Golf Participações Ltda – Gerente de Auditoria Interna, 1997 – A&H indústria e Comércio – Consultor Financeiro, 2003 – 2007 – Naturalen Argentina S/A – Sócio e Diretor Financeiro, 1999 - 2000 – IMI Construções Cíveis – Diretor Financeiro, 1997 – 2000 – Levian - Gerente Financeiro, 1995-1996 – Desconto Factoring Fomento Comercial Ltda – Operador Financeiro, 1993 – 1995 – Trevisan Auditores Independentes – Auditor.

Edgard Antonio Pereira. Nascido em 03 de março de 1959. Graduado em Economia pela UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Mestre em economia pelo Instituto de Economia Industrial do Rio de Janeiro - Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 1985. Doutor em economia pelo Instituto de Economia Industrial do Rio de Janeiro - Universidade Federal do Rio de Janeiro em 1996. Experiência: Desde 1983 - Professor do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) em 1995 – *Visiting Scholar – Research Associate* no departamento de economia da Universidade da Califórnia, Berkeley em 1994 - Secretário de Finanças da Prefeitura Municipal de Campinas em 1993 - Diretor Financeiro do Instituto de Previdência da Prefeitura Municipal de Campinas em 1990 e 1991. Secretário de Economia do Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento – 1990 - Diretor de Abastecimento e Preços da Secretaria Nacional de Economia do Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento - 1988/89 - Pesquisador do Instituto de Economia Industrial da Universidade Federal do Rio de Janeiro - 1989 e 1991/92 - Assessor econômico da Fundação José Bonifácio - Universidade Federal do Rio de Janeiro - 1986/87 - Secretário-adjunto para Preços Industriais da Secretaria Especial de Abastecimento e Preços do Ministério da Fazenda.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

02.02 - EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA DE CADA CONSELHEIRO (ADMINISTRAÇÃO E FISCAL) E DIRETOR

Diretores

Waldemar Jezler Filho. Nascido em 20 de abril de 1954. Graduado em Comunicação Social na ESPM – Escola Superior de Administração e Marketing. Foi gerente de propaganda, promoções e projetos especiais na Editora Abril Ltda. 1979-1981. Foi gerente de propaganda e promoções na Anderson Clayton do Brasil S.A. 1982-1984. Foi executivo de planejamento e atendimento na CBB & A Propaganda 1981-1982. Atuou na La Fonte Empresa de Shopping Centers, como Gerente e Diretor de *Marketing* dos *Shoppings* Iguatemi em São Paulo, Campinas e Porto Alegre 1984-1987. Foi diretor de planejamento na Univers Arquitetura/Trix Comunicações Ltda. 1987-1996. Foi responsável pela diretoria e superintendência do Superintendente do D&D. 1996-1997. Atuou como superintendente de gestão e implantação no Shopping Metrô Tatuapé 1997 à 2001. Foi Atuou como superintendente responsável pela implantação e administração geral do shopping Shopping Taboão e principal executivo do Grupo Nacional – Iguatemi em São Paulo 2002-2004. Foi diretor, responsável pelo planejamento, implantação e direção de *Shoppings* no Aliansce Shopping Centers 2005-2007.

Alessandro Poli Veronezi. Vide item “Conselho de Administração” acima para obter informações biográficas do Sr. Alessandro.

Ricardo Castro da Silva. Nascido em 23 de dezembro de 1964. Graduado em Economia pelo IMES, 1986. Financial Management Program GE em 1989. MBA em Finanças pelo IBMEC-SP em 1995. Experiência: Gerente de Contabilidade na GE de 1986 a 1990. Gerente de Planejamento Financeiro na Ford New Holland entre 1990-1992. Gerente Financeiro na Sterling Software de 1992 a 1994. Diretor de Fusões e Aquisições Banco Multiplic de 1994-1997. Diretor Financeiro da Central Lav lavanderias de 1997 a 2003. Diretor Financeiro entre 2003-2007 APEC.

Alexandre Lopes Dias. Nascido em 18 de novembro de 1973. Graduado em Administração de Empresas pela FAAP em 1994. Especialização em Administração pela EAESP/FGV – Fundação Getulio Vargas em 1998. MBA em Varejo pela FIA/FEA/USP, em 2000. Foi gerente de loja e gerente geral de operações na Dias Pastorinho S/A Com e Ind., de 1991- 1999. Atuou na Center Norte S/A, na área de *Marketing* dos *Shoppings* Center Norte e Lar Center de 1999-2003. Foi gerente geral na Dias Pastorinho S/A Com e Ind., até 2006. Atualmente é superintendente do Internacional Shopping Guarulhos e do Auto Shopping.

Victor Poli Veronezi. Vide item “Conselho de Administração” acima para obter informações biográficas do Sr. Victor.

Representação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

03.01 - EVENTOS RELATIVOS À DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL

1 - EVENTO BASE	2 - DATA DO EVENTO	3 - PESSOAS FÍSICAS E JURÍDICAS	4 - INVESTIDORES INSTITUCIONAIS	5 - ACORDO DE ACIONISTAS	6 - AÇÕES PREFER. COM DIREITO A VOTO	8 - DATA DO ÚLTIMO ACORDO DE ACIONISTAS
RCA	26/07/2007	5.088	81	NÃO	NÃO	
7 - AÇÕES PREFERENCIAIS COM DIREITO A VOTO						
AÇÕES EM CIRCULAÇÃO NO MERCADO						
9 - EXISTEM AÇÕES EM CIRCULAÇÃO						
NÃO						
ORDINÁRIAS		PREFERENCIAIS		TOTAL		
10 - QUANTIDADE (Unidade)		11 - PERCENTUAL		12 - QUANTIDADE (Unidade)		13 - PERCENTUAL
0		0,00		0		0,00
						0,00

16 - AÇÕES PREFERENCIAIS EM CIRCULAÇÃO NO MERCADO		
1 - CLASSE	2 - QUANTIDADE (Unidade)	3 - PERCENTUAL

Representação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ	5 - UF
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53	

03.02 - POSIÇÃO ACIONÁRIA DOS ACIONISTAS COM MAIS DE 5% DE AÇÕES ORDINÁRIAS E/OU PREFERENCIAIS

1 - ITEM	2 - NOME/RAZÃO SOCIAL				3 - CPF/CNPJ	4 - NACIONALIDADE	5 - UF	
6 - AÇÕES ORDINÁRIAS (Unidades)	7 - %	8 - AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	9 - %	10 - TOTAL DE AÇÕES (Unidades)	11 - %	12 - COMP. CAP. SOC.	13 - PART. NO ACORDO DE ACIONISTAS	14 - CONTROLADOR
15/1 - CLASSE	15/2 - QTD. AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	15/3 - % PREFERENCIAIS						
001	GOLF PARTICIPAÇÕES LTDA					02.029.632-0001/03	BRASILEIRA	SP
	27.066.312	54,68	0	0,00	27.066.312	54,68	31/03/2007	SIM
997	AÇÕES EM TESOURARIA							
	0	0,00	0	0,00	0	0,00		
998	OUTROS							
	22.433.688	45,32	0	0,00	22.433.688	45,32		
999	TOTAL							
	49.500.000	100,00	0	0,00	49.500.000	100,00		

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

03.03 - DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DOS ACIONISTAS COM MAIS DE 5% DAS AÇÕES ORDINARIAS E/OU PREFERENCIAIS

1 - ITEM		2 - NOME/RAZÃO SOCIAL				3 - CPF/CNPJ	4 - NACIONALIDADE	5 - UF
6 - AÇÕES ORDINÁRIAS/ COTAS (Unidades)	7 - %	8 - AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	9 - %	10 - AÇÕES/COTAS TOTAL (Unidades)	11 - %	12 - COMP. CAP. SOC.		

[illegible]

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

04.01 - COMPOSIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

1 - Data da Última Alteração: 26/07/2007

2 - ITEM	3 - ESPÉCIE DAS AÇÕES	4 - NOMINATIVA OU ESCRITURAL	5 - VALOR NOMINAL (Reais)	6 - QTD. DE AÇÕES (Unidades)	7 - SUBSCRITO (Reais)	8 - INTEGRALIZADO (Reais)
01	ORDINÁRIAS	ESCRITURAL		49.500.000	304.084.763	304.084.763
02	PREFERENCIAIS			0	0	0
03	PREFERENCIAIS CLASSE A			0	0	0
04	PREFERENCIAIS CLASSE B			0	0	0
05	PREFERENCIAIS CLASSE C			0	0	0
06	PREFERENCIAIS CLASSE D			0	0	0
07	PREFERENCIAIS CLASSE E			0	0	0
08	PREFERENCIAIS CLASSE F			0	0	0
09	PREFERENCIAIS CLASSE G			0	0	0
10	PREFERENCIAIS CLASSE H			0	0	0
11	PREFER. OUTRAS CLASSES			0	0	0
99	TOTAIS			49.500.000	304.084.763	304.084.763

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

04.02 - CAPITAL SOCIAL SUBSCRITO E ALTERAÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS

1 - ITEM	2 - DATA DA ALTERAÇÃO	3 - VALOR DO CAPITAL SOCIAL (Reais)	4 - VALOR DA ALTERAÇÃO (Reais)	5 - ORIGEM DA ALTERAÇÃO	7 - QUANTIDADE DE AÇÕES EMITIDAS (Unidades)	8 - PREÇO DA AÇÃO NA EMISSÃO (Reais)
01	06/03/2007	9.000	9.000	Subscrição Particular em Dinheiro	9.000	1,000000000000
02	31/03/2007	31.084.763	31.075.763	Subscrição em Bens ou Créditos	31.084.763	1,000000000000
03	26/07/2007	304.084.763	273.000.000	Subscrição Pública	19.500.000	14,000000000000

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

04.03 - BONIFICAÇÃO / DESDOBRAMENTO OU GRUPAMENTO DE AÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS

1- ITEM	2 - DATA APROVAÇÃO	3 - VALOR NOMINAL POR AÇÃO ANTES DA APROVAÇÃO (Reais)	4 - VALOR NOMINAL POR AÇÃO DEPOIS DA APROVAÇÃO (Reais)	5 - QUANTIDADE DE AÇÕES ANTES DA APROVAÇÃO (Unidades)	6 - QUANTIDADE DE AÇÕES DEPOIS DA APROVAÇÃO (Unidades)
01	31/05/2007			31.084.763	50.000.000
02	21/06/2007			50.000.000	30.000.000

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

04.04 - CAPITAL SOCIAL AUTORIZADO

1 - QUANTIDADE (Unidades)	2 - VALOR (Reais)	3 - DATA DA AUTORIZAÇÃO
65.000.000	0	21/06/2007

04.05 - COMPOSIÇÃO DO CAPITAL AUTORIZADO

1- ITEM	2 - ESPÉCIE	3 - CLASSE	4 - QUANTIDADE DE AÇÕES AUTORIZADAS À EMISSÃO (Unidades)
01	ORDINÁRIAS		65.000.000

Representação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

06.03 - DISPOSIÇÕES ESTATUTÁRIAS DO CAPITAL SOCIAL

1 - ITEM	2 - ESPÉCIE DA AÇÃO	3 - CLASSE DA AÇÃO	4 - % DO CAPITAL SOCIAL	5 - CONVERSÍVEL	6 - CONVERTE EM	7 - DIREITO A VOTO	8 - TAG ALONG %	9 - PRIORIDADE NO REEMBOLSO DE CAPITAL	17 - OBSERVAÇÃO
10 - PRÊMIO	11 - TIPO DE DIVIDENDO	12 - % DIVIDENDO	13 - R\$/AÇÃO	14 - CUMULATIVO	15 - PRIORITÁRIO	16 - CALCULADO SOBRE			
01	ORDINÁRIA		100,00	NÃO		PLENO	100,00		
			0,00	0,00000					

06.04 - MODIFICAÇÃO ESTATUTÁRIA/DIVIDENDO OBRIGATÓRIO

1 - DATA DA ÚLTIMA MODIFICAÇÃO DO ESTATUTO	2 - DIVIDENDO OBRIGATÓRIO (% DO LUCRO)
21/06/2007	25,00

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

07.01 - REMUNERAÇÃO E PARTICIPAÇÃO DOS ADMINISTRADORES NO LUCRO

1 - PARTICIPAÇÃO DOS ADMINISTRADORES NO LUCRO	2 - VALOR DA REMUNERAÇÃO GLOBAL DOS ADMINISTRADORES (Reais)	3 - PERIODICIDADE
NÃO	5.000.000	ANUAL

07.02 - PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS

1 - DATA FINAL DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL:

2 - DATA FINAL DO PENÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL:

3 - DATA FINAL DO ANTEPENÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL:

4 - ITEM	5 - DESCRIÇÃO DAS PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES	6 - VALOR DO ÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)	7 - VALOR DO PENÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)	8 - VALOR DO ANTEPENÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)
01	PARTICIPAÇÕES-DEBENTURISTAS	0	0	0
02	PARTICIPAÇÕES-EMPREGADOS	0	0	0
03	PARTICIPAÇÕES-ADMINISTRADORES	0	0	0
04	PARTIC.-PARTES BENEFICIÁRIAS	0	0	0
05	CONTRIBUIÇÕES FDO. ASSISTÊNCIA	0	0	0
06	CONTRIBUIÇÕES FDO. PREVIDÊNCIA	0	0	0
07	OUTRAS CONTRIBUIÇÕES	0	0	0
08	LUCRO LÍQUIDO NO EXERCÍCIO	0	0	0
09	PREJUÍZO LÍQUIDO NO EXERCÍCIO	0	0	0

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

07.03 - PARTICIPAÇÕES EM SOCIEDADES CONTROLADAS E/OU COLIGADAS

1 - ITEM	2 - RAZÃO SOCIAL DA CONTROLADA/COLIGADA	3 - CNPJ	4 - CLASSIFICAÇÃO	5 - % PARTICIPAÇÃO NO CAPITAL DA INVESTIDORA	6 - % PATRIMÔNIO LÍQUIDO DA INVESTIDORA
7 - TIPO DE EMPRESA	8 - INÍCIO ÚLTIMO EXERC. SOCIAL	9 - FINAL ÚLTIMO EXERC. SOCIAL	10 - QTD. AÇÕES ÚLTIMO EXERC. SOCIAL	11 - FINAL DO ANTEPENÚLT. EXERC. SOCIAL	12 - QTD. AÇÕES ANTEPENÚLTIMO EXERC. SOCIAL
13 - INÍCIO PERÍODO EXERCÍCIO SOCIAL	14 - FINAL PERÍODO EXERC. SOCIAL	15 - QTD. AÇÕES ÚLTIMO EXERC. SOCIAL	16 - FINAL DO ANTEPENÚLT. EXERC. SOCIAL	17 - QTD. AÇÕES ANTEPENÚLTIMO EXERC. SOCIAL	18 - QTD. AÇÕES ÚLTIMO EXERC. SOCIAL
01	LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA	58.487.141/0001-60	FECHADA CONTROLADA	100,00	97,17
EMPRESA COMERCIAL, INDUSTRIAL E OUTRAS		01/01/2006	31/12/2006		17.452.000
01/01/2005	31/12/2005	17.452.000	01/01/2004	31/12/2004	17.452.000
02	ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA	08.644.681/0001-32	FECHADA CONTROLADA	100,00	2,82
EMPRESA COMERCIAL, INDUSTRIAL E OUTRAS					0
		0			0
03	ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA	68.471.739/0001-15	INVESTIDA DA CONTROLADA/COLIGADA	99,28	51,19
EMPRESA COMERCIAL, INDUSTRIAL E OUTRAS		01/01/2006	31/12/2006		13.544.875
01/01/2005	31/12/2005	13.544.875	01/01/2004	31/12/2004	13.544.875
04	SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA	02.001.679/0001-69	INVESTIDA DA CONTROLADA/COLIGADA	100,00	8,32
EMPRESA COMERCIAL, INDUSTRIAL E OUTRAS		01/01/2006	31/12/2006		40.000
01/01/2005	31/12/2005	40.000	01/01/2004	31/12/2004	40.000

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

VISÃO GERAL

Temos participação expressiva no mercado de *Shopping Centers* do Brasil, com 105,9 mil m² de ABL própria. Possuímos quatro *Shopping Centers* em operação e um em construção, nos quais detemos uma participação proporcional média de 83,2%. Juntos, esses *Shopping Centers* apresentam 243,2 mil m² de ABC, 127,2 mil m² de ABL, cerca de 765 lojas com vendas totais informadas de R\$903,8 milhões em 2006 e aproximadamente 40 milhões de visitantes em 2006. Entre 2004 e 2006, nossa receita operacional líquida cresceu a uma taxa anual média composta de 20,1%.

Participamos ativamente desde a prospecção até o planejamento, desenvolvimento e investimento de nossos *Shopping Centers*. Adicionalmente, comercializamos e administramos nossos empreendimentos, prestamos serviços de administração de estacionamentos e de gerenciamento do suprimento de energia elétrica e água dos nossos *Shopping Centers*.

Nossos *Shopping Centers* estão estrategicamente 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. Três de nossos *Shopping Centers* 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 os nossos outros *Shopping Centers* localizam-se nas regiões central e norte da cidade de São Paulo. Nosso principal *Shopping Center*, o Internacional Shopping Guarulhos, é, isoladamente, o maior *Shopping Center* da região metropolitana de São Paulo e o 6º maior do País em termos de ABL, de acordo com a ABRASCE.

Iniciamos as nossas atividades no setor de *Shopping Centers* em 1989 com a inauguração do Poli Shopping, localizado na cidade de Guarulhos. Em linha com nossa estratégia de negócios, desde 2006 temos expandido as nossas atividades por meio do desenvolvimento de novos empreendimentos, da aquisição de participações em empreendimentos existentes, da expansão de nossos *Shopping Centers* e da aquisição de terrenos para construção de novos *Shopping Centers*.

Abaixo apresentamos as principais informações operacionais e financeiras dos *Shopping Centers* em que detemos participação:

<i>Shopping Center</i>	Estado	Data de Inauguração/Aquisição	Part. (%) ⁽¹⁾	ABL Total (m ²)	ABL Própria (m ²)	Nº Lojas ⁽²⁾	Visitantes/Ano (em milhares)	No exercício social encerrado em 31 de Dezembro de 2006	
								Vendas Informadas pelos Lojistas ⁽⁹⁾ (R\$ em milhares)	Resultado Operacional do Shopping Center ⁽³⁾ (R\$ em milhares)
Poli Shopping ⁽⁴⁾	São Paulo	1989	50,0%	4.527	2.264	52	6.000	30.504	146
Internacional Shopping Guarulhos	São Paulo	1998	100,0%	72.958	72.958	292	23.500	684.519	27.943
Auto Shopping	São Paulo	2006	100,0%	11.477	11.477	80	360	126.000 ⁽⁵⁾ (6)	3.500 ⁽⁵⁾ (6)
Santana Parque Shopping ⁽⁷⁾	São Paulo	2007	50,0%	24.136	12.068	207	-	-	-
Shopping Light ⁽⁸⁾	São	2007	50,1%	14.140	7.092	134	12.000	62.815	535

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Total	Paulo	83,20%	127.238	105.858	765	41.860	903.838	32.124

Notas:

(1) Considera nossa participação na data deste Prospecto Preliminar.

(2) Inclui lojas que compõem nossa ABL e lojas de terceiros.

(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde à receita bruta de cada um dos *Shopping Centers*, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, incluindo depreciação e amortização. Reconhecemos em nossas demonstrações financeiras, as receitas e despesas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços.

(4) Dados atuais antes do processo de expansão que se pretende realizar.

(5) Dados estimados por nós com base em informações fornecidas pelos lojistas.

(6) Dado anualizado, já que este foi inaugurado em 23 de setembro de 2006.

(7) *Shopping Center* em construção com inauguração prevista para Outubro de 2007.

(8) Aquisição de participação no *Shopping Center* em junho de 2007. Dados referentes a 2006, quando não detínhamos participação societária.

(9) As vendas informadas pelos lojistas não tem relação direta com os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços os quais são registrados e divulgados em nossas demonstrações financeiras

A tabela abaixo apresenta algumas de nossas informações financeiras e operacionais combinadas para os períodos indicados:

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de			1º Trimestre de	
	(em R\$ mil, exceto se de outra forma indicado)				
	2004	2005	2006	2006	2007
Receita Bruta	30.825	37.703	44.427	10.709	12.372
Aluguéis ⁽¹⁾	30.825	32.401	34.430	8.502	9.785
Serviços	--	5.302	9.997	2.207	2.587
Lucro (Prejuízo) Líquido	(13.919)	(5.260)	1.614	5.935	4.547
Receita Líquida	25.563	31.491	37.266	9.263	10.726
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	13.525	14.179	26.274	13.924	32.477
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	105.692	116.511	110.980	117.858	105.647
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo com Partes Relacionadas	135.660	135.340	137.378	138.569	5.709
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo com Partes Relacionadas	-	-	-	-	14.217
Cédulas de Crédito Imobiliário (curto prazo)	-	-	1.634	-	1.819
Cédulas de Crédito Imobiliário (longo prazo)	-	-	13.888	-	13.626
Outras informações financeiras:					
EBITDA ⁽²⁾	14.786	22.769	30.780	6.432	8.080
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	14.988	23.055	24.640	6.432	8.257
Margem de EBITDA Ajustado ⁽³⁾	58,6%	73,2%	66,2%	69,4%	77,0%
Outras informações operacionais:					
ABL Shopping Centers (m ²) ^{(4) (5)}	76.240	77.485	88.962	77.485	88.962
ABL Companhia (m ²) ⁽⁵⁾	73.977	75.222	86.699	75.222	86.699 ⁽⁶⁾

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

⁽¹⁾ Inclui receitas de aluguéis, cessão de direitos de uso de *malls* e *merchandising*.

⁽²⁾ O EBITDA consiste no lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização. O EBITDA Ajustado é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização, do resultado não operacional e das despesas identificadas pela administração relacionadas à reorganização societária para fins desta oferta pública de ações. O EBITDA e o EBITDA Ajustado não são medidas de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, tampouco devem ser considerados isoladamente, ou como alternativas ao lucro líquido, medidas de desempenho operacional, alternativas aos fluxos de caixa operacionais, ou medidas de liquidez. Outras empresas podem calcular o EBITDA e o EBITDA Ajustado de maneira diferente de nós. Em razão de não serem consideradas para seus cálculos as despesas e receitas com juros (financeiras), o imposto de renda, a contribuição social, a depreciação e a amortização, o EBITDA e o EBITDA Ajustado funcionam como indicadores de nosso desempenho econômico geral, que não é afetado por flutuações das taxas de juros, alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social ou dos níveis de depreciação e amortização. Consequentemente, acreditamos que o EBITDA e o EBITDA Ajustado funcionam como ferramentas significativas para comparar, periodicamente, nosso desempenho operacional, bem como para embasar determinadas decisões de natureza administrativa.

⁽³⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

⁽⁴⁾ Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, consequentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*).

⁽⁵⁾ Reflete a ABL no final do período.

⁽⁶⁾ Inclui Poli Shopping, Internacional Shopping Guarulhos e Auto Shopping.

VANTAGENS COMPETITIVAS

Acreditamos que nossas principais vantagens competitivas são as seguintes:

Participações majoritárias. Detemos, no mínimo, 50% de participação em todos os nossos empreendimentos, o que nos diferencia de nossos principais concorrentes. Dessa maneira, conseguimos determinar as diretrizes e estratégias dos *Shopping Centers* nos quais investimos, alinhando-as com nossas expectativas de criação de valor para nossos acionistas.

Portfólio diversificado e composto por ativos de alta qualidade. Nosso portfólio é diversificado e balanceado tanto por segmento de renda assim como por tipo de empreendimento. Nossa carteira de ativos atende às Classes A, B e C e é composta por um empreendimento regional, três de vizinhança e um temático. Possuímos *Shopping Centers* de alta qualidade estrategicamente localizados em regiões populosas e de alto potencial de vendas por metro quadrado, proporcionando-nos dominância nas Áreas Primárias de nossos *Shopping Centers*. Dessa maneira, conseguimos atrair e manter os principais varejistas do País em nossos empreendimentos. A diversidade e qualidade de nosso portfólio minimizam as flutuações de nossas receitas e nos possibilitam capturar melhorias de poder aquisitivo em qualquer faixa de renda.

Potencial de crescimento com altas margens e forte geração de caixa. Temos apresentado um forte crescimento de receita e de geração de caixa. De 2004 a 2006, a nossa receita operacional líquida do mesmo ABL cresceu a uma taxa anual média composta de 20,1%, comparada à taxa de 9,2% do setor. A nossa receita operacional líquida do mesmo ABL nos primeiros três meses de 2007 cresceu 5% em relação à receita operacional líquida no mesmo período de 2006 e a nossa margem EBITDA Ajustado cresceu de 58,6% em 2004 para 66,2% em 2006, e para 77,0% nos três primeiros meses de 2007, contribuindo para uma forte geração de caixa. Além do crescimento da receita operacional líquida do mesmo ABL, temos crescido significativamente por meio da expansão de nossos *Shopping Centers* atuais (através do aumento de ABL e readequação do *mix* de lojas) e aquisição e desenvolvimento de novos *Shopping Centers*. Acreditamos que esse histórico de crescimento demonstra a capacidade de nossos administradores em executar nossa estratégia e plano de negócios.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Relacionamento próximo com nossos lojistas e inteligência de varejo. Mantemos um forte relacionamento com uma base extensa e diversificada de lojistas âncoras e satélites. Desenvolvemos estratégias de negócio que vão além de questões meramente imobiliárias. Nesse sentido, utilizamos nossa inteligência de varejo desenvolvida ao longo de nossos 18 anos de experiência em operações de *Shopping Centers*, junto com constantes pesquisas de mercado que realizamos, para comparar e avaliar, em conjunto com nossos lojistas, a venda esperada do mercado por região e ramo de atividade com os resultados de suas operações. Assim, alcançamos melhores resultados tanto para o lojista como para nosso empreendimento, fato comprovado pelos prêmios recebidos da Associação Brasileira de Lojistas de *Shopping Centers*. Acreditamos que esse relacionamento com nossos lojistas é fator importante no sucesso de suas operações e nos confere credibilidade para atrair e manter os principais varejistas em nossos *Shopping Centers*.

Crescente atividade de prestação de serviços complementares. Nossa receita operacional líquida advinda de nossas atividades de prestação de serviços complementares aos nossos *Shopping Centers* que era inexistente em 2004 atingiu aproximadamente R\$10,0 milhões em 2006. Ao longo dos nossos 18 anos de atuação no segmento de *Shopping Centers*, desenvolvemos experiência na comercialização e administração de *Shopping Centers*, administração de estacionamento e gestão do suprimento de energia elétrica e água dos *Shopping Centers* nos quais detemos participação. A prestação de serviços complementares nos permite diversificar nossas fontes de receita e ampliar nosso conhecimento operacional, tendo em vista que tais fontes de receita são menos suscetíveis a variações no volume de vendas. Pretendemos continuar expandindo a prestação de serviços complementares nos empreendimentos em que possuímos participação.

Administração experiente. Contamos com uma equipe de administradores experientes, com uma média de 11 anos no setor de *Shopping Centers* e competência para implementar e executar nosso plano de negócios e estratégia de crescimento, focada nas relações com varejistas e desenvolvimento de novos negócios. Nossa longa experiência no setor nos proporciona conhecimento para gerenciar *Shopping Centers* de maneira eficiente e produtiva.

NOSSA ESTRATÉGIA

Nossas principais estratégias comerciais, financeiras e de investimentos são:

Expansão dos *Shopping Centers* atuais. Acreditamos que a experiência de mais de 18 anos dos nossos administradores nos confere conhecimento para concluir com sucesso os projetos de expansão de nossos atuais *Shopping Centers*. No quarto trimestre de 2007, pretendemos iniciar a expansão do Poli Shopping, aumentando sua ABL em aproximadamente 11.000 m², além de 4.400 m² para a instalação de escritórios, com investimentos de aproximadamente R\$36,9 milhões. No início de 2008, pretendemos realizar expansões no Internacional Shopping Guarulhos, ampliando sua ABL em 3.000 m², com investimentos de R\$5,2 milhões. Acreditamos que a expansão orgânica é bastante atrativa por gerar ganhos de escala e maximizar nossas receitas de locação de ativos, aumentando a rentabilidade de nossos ativos.

Prospecção, planejamento e desenvolvimento de novos *Shopping Centers*. Pretendemos aproveitar oportunidades atrativas no mercado brasileiro de *Shopping Centers*, que possui grande potencial de crescimento, para crescer por meio do desenvolvimento de novos empreendimentos. Crescemos significativamente nos últimos anos e acreditamos que nossos administradores possuem a experiência e o conhecimento necessários para prospectar e identificar novas oportunidades atrativas de desenvolvimento de novos *Shopping Centers*. Sempre realizamos estudos e análises criteriosas para procurar assegurar o sucesso e

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

rentabilidade de nossos empreendimentos. Atualmente, possuímos um *Shopping Center* em fase final de construção, o Santana Parque Shopping, com ABL total de 24.136 m² e inauguração prevista para outubro deste ano. Além disso, temos uma promessa de compra de 90% de um terreno com 60.000 m² e potencial para 32.000 m² de ABL, localizado no Jardim Sulacap, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, estado do Rio de Janeiro, para a construção de um *Shopping Center* a ser inaugurado em janeiro de 2009.

Aquisição de participações em Shopping Centers existentes e aumento de participação em nossos Shopping Centers. O mercado brasileiro de *Shopping Centers* é bastante fragmentado, oferecendo oportunidades de consolidação. Pretendemos expandir nosso portfólio por meio do aumento de nossa participação nos *Shopping Centers* da nossa atual carteira, aquisições de participações em *Shopping Centers* de terceiros e aquisições de outras empresas que atuam no segmento de *Shopping Centers*. Prospectamos e analisamos de forma criteriosa as aquisições de participação em *Shopping Centers*, procurando oportunidades atrativas que possam maximizar a rentabilidade e a criação de valor para nossos acionistas. Acreditamos que aquisições de novas participações nos permitem ampliar nossa rede de relacionamento com os lojistas, enquanto o aumento de participações nos nossos *Shopping Centers* nos gera ganhos de escala e eficiência operacional, pois há um incremento da receita sem um aumento do custo no acompanhamento do empreendimento, uma vez que já conhecemos profundamente os nossos ativos.

Desenvolvimento de projetos de uso misto. Pretendemos ampliar nossos empreendimentos desenvolvendo, diretamente ou por meio de parcerias, empreendimentos de uso misto e que ofereçam sinergia, conforme o modelo *Power Center*. Acreditamos que, além da rentabilidade que tais operações podem oferecer, somos também beneficiados pela concentração de público em torno desses empreendimentos, o que aumenta nosso fluxo de consumidores. Ademais, entendemos que o maior volume de investimentos e concentração de público servem também como barreira de entrada à concorrência. Atualmente, estamos finalizando o projeto do Centro de Convenções Internacional que estará localizado junto ao Internacional Shopping Guarulhos e o Auto Shopping. Esse espaço terá 25,73 mil m² e complementará o complexo formado por referidos *Shopping Centers* e um *campus* universitário. Sua inauguração está prevista para o primeiro trimestre de 2009. Pretendemos também construir uma torre *office* integrada ao Poli Shopping para atender a demanda de escritórios da região, com 5.000 m² de ABC e previsão de inauguração em janeiro de 2010.

Valorização dos nossos ativos e de ativos adquiridos. Pretendemos continuar investindo em pesquisas e análises de potenciais melhorias nos nossos *Shopping Centers* e nos *Shopping Centers* prospectados para aquisição. Pretendemos utilizar a *expertise* dos nossos Administradores para implementar potenciais melhorias por meio da readequação do *mix* de lojas, ampliações e diversificações de uso das áreas, que resultam na redução da vacância, no aumento da produtividade e da margem operacional líquida e, conseqüentemente, na valorização dos *Shopping Centers*. Um bom exemplo disso é a aquisição do Shopping Light, *Shopping Center* que apresenta, atualmente, um resultado operacional abaixo do que consideramos ideal e que passará por uma reestruturação através da readequação de seu *mix* e diversificação do uso de sua área. Também pretendemos expandir a oferta de prestação de serviços complementares em nossos empreendimentos.

Flexibilidade na formação de parcerias. Pretendemos continuar formando parcerias com empreendedores locais e com prestadores de serviços que possuam capacidade e conhecimento necessários para o sucesso de empreendimentos nas diferentes regiões do País. Acreditamos que nosso modelo de negócios nos permite otimizar nossos esforços na prospecção de novas oportunidades de crescimento em detrimento da criação de uma estrutura mais complexa para prestação de serviços em localidades onde não possuímos *expertise* de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

administração e comercialização. As parcerias que formamos no Santana Parque Shopping faz parte de nossa estratégia de utilizar nosso *expertise* em administração para melhoria do empreendimento e comercialização com um *mix* adequado de Lojas Âncoras e Lojas Satélites.

Histórico

Nossos acionistas controladores foram pioneiros no comércio de varejo na cidade de Guarulhos. Esse histórico levou a um profundo conhecimento do mercado de varejo local, razão pela qual a maioria de nossos *Shopping Centers* concentraram-se inicialmente naquela região. Nossas atividades de *Shopping Centers* iniciaram-se em 1989 com a inauguração do Poli Shopping em Guarulhos, sucessor de uma loja de departamentos que, seguindo a tendência da época, retraía-se e dava espaço a centros de compra com diversas operações especializadas. Assim, começamos a sofisticar nossas operações de varejo, reunindo componentes imobiliários.

Com a experiência adquirida, optamos pela expansão das atividades no setor de *Shopping Centers*, com a inauguração do Internacional Shopping Guarulhos, em 1998. Buscando aumentar nossa participação no setor, iniciamos o planejamento do Internacional Shopping Guarulhos como um *Power Center* com a implantação do Auto Shopping em 2006.

Com o objetivo de diversificar a área geográfica de atuação, iniciamos a prospecção de novos projetos a serem desenvolvidos ou adquiridos, como o Santana Parque Shopping, em 2005, bem como o Shopping Light, recém adquirido.

Estrutura Societária e Reorganizações Societárias Recentes

No primeiro trimestre de 2007 realizamos diversas operações societárias, por meio das quais a participação detida no capital social das sociedades com atividades de *Shopping Centers*, bem como a participação detida no capital social das sociedades prestadoras de serviços aos *Shopping Centers* foram agrupadas, respectivamente, sob duas empresas distintas, ambas integralmente controladas pela nossa Companhia, quais sejam: (i) *Levian* e (ii) *Atlas*.

Referida reorganização societária iniciou-se em janeiro de 2007, quando o capital social da *Golf Participações*, antiga *holding* do grupo e um dos nossos acionistas controladores, foi aumentado de R\$40.000,00, para R\$4.899.572,00, mediante a emissão de 4.859.572 novas quotas sociais que foram integralizadas, mediante conferência de participações que os quotistas detinham nas seguintes sociedades: (i) *ISG Adm.*; (ii) *Park Shopping Administradora*; (iii) *I Park*; (iv) *Wass*; (v) *Levian*; (vi) *Poli Empreendimentos*; e (vii) *Atlas*.

Posteriormente, por meio de operação de cessões de crédito, a *Golf Participações* passou a deter contra *Levian* créditos que foram utilizados para aumento de capital nessa sociedade. Houve, ainda, a aquisição, pela *Golf Participações*, da totalidade das quotas da *Levian* que eram detidas pela *Key West*, passando a *Golf Participações* a ser a detentora da totalidade do capital social desta sociedade.

Posteriormente, a *Golf Participações* transferiu para *Levian* a totalidade das quotas que detinha no capital social da *ABK*, na *Park Shopping Administradora* e na *Poli Empreendimentos*. A *ABK*, por meio de dação em pagamento, transferiu à *Levian* a totalidade das quotas que detinha no capital social da *ASG Adm.*

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Em continuidade à referida reorganização, a Golf Participações, única sócia da Atlas decidiu aumentar o capital social desta sociedade, mediante à conferência de participações societárias detidas nas seguintes sociedades: (i) ISG Adm; (ii) Wass; e (iii) I Park.

Posteriormente, ainda buscando a concentração das sociedades investidoras nos *Shopping Centers* e as prestadoras de serviços em duas sociedades distintas, no final de março de 2007, a Golf Participações adquiriu a totalidade das quotas da América Shopping Administradora e Incorporadora Ltda. e a Atlas adquiriu as quotas da Park Shopping Administradora.

Nessa mesma época, a Golf Participações aumentou o capital social da Levian mediante a conferência de participações societárias detidas na Send.

No final de março de 2007, houve uma cisão da Levian e o acervo cindido foi incorporado pela Atlas mediante o aumento da participação da Golf Participações nesta sociedade. Tal acervo era composto pelo investimento da Levian na (i) ISG Adm; (ii) ASG Adm.; e na (iii) Energy.

Tal reorganização societária culminou com a realização, em 31 de março de 2007, da Assembléia Geral Extraordinária da Companhia, na qual foi deliberado o aumento do capital social de R\$9.000,00 para R\$31.084.763,00, mediante a emissão de 31.075.763 ações ordinárias nominativas, todas totalmente subscritas pela Golf Participações, e por ela integralizadas mediante a conferência à Companhia da totalidade das quotas de emissão da Levian e da Atlas. Como resultado de referida transação, a Companhia passou a ser detentora da totalidade das quotas da Levian e da Atlas e a Golf Participações passou a ser nossa Controladora.

Ainda em continuidade à nossa reestruturação societária e visando concentrar as nossas atividades de *Shopping Centers* na Levian, em abril deste ano, a Golf Participações aumentou sua participação no capital social da nossa Companhia, que por sua vez aumentou a participação no capital social da Levian, mediante conferência de participações detidas nas seguintes sociedades: (i) Securis; (ii) Delta; (iii) Lumen Shopping Administradora e Incorporadora Ltda.; e (iv) Lux.

Aquisições Recentes

Em junho de 2007, adquirimos o direito de uso do Shopping Light, bem como adquirimos o imóvel do Shopping Light, instalado em edifício histórico (antiga sede da Cia. Light&Power de Eletricidade) no centro da cidade de São Paulo sobre a estação Anhangabaú do Metrô. Segundo dados compilados pela IPDM, há 63 mil entradas diárias em referida estação. O público do Shopping Light é composto por pessoas que frequentam a região central da cidade. Segundo estimativas do IPDM aproximadamente 496 mil pessoas por mês passam em torno do *Shopping*.

Ainda em junho desse ano, adquirimos um terreno de 4.010 m² junto ao Santana Parque Shopping que nos possibilitará ampliação deste *Shopping* no futuro. Esse espaço será utilizado, a princípio, como estacionamento para nossos clientes.

Além disso, em junho de 2007, também celebramos uma promessa de compra de 90% de um terreno de 60.000 m², localizado no Jardim Sulacap, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, estado do Rio de Janeiro, para a construção de um *Shopping Center* com capacidade para até 32.000 m² de ABL, a ser inaugurado em janeiro de 2009.

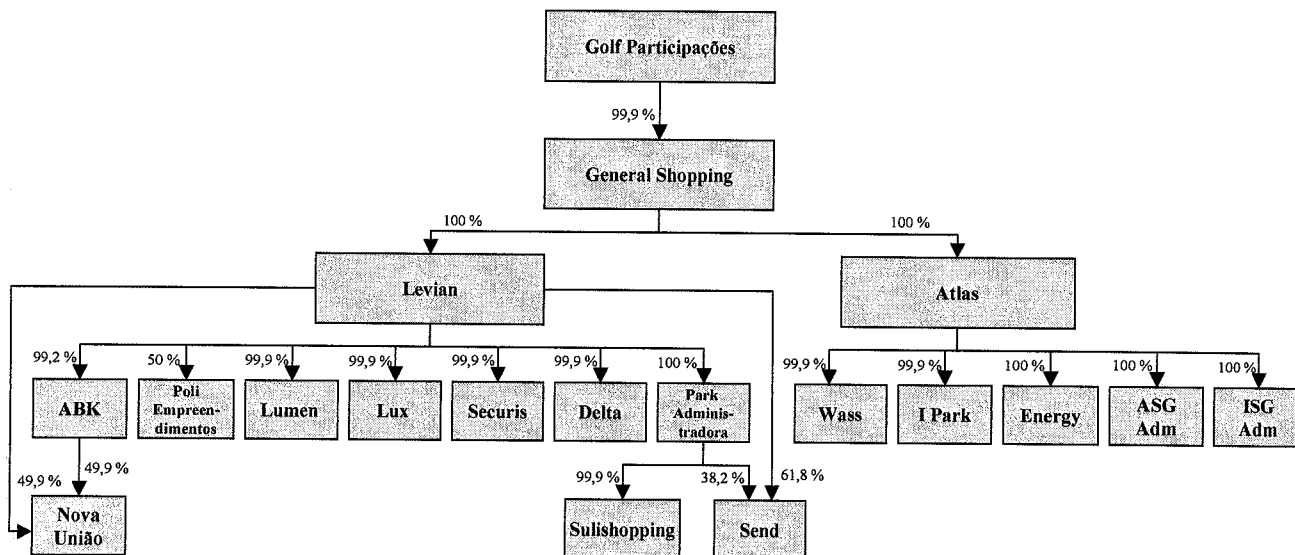
Estrutura Societária

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

O organograma a seguir indica nossa composição societária, bem como nossa participação em *Shopping Centers*:



Sociedades Controladas Relevantes

Abaixo segue descrição de nossas subsidiárias Levian e Atlas e suas respectivas controladas.

Levian

Detemos a totalidade do capital social da Levian, a qual tem como objeto social: (i) a administração de bens próprios, (ii) a participação em outras Sociedades, e (iii) demais atividades correlatas. Por meio dessa sociedade, detemos participações societárias nos seguintes sociedades:

- ABK que tem por objeto a administração de bens próprios e a participação em outras sociedades. Atualmente, a ABK é detentora, de uma fração ideal de 50% de cada um dos condomínios civis do Auto Shopping e Internacional Shopping Guarulhos.
- Poli Empreendimentos que tem por objeto a exploração do ramo de *Shopping Center* por meio da locação de imóveis próprios ou sublocação de imóveis locados de terceiros. Atualmente, a Poli Empreendimentos é a detentora do Poli Shopping.
- Park Shopping Administradora que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários. Atualmente, a Park Shopping Administradora é detentora, juntamente com a Send e a Sulishopping, de 50% do Santana Parque Shopping.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

- Send que tem por objeto a administração de bens próprios e a participação em outras sociedades. Atualmente, a Send é detentora, juntamente com a Park Shopping Administradora e a Sulishopping, de 50% do Santana Parque Shopping.
- Nova União é uma sociedade de propósito específico que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, participação em negócios mobiliários e imobiliários, incorporações imobiliárias e atividades correlatas ou assemelhadas. Atualmente, a Nova União é proprietária do terreno onde está localizado o estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos.
- Sulishopping que tem por objeto a exploração do ramo de *Shopping Center* através de locação de imóveis próprios ou sublocação de imóveis locados de terceiros. Atualmente a Sulishopping detentora, juntamente com a Send e a Park Shopping Administradora, de 50% do Santana Parque Shopping.
- Lux que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários.
- Delta que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários.
- Lumen que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários. A Lumen é uma sociedade de propósito específico constituída para o desenvolvimento de novos empreendimentos. Atualmente, a Lumen adquiriu parte do direito de uso do Shopping Light, bem como adquiriu o imóvel do Shopping Light.
- Securis que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários. A Securis é uma sociedade de propósito específico constituída para o desenvolvimento de novos empreendimentos.

Atlas

Detemos a totalidade do capital social da Atlas, a qual tem como objeto social a participação em outras sociedades, nacionais ou estrangeiras, na qualidade de sócia, acionista ou quotista. Por meio dessa sociedade, detemos participações societárias nas seguintes subsidiárias:

- I Park que tem por objeto a exploração do ramo específico de estacionamento de veículos automotores em geral, próprios ou de terceiros. Atualmente, a I Park é responsável pela exploração dos estacionamentos do Auto Shopping e do Internacional Shopping Guarulhos.
- Wass que tem por objeto a locação de equipamentos para a exploração, tratamento e distribuição de água, bem como a prestação de serviços de instalação, manutenção e consultoria inerentes. Atualmente, a Wass é responsável pela locação de equipamentos para exploração, tratamento e distribuição de água para o Internacional Shopping Guarulhos.
- Energy que tem por objeto a compra, venda e locação de equipamentos para geração, transmissão e distribuição de energia e prestação de serviços de instalação, manutenção e consultoria. Atualmente,

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

a Energy presta serviços de locação de equipamentos para geração, transmissão e distribuição de energia ao Internacional Shopping Guarulhos.

- ISG Adm. que tem por objeto a administração de bens próprios ou de terceiros; a prestação de serviços de administração de centros comerciais; a prestação de serviços de administração predial; a prestação de outros serviços, complementares, suplementares ou correlatos às atividades retro enunciadas, e, também, a participação em outras sociedades, sob qualquer forma.
- ASG Adm. que tem por objeto a administração de bens próprios ou de terceiros, a prestação de serviços de administração de centros comerciais, a prestação de serviços de administração predial, a prestação de outros serviços, complementares, suplementares ou correlatos às atividades retro enunciadas, e, também, a participação em outras sociedade sob qualquer forma.

Parcerias Estratégicas

Após adquirirmos a área do Santana Parque Shopping, em 2005, retomamos sua construção e realizamos seu lançamento comercial junto a nossos clientes. Posteriormente, em novembro de 2006, celebramos um contrato de promessa de compra e venda com a Acapurana, sociedade pertencente ao grupo da Aliansce, por meio do qual prometemos alienar 50% do Santana Parque Shopping, ficando as decisões de gestão compartilhadas entre ambas as partes. Essa parceria nos proporciona o compartilhamento de *expertise*, além de nos aproximar para futuros projetos de interesse comum.

SEGMENTOS E MERCADOS DE ATUAÇÃO

Participação em Shopping Centers

Temos participação em 5 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Internacional Shopping Guarulhos – Guarulhos, SP; (ii) Santana Parque Shopping – São Paulo, SP; (iii) Auto Shopping – Guarulhos, SP; (iv) Poli Shopping – Guarulhos, SP; e (v) Shopping Light – São Paulo, SP. Esses *Shopping Centers* classificam-se como regional (Internacional Shopping Guarulhos), de vizinhança (Santana Parque Shopping, Poli Shopping e Shopping Light), temático (Auto Shopping), sendo direcionados a consumidores das Classes A, B e C, caracterizados pela sua fidelidade e exigência de qualidade.

Administração de Shopping Center

Atualmente, somos responsáveis pela administração de todos os *Shopping Centers* em que detemos participação, exceto o Santana Parque Shopping. Somos especializados na administração condominial de nossos *Shopping Centers* e na exploração de atividades complementares como: administração de estacionamentos, gestão do fornecimento de água e energia, conforme descrição resumida abaixo.

Serviços Complementares

Além da Administração de *Shopping Centers*, prestamos serviços complementares através de subsidiárias. Gerenciamos a maioria dos nossos estacionamentos e o fornecimento de energia elétrica e água de nossas operações.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Gestão de estacionamento de Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação, administração e operação de estacionamentos em complexos de *Shopping Centers*, considerando todas as particularidades e características específicas da atividade de estacionamento interligada a um *Shopping Center*. Em todas nossas operações que possuem estacionamentos realizamos esse serviço através da I Park.

Gestão de fornecimento de energia elétrica a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de energia elétrica a ser fornecida para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de energia pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas de suprimento de energia com infra-estruturas distintas e realizando estudo de viabilidade para dimensionar a atividade do investimento com os novos equipamentos. Além da viabilidade econômica, a Energy busca a melhor solução em termos de sustentabilidade para o fornecimento de energia.

Gestão do fornecimento de água a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de suprimentos hídricos a serem fornecidos para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de água pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas deste suprimento com infra-estruturas distintas inclusive com o reuso da mesma. Além disso, possuímos relatórios elaborados pela Universidade Mackenzie demonstrando o aproveitamento da água e a economia de esgoto a ser lançado nas redes de coleta. Nossos serviços de gestão e fornecimento de água aos *Shopping Centers* são fornecidos pela Wass.

EMPREENDIMENTOS

Apresentamos abaixo as principais características dos *Shopping Centers* em que detemos participação:

Poli Shopping

O Poli Shopping foi inaugurado em 1989, sendo o nosso primeiro empreendimento e também o primeiro *Shopping Center* da cidade de Guarulhos. Atualmente, o Poli Shopping possui área de terreno de 4.169 m², ABC total de 6.600 m² e ABL própria de 2.264 m², 52 lojas, sendo 1 Loja Âncora (Lojas Americanas) e 210 vagas de estacionamento. Por sua característica de *Shopping Center* de vizinhança, o Poli Shopping é beneficiado de forma bastante significativa pelo fluxo de pessoas que freqüentam a região diariamente (tendo sido de 6 milhões de clientes em 2005, apesar de seu tamanho). Segundo pesquisa da IPDM realizada em 2005, em frente ao Poli Shopping passam diariamente 58.000 pessoas. Dentre o público consumidor do Poli Shopping, 76% tem mais de 24 anos, pertencentes principalmente às Classes B e C.

O Poli Shopping passará por um grande processo de expansão e revitalização que terá início em 2007 e cujo término está previsto para o fim de 2008. Com essa expansão, de aproximadamente 11 mil m², o Poli Shopping passará a contar com 15 mil m² de ABL, o que permitirá a incorporação de mais duas Lojas Âncoras que não têm ainda operações no centro de Guarulhos.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Poli Shopping:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Poli Shopping	
	Em 31 de março de 2007 (exceto se de outra forma indicado)
Participação (%) ⁽¹⁾	50%
ABC Total (m²)	6.600
ABL Própria (m²)	2.264
N.º de Lojas	52
Principais Lojas	Lojas Americanas, CVC, Bob's, Giraffa's, Barred's e Colombo
N.º de Visitantes por ano	6 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	210
Resultado Operacional do Shopping Center ⁽²⁾	R\$146 mil
Vendas informadas pelos lojistas em 2006	R\$30,5 milhões

⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto Preliminar.

⁽²⁾ O resultado operacional dos Shopping Centers corresponde à receita bruta de cada um dos Shopping Centers, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, incluindo depreciação e amortização. Reconhecemos em nossas demonstrações financeiras as receitas e despesas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços.

O principal concorrente do Poli Shopping, além do comércio de rua, é o seguinte:

Nome	Localização	Ano Inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	Lojas Âncoras
Internacional Shopping Guarulhos	Guarulhos/Dutra	1998	292	72.598	C&A, Extra, Renner, Riachuelo, Pernambucanas, Casas Bahia
Comércio Rua Dom Pedro	Guarulhos/Centro	-	-	-	C&A, Riachuelo, Casas Bahia, Marabraz, Lojas Marisa

Fonte: ABRASCE e IPDM

O imóvel onde está localizado o Poli Shopping é dividido em onze matrículas ou transcrições, sendo que a Poli Empreendimentos figura como proprietária de apenas três destas matrículas. Os imóveis referentes às demais matrículas ou transcrições são de propriedade de Antonio Veronezi e Maria Dirce Poli Veronezi, que são usufrutuários de ações representativas de 38% do capital votante da Golf, nosso acionista controlador, e Edna Kratz Poli, Marco Antonio Poli Jr., Ana Flávia Poli e Bruno André Poli, acionistas detentores em conjunto de 50% do capital votante da Poli Empreendimentos, que adquiriram essa propriedade por meio de escrituras públicas de compra e venda definitivas, ainda não registradas nas respectivas matrículas. Também por meio de escrituras públicas de compra e venda, essas pessoas transferem, sem ônus, a propriedade desses imóveis à Poli Empreendimentos, reconhecem a posse absoluta da Poli Empreendimentos em relação aos imóveis até sua transferência, bem como se comprometem a realizar todos os atos necessários para a formalização da transferência da propriedade dos bens..

Internacional Shopping Guarulhos

O Internacional Shopping Guarulhos foi inaugurado em 1998 e está localizado na Rodovia Presidente Dutra, km 230 (saída 225) na cidade de Guarulhos, São Paulo, cuja população, em 2006, era de cerca de 1,3 milhões de habitantes.

Atualmente, esse Shopping possui área de terreno de 177.752 m², ABC total de 117.465 m² e ABL própria de 72.958 m² e 292 lojas distribuídas em dois andares. Entre as principais lojas estão: C&A, Lojas Americanas, Renner, Riachuelo, Pernambucanas, Marisa, Extra, Casas Bahia, Fast Shop, Ponto Frio, contando ainda com o maior e mais completo parque de diversão *indoor* do Brasil, com 9.000 m². Além disso, é no Internacional Shopping Guarulhos que está instalado um dos cinco maiores complexo de cinemas do Brasil, com 15 salas *stadium*.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

O *mix* de lazer e entretenimento do Internacional Shopping Guarulhos conta com um bingo que funciona 24 horas e o *Neo Geo Hyper Bowling*, o maior e melhor espaço de boliche do País, com 24 pistas automatizadas e que recebe frequentemente os mais importantes campeonatos nacionais da categoria.

O Internacional Shopping Guarulhos possui uma praça de alimentação completa e diversificada com mais de 40 operações de *fastfood*, restaurantes e cervejarias com capacidade para atender simultaneamente mais de 2 mil pessoas.

Seu completo *mix* oferece, ainda, mais de 50 operações de serviços com destaques para o posto da polícia federal, emissor de passaportes, loja da *Blockbuster*, dois postos de gasolina e 4 agências bancárias, além de mais de 30 caixas eletrônicos.

O público consumidor do Internacional Shopping Guarulhos apresenta o seguinte perfil: (i) 71% tem idade igual ou superior a 25 anos; e (ii) 23% dos visitantes são da Classe A, 51% da Classe B e 23% da Classe C.

Para atender à demanda, o Internacional Shopping Guarulhos conta com um amplo estacionamento com 4.200 vagas que opera 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Pretendemos realizar uma ampliação de 3.000 m² de ABL do Internacional Shopping Guarulhos a partir do último trimestre de 2007, com conclusão prevista para outubro de 2008, mediante implementação de uma nova ala.

Atualmente, o Internacional Shopping Guarulhos é administrado por nossa subsidiária ISG Adm. e seu resultado operacional, no ano de 2006, foi de R\$27,9 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Internacional Shopping Guarulhos:

Internacional Shopping Guarulhos	
	Em 31 de março de 2007 (exceto se de outra forma indicado)
Participação (%) ⁽¹⁾	100%
ABC Total (m ²)	117.465
ABL Própria (m ²)	72.958
N.º de Lojas	292
Principais Lojas	C&A, Lojas Americanas, Renner, Riachuelo, Pernambucanas, Marisa, Extra, Casas Bahia, Fast Shop, Ponto Frio, Seller, Camicado, General Hoyts, Neo GeoWorld, Nike Outlet
N.º de Visitantes por ano	23,5 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	4.200
Resultado Operacional do Shopping Center ⁽²⁾	R\$ 27,9 milhões
Vendas informadas pelos lojistas em 2006	R\$ 684,5 milhões

⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.

⁽²⁾ O resultado operacional dos Shopping Centers corresponde à receita bruta de cada um dos Shopping Centers, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, incluindo depreciação e amortização. Reconhecemos em nossas demonstrações financeiras as receitas e despesas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Os principais concorrentes do Internacional Shopping Guarulhos, além do comércio de rua, são os seguintes:

Nome	Localização	Ano Inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	Lojas Âncoras
Poli Shopping	Guarulhos/Centro	1989	52	4.527	Lojas Americanas
Shopping Center Norte	Vila Guilherme	1984	334	64.000	C&A, Renner e Riachuelo
Shopping Center Penha	Penha	1992	219	17.495	Lojas Americanas
Shopping Metro Tatuapé	Tatuapé	1997	372	36.462	Lojas Americanas, C&A, Renner e Cinemark

Fonte: ABRASCE

Auto Shopping

O Auto Shopping é o nosso primeiro *Shopping Center* temático, tendo sido inaugurado em setembro 2006. Esse Shopping localiza-se na cidade de Guarulhos, sendo o primeiro da região. Ele segue uma forte tendência, principalmente nacional, de *Shopping Centers* de automóveis, possibilitando ao consumidor encontrar em um só lugar mais de 1.000 ofertas de veículos, além da comodidade e segurança peculiares aos *Shopping Centers*.

O Auto Shopping possui área de terreno de 22.911 m², ABC total de 18.000 m² e ABL própria de 11.477 m², 80 lojas e 200 vagas de estacionamento, contando com lojas de apoio formadas por despachante, financeiras, seguradores e vistoria, praça de alimentação e serviços de som e acessório, funilaria e lava-rápido.

O público consumidor do Auto Shopping é bastante específico, uma vez que os mesmos dificilmente frequentam um Auto Shopping a passeio. Além disso, atrai o feminino que hoje já decide por cerca de 50% das compras dos veículos da família. Seu público é composto predominantemente por consumidores das classes B e C. Acreditamos que o diferencial do Auto Shopping com relação a outros *Shopping Centers* é que este proporciona ao público consumidor um ambiente de ampla concorrência entre os lojistas, permitindo a realização do negócio em uma única visita. Tendo em vista essa característica, sua frequência de visitas também é bastante diferente de um *Shopping Center* tradicional, tendo sido de aproximadamente 360.000 visitantes em 2006.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Auto Shopping:

Auto Shopping	
	Em 31 de março de 2007 (exceto se de outra forma indicado)
Participação (%) ⁽¹⁾	100%
ABC Total (m²)	18.000
ABL Própria (m²)	11.477
N.º de Lojas	80
Principais Lojas	ABN Amro, HSBC, BV Financeira, La Penna, Multi, (Vigorito), Authenticar, Santa Paula, Gravel, Dot Car, Cot's, Metran, Thomaz e Trilha, Perin, Dicar e Pires
N.º de Visitantes por ano	360.000
N.º de Vagas no Estacionamento	200
Resultado Operacional do Shopping Center ⁽²⁾	R\$ 3,5 milhões ⁽³⁾
Vendas informadas pelos lojistas em 2006	R\$ 126 milhões ⁽³⁾⁽⁴⁾

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

- (1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) O resultado operacional dos Shopping Centers corresponde à receita bruta de cada um dos Shopping Centers, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, incluindo depreciação e amortização. Reconhecemos em nossas demonstrações financeiras as receitas e despesas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços.
(3) Dado anualizado, já que este foi inaugurado em 23 de setembro de 2006.
(4) Dados estimados.

Os principais concorrentes do Auto Shopping, além do comércio de rua e de concessionárias de veículos, são os seguintes:

Nome	Localização	Ano Inauguração	Nº Lojas	Principais Lojas
Auto Shopping Cristal Leste	Penha	2005	30	M5, Authentic, Authenticar
Auto Shopping Cristal Norte	Santana	2006	30	M5, Authentic, Authenticar, La Penna
Auto Moto Shopping Vimave	Vila Maria	2003	23	Rommer, LGS, Placar

Shopping Light

O Shopping Light foi inaugurado em 1999 e está instalado em um edifício histórico (antiga sede da Cia. Light&Power de Eletricidade) localizado no centro da cidade de São Paulo sobre a estação Anhangabaú do Metrô. Segundo dados compilados pela IPDM, há 63 mil passagens diárias em referida estação. O público do Shopping Light é composto por pessoas que frequentam a região central da cidade. Segundo estimativas do IPDM, aproximadamente 496 mil pessoas por mês passam em torno do Shopping. Atualmente, o Shopping Light possui 134 lojas, sendo Renner e Lojas Americanas, as principais.

Em junho de 2007, adquirimos participação de 50,1% no consórcio que detém o direito de uso do Shopping Light, bem como adquirimos o imóvel do Shopping Light. A receita bruta auferida pelo Shopping é dividida entre o consórcio (72%) e o proprietário do edifício (28%). Essa estrutura nos confere aproximadamente 64% da receita bruta do referido Shopping. O Shopping Light é um Shopping Center de vizinhança, localizado em um dos mais movimentados pontos da cidade de São Paulo. Tendo em vista a grande área vacante que esse Shopping apresenta, sua compra tem como objetivo sua revitalização e potencialização por meio da ocupação da área vacante principalmente com o uso misto (empreendimento integrado de entretenimento, escritórios, hotéis, residências, equipamentos esportivos e culturais, e/ou outros usos que sustentam mutuamente um empreendimento varejista, com o objetivo de aumentar o número e o mix de lojas, incluindo operações de alimentação e serviços essenciais para um Shopping de vizinhança).

Após finalizada sua aquisição, o Shopping Light passará a ser administrado pela ISG Adm. Seu resultado operacional, no ano de 2006 foi de R\$535 mil.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Light:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Shopping Light	
	Em 31 de março de 2007 (exceto se de outra forma indicado)
Participação (%) ⁽¹⁾	50,1%
ABC total (m²)	36.519
ABL Própria (m²)	7.092
N.º de Lojas	134
Principais Lojas	Renner, Lojas Americanas, Reebok Outlet
N.º de Visitantes por ano	12 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	200
Resultado Operacional do Shopping Center ⁽²⁾	R\$535 mil
Vendas informadas pelos lojistas em 2006	R\$ 62,8 milhões

⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.

⁽²⁾ O resultado operacional dos Shopping Centers corresponde à receita bruta de cada um dos Shopping Centers, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, incluindo depreciação e amortização. Reconhecemos em nossas demonstrações financeiras as receitas e despesas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços.

O Shopping Light tem como principal concorrente, o comércio de rua do centro de São Paulo.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

PROJETOS EM DESENVOLVIMENTO OU CONSTRUÇÃO

Em linha com nossa estratégia de expansão de nossos negócios, pretendemos ampliar nossas atividades por meio de:

Expansão de nossos empreendimentos

Pretendemos iniciar a ampliação do Internacional Shopping Guarulhos no início de 2008 com inauguração prevista para outubro do mesmo ano e investimentos na ordem de R\$5,16 milhões. Nesse Shopping será implementada uma nova ala com mais 3.000 m² de ABL que contará com uma livraria *megastore* (semi-âncora), alinhando com isso, a tendência atual e atendendo a necessidade do Shopping para mais ABL desse segmento, conforme pesquisa realizada pela IPDM. Além disso, outras lojas satélites irão compor o *mix* de lojas, proporcionando uma melhora na produtividade de aluguel por m² do empreendimento.

No último trimestre de 2007 daremos início à expansão do Poli Shopping que ganhará mais 11.000 m² e 4.400 m² de escritórios, além dos 4.527 m² atuais, passando a contar com 15 mil m² de ABL. Essa expansão será concluída no final do ano de 2008 e estão previstos investimentos de aproximadamente R\$36,9 milhões. Com isso, visamos aumentar o poder de atração Poli Shopping, principalmente em virtude da entrada de duas Lojas Âncoras, ainda a serem definidas, que não possuem lojas no centro de Guarulhos. Além disso, mais 90 lojas serão acrescentadas ao *mix*, fortalecendo a área de alimentação, carente na região, serviços e lazer com a instalação de 3 salas de cinemas. Haverá também a expansão do estacionamento, que passará a contar com aproximadamente 500 vagas, suprimindo a carência de estacionamentos atualmente existente nessa região. Pretendemos também construir uma torre *office* integrada ao Shopping para atender a demanda de escritórios da região, com 5.000 m² de ABC e previsão para ser inaugurada em janeiro de 2010. Estão previstos investimentos da ordem de R\$ 7,5 milhões para a construção desse empreendimento.

Desenvolvimento de novos Shopping Centers

O Santana Parque Shopping foi adquirido em 2005, ano em que foi reiniciada sua construção. Sua inauguração está prevista para outubro de 2007. Em novembro de 2006, celebramos um contrato de promessa de compra e venda com a Aliansce no qual prometemos alienar 50% do Santana Parque Shopping, ficando as decisões de gestão compartilhadas entre ambas as partes. Segundo projeções da IPDM, as adjacências do Santana Parque Shopping terão uma população de 870 mil habitantes, formada predominantemente por consumidores das Classes A, B e C.

O Santana Parque Shopping terá uma ABC total de 64.600 m², uma ABL própria de 12.068 m², 207 lojas, sendo 10 Lojas Âncoras e 1.500 vagas de estacionamento. Seus principais lojista serão: C&A, Renner, Lojas Americanas (a primeira operação na Zona Norte da capital), Casas Bahia, Centauro, *Fast Shop*, além da academia Bio Ritmo e a rede de cinemas UCI com 8 salas de cinemas.

O Santana Parque Shopping está estrategicamente localizado na Zona Norte de São Paulo, região que tem apenas 2 empreendimentos, ambos localizados na marginal Tietê, não apresentando nenhum concorrente próximo que possa atender de forma mais confortável a população dessa região.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Santana Parque Shopping:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Santana Parque Shopping

Em 31 de março de 2007 (exceto se de outra forma
indicado)

Participação (%) ⁽¹⁾	50%
ABC Total (m²)	64.600
ABL Própria (m²)	12.068
N.º de Lojas	207
Principais Lojas	C&A, Lojas Americanas, Renner, UCI, Centauro, Casas Bahia, Fast Shop, Bio Ritmo, McDonald's, Burguer King, Magic Games, Central Surf
N.º de Visitantes por ano	-
N.º de Vagas no Estacionamento	1.500
Resultado Operacional Shopping Center	-
Vendas informadas pelos lojistas em 2006	-

⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Os principais concorrentes do Santana Parque Shopping, além do comércio de rua, são os seguintes:

Nome	Localização	Ano Inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	Lojas Âncoras
Shopping Center Norte	Vila Guilherme	1984	334	64.000	C&A, Renner, Riachuelo e Carrefour
Shopping D	Canindé	1994	237	29.118	C&A, Lojas Marisa, Mix Móveis, Casas Bahia e Cinemark

Fonte: ABRASCE e IPDM

Em junho de 2007, celebramos uma promessa de compra de 90% de um terreno de 60.000 m² localizado no Jardim Sulacap, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, estado do Rio de Janeiro, para a construção de um *Shopping Center* com capacidade para até 32.000 m² de ABL. O projeto prevê a inauguração para janeiro de 2009.

Aquisição de Shopping Centers

Em junho de 2007, adquirimos participação de 50,1% no consórcio que detém o direito de uso do Shopping Light, bem como celebramos promessa de compra do imóvel do Shopping Light, no qual faremos um trabalho de *turnaround*. Será realizada uma revitalização através da mudança e complemento do *mix*, tornando-o provavelmente um local de uso misto. Além dos valores pagos na aquisição da participação de 50,1% e na aquisição do imóvel, pretendemos realizar investimentos de aproximadamente R\$1,0 milhão no Shopping Light.

Desenvolvimento de projetos de uso misto

Atualmente estamos em processo de finalização do projeto do Centro de Convenções Internacional, localizado junto ao Internacional Shopping Guarulhos e o Auto Shopping. Esse espaço terá 25.730 m² e complementará o complexo formado pelos dois centros de compras e um *campus* universitário. A inauguração está prevista para o primeiro trimestre de 2009.

SERVIÇOS

Administração de Shopping Centers

Atualmente, somos responsáveis pela administração de todos os *Shopping Centers* em que detemos participação, exceto o Santana Parque Shopping, por meio da ISG Adm. e ASG Adm. Esse serviço compreende a administração dos contratos de locação com os lojistas, do orçamento condominial e do fundo de promoção e propaganda dos respectivos *Shopping Centers*. Nossa administração tem como objetivo a busca de resultados voltados sempre à maximização de retorno aos acionistas. Através dessa administração própria, estamos mais próximos das operações de nossos ativos e também de nossos lojistas. A proximidade aos lojistas proporciona adequações e melhorias nas suas operações, as quais refletem diretamente em nossos resultados. Ademais, ao administrar o orçamento condominial, buscamos eficiência reduzindo o custo de condomínio do lojista, criando margem para cobrar aluguéis rentáveis ao empreendedor. Ao administrar o fundo de promoção e propaganda, podemos também conduzir a estratégia de *marketing* de cada empreendimento. Por fim, ao administrarmos nossos empreendimentos, podemos otimizar a utilização dos demais serviços que prestamos. Em 2006, a administração de *Shopping Centers* gerou uma receita líquida total de R\$27 mil.

Gestão de Estacionamentos de Shopping Centers

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Em 2005, iniciamos nossas atividades no segmento de administração de estacionamentos através da I Park, passando a gerir nosso maior estacionamento, localizado no Internacional Shopping Guarulhos. Desde então, aprimoramos nosso conhecimento nesse segmento de mercado e passamos a administrar também o estacionamento do Auto Shopping. Iniciaremos a gestão do estacionamento do Poli Shopping a partir de julho de 2007, e a do Santana Parque Shopping em outubro de 2007. Atualmente atendemos mais de 400.000 veículos por mês. Esse conhecimento possibilita que realizemos a administração de qualquer estacionamento no segmento e, por isso, em nossos próximos empreendimentos, ligados à aquisições, parcerias e *greenfields*, pretendemos continuar realizando essa atividade. Em 2006, a gestão de estacionamentos de *Shopping Centers* gerou uma receita líquida total de R\$6,070 mil.

Gestão do fornecimento de energia elétrica

Em 2005, demos início às nossas atividades de planejamento e locação de equipamentos de fornecimento de energia elétrica através da Energy, prestando tal serviço ao Internacional Shopping Guarulhos. Esse serviço consiste na assessoria da Energy para o planejamento do consumo de energia elétrica e para a contratação para o fornecimento de energia pelos *Shopping Centers* no mercado de energia elétrica e na locação dos equipamentos necessários para o projeto. Atualmente, estudamos as melhores condições de fornecimento de energia, inclusive por meio compra da energia de Pequenas Centrais Hidrelétricas – PCHs, o que além de gerar ganho em economia nos possibilita seguir nossa política de sustentabilidade através de um uso de fontes de energia homologadas pelo Programa de Fontes Alternativas de Energia do Governo Brasileiro - PROINFA. Esse serviço gerou uma receita líquida de R\$3,377 mil em 2006.

Gestão do fornecimento de água

Em 2005, iniciamos nossas atividades de gestão do fornecimento de água para os nossos empreendimentos por meio da Wass. Esse serviço consiste no planejamento do consumo e reuso de água pelos *Shopping Centers*, assim como na exploração de poços para o fornecimento de água. Esses serviços permitem a racionalização da utilização da água, gerando economia para nossos lojistas, bem como sustentabilidade ambiental ao empreendimento. Esse serviço gerou uma receita líquida total de R\$523 mil em 2006.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

VISÃO GERAL DO SETOR

INDÚSTRIA MUNDIAL DE *SHOPPING CENTERS*

A estrutura de *Shopping Center* foi originalmente desenvolvida nos Estados Unidos na primeira metade do século XX. O formato de *Shopping Centers* com lojas de departamentos tradicionais (Lojas Âncoras) surgiu na década de 50 e impulsionou a expansão dos *Shopping Centers*. Fatores como a migração de populações para as grandes cidades, as mudanças no perfil original dos *Shopping Centers*, o aumento do poder aquisitivo da população, o desenvolvimento da indústria e a descentralização populacional para as zonas periféricas das grandes metrópoles contribuíram para essa expansão.

Na década de 1980 o setor de *Shopping Centers* americano cresceu de forma significativa, em especial com o surgimento de grandes empreendimentos, com mais de 80.000 m² de ABL. Após a crise do sistema de poupança e empréstimos nos Estados Unidos do final da década de 1980 e início da década de 90, o crescimento no desenvolvimento de novos empreendimentos de *Shopping Centers* foi retomado, em grande medida, por meio de várias companhias de controle familiar que passaram a acessar o mercado de capitais norte-americano, tornando-se companhias listadas nas principais bolsas de valores norte-americanas. A partir do acesso ao mercado de capitais, esses novos investidores, organizados sob a forma de REITs (*Real Estate Investment Trusts*), iniciaram um forte processo de consolidação na indústria, sendo os principais investidores: Simon Property, General Growth Properties, Kimco Realty, Developers Diversified, Taubman, The Inland Real State Group of Cos., Westfield Group, CBL & Associates Properties, The Macerich Company e The Mills Corp, entre outros.

De acordo com o *National Research Bureau*, em 2005 existiam nos Estados Unidos 48.695 *Shopping Centers* com um total de 562,9 milhões de m², sendo que entre 1986 e 2005, tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL total cresceram a uma taxa média composta de cerca de 2,9% ao ano, enquanto, no mesmo período, a população americana cresceu à taxa média de cerca de 1,1% ao ano. Com isso, o total de ABL per capita cresceu de 1,37 m² por habitante em 1986, para 1,91 m² por habitante em 2005. Nesse mesmo período observou-se uma taxa média de crescimento composto de 5,5% ao ano nas vendas realizadas em *Shopping Centers*, que passaram de cerca de US\$1.700/m² em 1986 para cerca de US\$2.718/m² em 2005. Também de acordo com os dados do *National Research Bureau*, as vendas realizadas nos *Shopping Centers* americanos totalizaram mais de US\$1,5 trilhão em 2005.

INDÚSTRIA BRASILEIRA DE *SHOPPING CENTERS*

Histórico

Os primeiros *Shopping Centers* brasileiros surgiram na segunda metade década de 60. Na década de 70 alguns novos empreendimentos foram iniciados, mas foi a partir da década de 80 que o mercado de *Shopping Centers* teve seu desenvolvimento mais acentuado, com o surgimento de grandes empreendimentos regionais principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e outros grandes centros urbanos do País.

Na década de 90, observou-se uma nova onda de crescimento no setor de *Shopping Centers*. Entre os principais vetores desse crescimento destacam-se (i) o crescimento urbano; (ii) a estabilidade econômica com

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

a implementação do Plano Real; (iii) o desenvolvimento da estrutura de transportes, facilitando o fluxo de mercadorias e pessoas; (iv) a entrada da mulher no mercado de trabalho, (v) a necessidade de maior segurança e conforto, e (vi) o crescimento das vendas no varejo e o aumento da renda bruta disponível. Além desses fatores, o sucesso de alguns empreendimentos realizados na década de 80 e o aumento de investimentos no setor com recursos provenientes, principalmente, da expansão da carteira dos fundos de pensão, impulsionaram o desenvolvimento do setor de *Shopping Centers* durante a década de 90. Esse período foi marcado também pela maturação e ampliação dos empreendimentos existentes.

Desde sua criação, o número de *Shopping Centers* no Brasil vem crescendo de forma acentuada, totalizando, em 31 de dezembro de 2006, 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. A tabela abaixo mostra a evolução do número de *Shopping Centers* no Brasil a partir de 2000.

Anos	Unidades	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)	Crescimento Acumulado (em %)
2000	281	-	-
2001	294	4,6	4,6
2002	303	3,17	7,8
2003	317	4,6	12,8
2004	326	2,8	16,0
2005	335	2,8	18,2
2006	346	3,3	23,1

Fonte: ABRASCE

De acordo com dados da ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 7,4 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. A tabela abaixo apresenta a evolução da ABL do País:

Anos	m ² (em milhões)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)
2000	5,1	-
2001	5,2	1,96
2002	5,5	5,77
2003	5,6	1,82
2004	6,2	10,71
2005	6,4	3,23
2006	7,4	15,63

Fonte: ABRASCE

O aumento do número de *Shopping Centers* e da ABL no Brasil tem acarretado um conseqüente aumento no número de visitantes nos últimos anos, conforme ilustra a tabela abaixo.

Anos	Fluxo de Pessoas (em milhão/mês)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)
2000	125	-
2001	135	8,00
2002	160	18,52

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Anos	Fluxo de Pessoas (em milhão/mês)	Crescimento em relação ao anterior (em %)
2003	175	9,38
2004	185	5,71
2005	181	-2,16
2006	203	12,15

Fonte: ABRASCE

A tabela abaixo ilustra a distribuição dos empreendimentos de *Shopping Centers* em todas as regiões do Brasil.

Regiões Brasileiras	Unidades	% do Total	ABL (m ²)	% do Total
Norte	8	2,3	170.198	2,3
Nordeste	48	13,9	1.010.202	13,7
Centro-Oeste	29	8,4	653.180	8,9
Sudeste	193	55,8	4.468.765	60,6
Sul	68	19,7	1.068.154	14,5
Brasil	346	100	7.370.499	100

Fonte: ABRASCE

Conforme observa-se na tabela acima, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em consequência dessa região do País ser responsável pela maior parte do PIB brasileiro, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda per capita. Aproximadamente 40% do estoque de ABL brasileiro encontra-se no Estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro.

Em termos de unidades de empreendimentos, os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais respondem por, aproximadamente, 56% do total de *Shopping Centers* no Brasil, sendo que o estado de São Paulo concentra, aproximadamente, 34% desses empreendimentos.

Panorama da Indústria Brasileira de Shopping Centers

Os *Shopping Centers* brasileiros apresentam atrativos adicionais além da concentração de lojas e serviços diversificados em um só local. A sensação de segurança proporcionada e o abrigo contra o calor excessivo e contra as chuvas tropicais, que costumam ter maior ocorrência no período das festas de final de ano, época de maior concentração de vendas do ano, são fatores que levam as vendas de *Shopping Centers* a crescer em níveis superiores aos observados no varejo em geral.

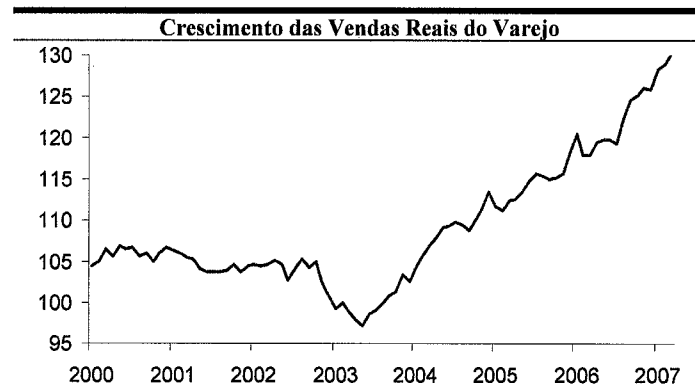
Entre aos fatores que mais se destacam na avaliação do consumidor como principais motivos para se visitar *Shopping Centers* encontram-se, em primeiro lugar, as compras (42%), seguidas de passeio (15%), prestação de serviços em um só lugar (13%), alimentação (11%) e lazer (3%). Os restantes 16% referem-se a outros tipos de motivações, de acordo com os dados publicados no Valor Análise Setorial.

As vendas dos lojistas do setor de *Shopping Centers* são influenciadas pelo desempenho do setor varejista brasileiro como um todo. Tendo em vista o atual cenário macroeconômico positivo, esse setor apresentou forte crescimento nos últimos anos. Em 2006, o setor varejista no Brasil apresentou um crescimento real de 6,16% em termos de vendas, enquanto que, no mesmo ano, o PIB do País cresceu 2,86% em termos reais. O gráfico a seguir ilustra o crescimento das vendas reais do varejo no Brasil de janeiro de 2000 a março de 2007:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

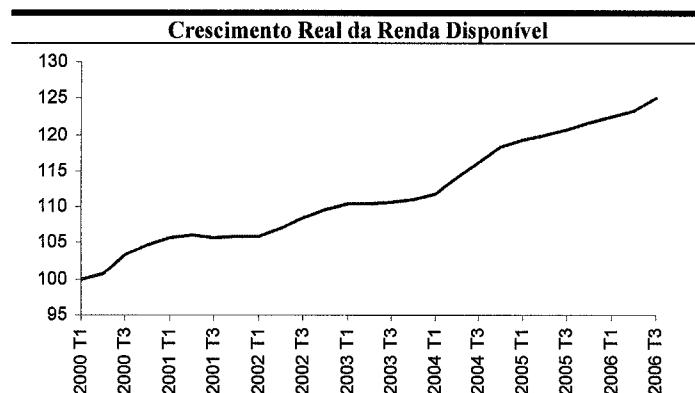
09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO



Fonte: Ipeadata

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

Adicionalmente, um dos fatores econômicos diretamente responsáveis pelas vendas do varejo no Brasil é o nível de renda bruta disponível do País, que também apresentou uma tendência ascendente nos últimos anos, como mostrado pelo gráfico abaixo:



Fonte: Ipeadata

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

100)

Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 18% do volume de vendas do varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 30-35% nos Estados Unidos e na Europa, respectivamente, o que demonstra potencial de crescimento desse segmento no Brasil. A estabilidade econômica do País e a redução de taxas de juros criam um cenário favorável à expansão do consumo e o conseqüente aproveitamento desse potencial.

De acordo com dados da ABRASCE, em 2006 as vendas totais realizadas em *Shopping Centers* apresentaram um crescimento nominal de 10,4% e um crescimento real, de 7,3%. Esse desempenho manteve-se acima do crescimento real das vendas no comércio varejista em geral, que foi de 6,16%, de acordo com dados do IBGE. O aumento do consumo acima da taxa de inflação e superior ao crescimento do PIB em 2006 (que alcançou 2,9%) teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shopping Centers*. Com a redução no ritmo de inaugurações de novas unidades nos últimos 5 anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shopping Centers*, temos observado a insuficiência de oferta de espaços em *Shopping Centers* para atender à demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (4,0%) e inadimplência (5,0%) dos *Shopping Centers* em 2005 diminuíram significativamente se comparados com anos anteriores, de acordo com dados da ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial. A tabela abaixo ilustra a evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de *Shopping Centers* no Brasil:

Evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de <i>Shopping Centers</i> no Brasil												
Em %	2005											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Vacância	5	6	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
Inadimplência	14	13	10	11	7	8	8	8	11	8	9	5

Fonte: ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial

A tabela a seguir mostra a evolução do faturamento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil, por meio do qual podemos verificar o crescimento das vendas.

Anos	R\$ (em milhões)	Crescimento relação ao anterior (em %)	em ano Inflação (IPCA)	no Ano	Crescimento Real do PIB
2000	23.000	-	6,0		4,4
2001	25.300	10,00	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

A comparação da evolução do faturamento do setor em relação ao PIB revela que nos últimos seis anos o faturamento do setor cresceu aproximadamente quatro vezes mais que o PIB.

Em relação à evolução do crescimento das vendas nos diversos segmentos de lojas, segundo dados da ABRASCE vários segmentos registraram aumentos significativos em seu desempenho, conforme ilustrado na tabela abaixo:

Segmentos de Lojas	Crescimento em 2004 (em %)	Crescimento em 2005 (em %)
Megalojas	37,5	24,0
Conveniência/Serviços	11,6	13,0
Artigos do Lar	9,2	11,6
Artigos Diversos	16,0	10,0
Lojas Âncoras	20,0	9,5
Alimentação	13,0	9,4
Vestuário	12,0	9,1
Lazer/Entretenimento	10,7	2,7
Total	15,9	9,3

Fonte: ABRASCE

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

O mercado brasileiro de *Shopping Centers* caracteriza-se pela pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL. Os 9 maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 18,3% do número de *Shopping Centers* e 31,5% do ABL no Brasil, de acordo com dados divulgados no Valor Análise Setorial. Segundo dados da ABRASCE, o Brasil é o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos.

Nos últimos 5 anos, o setor de *Shopping Centers* brasileiro observou uma tendência de interiorização por meio do desenvolvimento de nichos de mercado com empreendimentos em formato de vizinhança e comunitários, de menor tamanho, e concentrados, principalmente, em cidades de médio porte. Também temos identificado como uma tendência recente a ampliação da função social e comunitária dos *Shopping Centers*, que passaram a oferecer variados tipos de serviço, entretenimento, lazer e cultura. O conceito de *Shopping Center* se atualiza no tempo, através da alteração de seu perfil ou de formatos diferenciados de atuação, tal como se observou, por exemplo, com o surgimento de *Shopping Centers* temáticos, como os de automóveis. Segundo ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade e capacidade de renovação, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 mil empregos diretos e aumentando de forma significativa a integração com a comunidade por meio de ações sociais.

Tipos de Shopping Centers e Lojas

Os critérios utilizados pela ABRASCE para classificação de um centro comercial como *Shopping Centers* são (i) manutenção da propriedade da maior parte das lojas que são locadas aos lojistas; (ii) a existência de vagas de estacionamento compatível com o movimento efetivo; e (iii) utilização de Lojas Âncoras como forma de atrair o público consumidor. Segundo a metodologia aplicada pela ABRASCE, os *Shopping Centers* são classificados nas seguintes categorias:

- *Shopping Center de Vizinhança*. Tipo de *Shopping Center* projetado para fornecer conveniência na compra de necessidades do dia-a-dia dos consumidores. Tem em geral como Loja Âncora um supermercado, com o apoio de lojas oferecendo outros artigos de conveniência.
- *Shopping Center Comunitário*. O *Shopping Center* Comunitário geralmente oferece uma variedade mais ampla de vestuário e outras mercadorias. Entre as Lojas Âncoras mais comuns estão os supermercados e as lojas de departamentos de desconto. Entre os lojistas do *Shopping Center* comunitário algumas vezes encontram-se varejistas do tipo *off-price*, vendendo itens como roupas, objetos e móveis para casa, brinquedos, artigos eletrônicos ou para esporte.
- *Shopping Center Regional*. Tipo de *Shopping Center* que oferece mercadorias em geral e serviços completos e variados. Suas atrações principais são Lojas Âncoras tradicionais, lojas de departamento de desconto ou hipermercados. Um *Shopping Center* regional típico é fechado, com as lojas voltadas para um *mall* interno.
- *Shopping Center Temático ou Especializado*. É o *Shopping Center* voltado para um *mix* específico de lojas de um determinado grupo de atividades, tais como moda, móveis e decoração, náutica, esportes, automóveis, entre outras atividades.
- *Outlet Center*. Consiste, em sua maior parte, em lojas de fabricantes vendendo suas próprias marcas com desconto, além de varejistas do gênero *off-price*. Comumente apresentam lojas mais simples com aluguéis mais baixos, custo de construção mais reduzido.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

- *Festival Mall*. Representa um *Shopping Center* voltado para o lazer, cultura e turismo. Esse tipo de empreendimento é o menos encontrado no Brasil, estando quase sempre localizado em áreas turísticas e basicamente voltado para atividades de lazer e alimentação, tais como restaurantes, *fast-food*, cinemas e outras diversões.

No Brasil, a maioria dos *Shopping Centers* desenvolvidos enquadra-se na modalidade de *Shopping Centers* regionais, congregando o mais variado portfólio de lojas, serviços ou outras opções de lazer, entretenimento e cultura em geral. Apesar da predominância dos *Shopping Centers* regionais, tem havido no Brasil o crescimento dos *Shopping Centers* temáticos como automotivo, centro têxtil e de decoração, entre outros. Observa-se, igualmente, o surgimento de projetos de construção de *festival malls*.

O tabela abaixo contém informações sobre a participação das principais modalidades mencionadas acima no total de *Shopping Centers* brasileiros no ano de 2005.

Tipos de <i>Shopping Centers</i>	Participação no total (em %)
Regional	57,1
Comunitário	25,6
Vizinhança	10,1
Especializado	4,2
Festival Center	2,4
Temático	0,6
Total	100,0
Fonte: ABRASCE	

Lojas Âncoras

As Lojas Âncoras são aquelas lojas muito conhecidas pela população e que, dadas as suas características mercadológicas, atraem os consumidores para um *Shopping Center*. Sua existência é determinada pela necessidade de atração de público principalmente para os *Shopping Centers* localizados em regiões afastadas dos grandes centros. Em *Shopping Centers* melhor localizados o papel estratégico desempenhado pelas Lojas Âncoras é de menor relevância.

As Lojas Âncoras são importantes para o início da operação de um *Shopping Center*, por serem responsáveis pela criação de fluxos de público. Depois que o *Shopping Center* se torna viável, ou quando deseja selecionar seu público, o proprietário pode promover um movimento contrário às Lojas Âncoras, dado que ocupam grandes áreas locáveis a preços inferiores daqueles pagos por outros locatários, muitas vezes até gratuitamente.

As alternativas para ancoragem nos *Shopping Centers* no Brasil são bastante diversificadas. Atualmente, além das tradicionais redes de varejo e com atuação nacional, existe uma tendência de substituição das Lojas Âncoras tradicionais por outros pólos de atratividade de público, tais como operações de lazer e cinemas, praças de alimentação, centros médicos e empresariais, academias de ginástica, entre outros.

Lojas Satélites

As Lojas Satélites são estabelecimentos de varejo de menor tamanho (que normalmente variou entre 30 m² e 200 m² de ABL) mais especializados em determinado segmento de produtos que se localizam no entorno das Lojas Âncoras. Esse segmento de lojas tem apresentando um grande crescimento e profissionalização

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

impulsionados, em grande medida, por meio da rede de franquias de atuação regional ou nacional. De acordo com dados da ABRASCE, em 31 de dezembro de 2006, as Lojas Satélites somavam 52.712 unidades em operação no Brasil. As Lojas Satélites podem ter importância fundamental para o sucesso de empreendimentos de *Shopping Center* pois normalmente representam a maior fonte de receita para os empreendimentos por pagarem maiores preços de aluguel por m² de ABL.

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, freqüentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

REGULAMENTAÇÃO RELATIVA AOS SHOPPING CENTERS

Os *Shopping Centers* podem ser constituídos por meio de (i) incorporação imobiliária, com a instituição de um condomínio edilício, conforme previsto no Código Civil e na Lei de Condomínio e Incorporação, hipótese em que cada loja constitui uma unidade autônoma e as relações entre os condôminos são regidas pela convenção de condomínio e pelo regimento interno; e/ou (ii) condomínio civil ou condomínio *pro-indiviso*, também regulado pelo Código Civil, caso em que o empreendimento constitui um único imóvel ou sendo constituído por lojas unidades autônomas pertencentes a mais de um proprietário/empreendedor, hipótese em que as relações entre os co-proprietários são regidas pelo acordo entre eles firmado, denominado convenção de condomínio *pro indiviso*.

A escritura de normas gerais aos contratos de locação, a convenção de condomínio edilício, o regimento interno e o acordo de co-proprietários (denominado convenção de condomínio *pro indiviso*), quando houver, constituem os principais instrumentos a regulamentar tanto o funcionamento do *Shopping Center*, como os direitos e deveres dos empreendedores e lojistas, bem como a forma de contratação e remuneração da instituição administradora.

A organização e a regulamentação da relação entre empreendedor, lojistas e administradora são também regidas por meio de contratos de locação com lojistas, escrituras públicas de normas gerais aos contratos de locação e estatutos das associações de lojistas.

Condomínio

No Brasil, os *Shopping Centers* de maior relevância no mercado são geralmente constituídos por meio de condomínios edilícios e condomínios *pro indiviso*, concomitantemente.

A diferença essencial entre condomínios civis, também conhecidos como *pro-indiviso*, e os condomínios edilícios reside no fato de que apenas nos condomínios edilícios as edificações, construídas sob a forma de unidades isoladas entre si, podem ser alienadas pelo(s) empreendedor(es), no todo ou em parte, sem qualquer anuência, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas. É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, e cada uma dessas lojas possuírem 2 ou mais proprietários (condomínio civil).

Condomínio Civil

Os condomínios civis são regulamentados pelos artigos 1.314 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, 2 ou mais co-proprietários do imóvel exercem a propriedade por meio de uma fração ideal de que são titulares, não existindo área privativa de cada um dos co-proprietários. Todos são titulares do imóvel, de forma proporcional à participação de cada um.

Dentre os dispositivos aplicáveis a esta modalidade de condomínio, destacam-se os seguintes:

- cada condômino poderá alienar a sua parte, respeitado o direito de preferência dos demais;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

- independentemente da anuência dos demais, poderá o condômino dar em hipoteca sua parte ideal;
- o condômino poderá, a qualquer tempo, exigir a divisão da propriedade. No entanto, os condôminos poderão acordar que o bem fique indiviso por até 5 anos, podendo ser prorrogado; contudo, por razões graves, poderá o interessado requerer judicialmente a divisão antes do prazo;
- cada condômino tem o direito de perceber os frutos e rendimentos auferidos pelo bem comum na proporção de sua participação; e
- cada condômino tem o dever de participar das despesas do bem comum na proporção de sua participação, ainda que tais despesas sejam contraídas por apenas um dos condôminos se feitas em proveito do bem comum, todos dela deverão participar.

Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio civil, todo o empreendimento consiste em um único imóvel, com uma única matrícula imobiliária, hipótese em que os titulares de participação no imóvel são proprietários de uma fração ideal do empreendimento.

Ou, nas hipóteses em que os *Shopping Centers* sejam constituídos sob a forma de condomínio edilício, coexistindo com o condomínio civil, o empreendimento será constituído por diversos imóveis, cada um com suas respectivas matrículas imobiliárias, hipótese em que os titulares de participação são proprietários de frações ideais em cada uma das unidades autônomas (lojas).

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Condomínio Edilício

Nas hipóteses em que o *Shopping Center* for constituído por meio de incorporação, sob a forma de condomínio edilício, será regulado pela Lei de Condomínio e Incorporação e pelos artigos 1.331 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, há a co-existência de áreas privativas (unidades autônomas), que podem ser de propriedade de um único titular (ou mais), e áreas comuns, que são de propriedade comum de todos os proprietários das áreas privativas. Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio edilício, cada uma das lojas constitui uma unidade autônoma, com matrícula imobiliária própria e as áreas de circulação do *Shopping* são áreas comuns.

Vale ressaltar que no condomínio edilício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades. No entanto, existindo o condomínio civil dentro de uma unidade autônoma, o direito de preferência existirá em relação ao(s) condômino(s) desta unidade.

Convenção de Condomínio

No condomínio edilício, prevê o Código Civil que o relacionamento entre os proprietários das unidades autônomas é regido pelas disposições legais e pela convenção de condomínio, que pode dispor, entre outros aspectos, sobre o quorum para as deliberações da assembléia dos condôminos. Caso a convenção de condomínio não determine quorum especial, as deliberações condominiais dos *Shopping Centers* são aprovadas pelo voto da maioria absoluta dos condôminos, sendo que o valor do voto de cada condômino é calculado proporcionalmente à fração ideal da respectiva loja/unidade autônoma. Todavia, sem prejuízo das disposições condominiais, o Código Civil especifica expressamente os seguintes quoruns para aprovação de deliberações:

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;
- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias, a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e
- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

Contrato de Locação em Shopping Centers

As locações em *Shopping Centers* são regidas pela Lei de Locação, que disciplina os direitos e obrigações dos locadores e locatários nos contratos de locação de imóvel urbano em geral.

Características Gerais das Locações Comerciais

Renovação Compulsória da Locação. De acordo com a Lei de Locação, o locatário tem direito à renovação compulsória do contrato de locação quando preenchidos, em síntese, os seguintes requisitos, cumulativamente: (i) o contrato de locação tenha sido celebrado por escrito e com prazo determinado de vigência igual ou superior a 5 anos, ou a soma dos prazos ininterruptos dos contratos escritos seja de 5 anos; e (ii) o locatário desenvolva o mesmo ramo de atividade há, pelo menos, 3 anos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Revisão do Aluguel. A Lei de Locação prevê, também, que tanto o locatário como o locador podem, após 3 anos de vigência do contrato de locação ou do acordo firmado entre eles, recolocando o valor do aluguel a valor de mercado, propor ação judicial para revisão do valor pago a título de aluguel, com o objetivo de adequar o aluguel ao seu valor de mercado, em virtude de eventuais circunstâncias que possam ter causado a valorização ou depreciação do aluguel.

Direito de Preferência. É assegurado, pela Lei de Locação, ao locatário, o direito de preferência na aquisição do imóvel locado em relação a terceiros adquirentes, em igualdade de condições. Para a hipótese de o locador desprestigiar o direito de preferência do locatário, a Lei de Locações prevê duas soluções distintas: (i) se o contrato de locação estiver registrado no Cartório de Imóveis, o locatário poderá adquirir o imóvel contra a vontade do locador, depositando em juízo o preço da compra; ou (ii) se não houver o registro da locação, o locatário poderá reclamar uma indenização pelas perdas e danos que sofrer.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Características Específicas da Locação em Shopping Center

Os contratos de locação em *Shopping Centers* possuem peculiaridades próprias, geralmente não encontradas em locações comerciais em geral. Devido ao fato de que a locação em *Shopping Center* envolve relações comerciais em proporções que extrapolam a simples utilização de um espaço mediante uma remuneração, a Lei de Locação confere expressamente aos empreendedores e lojistas uma maior liberdade contratual no que se refere à definição dos direitos e obrigações das partes durante a locação, determinando que prevalecem as condições pactuadas entre locadores e locatários.

Dentre algumas características específicas usualmente presentes na locação em *Shopping Center* estão (i) a fixação de aluguel em percentual do faturamento do locatário; (ii) a cobrança de aluguel em dobro em determinado mês do ano, de acordo com o ramo de atividade; (iii) a fiscalização das atividades dos lojistas por auditoria interna dos administradores para apuração do faturamento; (iv) a contribuição para fundos de promoções; (v) a vedação à mudança de ramo de atividade; (vi) as limitações à sublocação, cessão e empréstimo do espaço; (vii) a estipulação de cláusula de raio ou de não-concorrência; (viii) a necessidade de aprovação do projeto das lojas pelo locador; e (ix) a estipulação de cláusula "degrau" (através da previsão contratual do aumento no valor dos aluguéis).

O aluguel a ser pago pelo lojista é usualmente estipulado entre o maior dos seguintes (i) um valor fixo, calculado com base na localização e no tamanho da loja ocupada pelo locatário, denominado "aluguel mínimo"; e (ii) um valor variável, correspondente a um percentual do faturamento bruto do lojista, denominado "aluguel percentual".

Direito de Co-Participação.

Outra característica das locações em *Shopping Centers* refere-se ao direito de co-participação.

Ao desenvolver suas atividades no *Shopping Center*, o lojista se beneficia do *Mix* de Lojas e da estrutura planejada, construída e implementada pelo empreendedor, o que constitui um fundo de comércio diferenciado em comparação com lojas localizadas fora de *Shopping Centers*.

Além disso, decorridos 5 anos da locação, e desde que preenchidos alguns requisitos, o locatário tem o direito de renovar seu contrato de locação, o que impede o empreendedor de alterar o *Mix* de Lojas quando entender necessário para melhorar o movimento e os negócios do *Shopping Center*. Com base nesses direitos e benefícios aproveitados pelos lojistas, o lojista interessado em se instalar no *Shopping Center* dispõe-se a pagar uma taxa de cessão para adquirir o direito de co-participação na infra-estrutura oferecida pelo *Shopping Center*. O valor e as condições de pagamento de tal contribuição são definidos entre o empreendedor e o lojista no momento em que o lojista adere ao empreendimento (seja antes ou depois de concluída a construção), sendo que o cálculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

Além do contrato de locação, a relação entre empreendedor e lojista também é regida pela escritura de normas gerais, que é um instrumento complementar e integrante da locação, que trata da organização e funcionamento do *Shopping Center*. Dentre as principais disposições contidas na escritura de normas gerais, encontram-se regras relativas a:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- proibição da abertura de outra loja em um determinado raio de distância;
- horário de funcionamento das lojas;
- realização de promoções e liquidações;
- vedação ao locatário à cessão, sublocação ou alteração do seu ramo de comércio, visando à manutenção do *Mix* de Lojas;
- aprovação do projeto e *layout* da loja, bem como para seu prazo de execução; e
- penalidades para descumprimento das obrigações do locatário.

O objetivo da escritura de normas gerais é traçar as diretrizes para o relacionamento entre os empreendedores e os lojistas, inclusive definindo seus direitos e deveres no funcionamento do *Shopping Center*, bem como definir as regras gerais a todos que participam, direta ou indiretamente, do empreendimento, incluindo os lojistas, empreendedor e terceiros contratados.

Os lojistas aderem à escritura de normas gerais no momento da assinatura do contrato de locação, assumindo desde então o compromisso de cumprir com os seus termos e condições.

Acordo de Co-Proprietários (Convenção de Condomínio)

A relação entre os co-proprietários nos condomínios civis é definida em lei. Entretanto, podem os co-proprietários celebrar contratos que regulamentem os direitos e as obrigações dos interessados em relação à propriedade comum. Este acordo de co-proprietários também é costumeiramente chamado de convenção de condomínio civil ou *pro indiviso*, que não se confunde com a convenção de condomínio prevista em lei para os casos de condomínio edilício.

Nos condomínios civis em *Shopping Centers*, o Acordo de Co-Proprietários disciplina, entre outros aspectos, os seguintes: (i) regras de uso e administração da propriedade em comum; (ii) funções da administradora; (iii) responsabilidades relativas à locação da propriedade em comum; (iv) gestão e distribuição das receitas; (v) gestão do *Mix* de Lojas; e (vi) direito de preferência do locatário.

Associação dos Lojistas

Dentre as obrigações assumidas pelo lojista ao contratar com o empreendedor, está a de associar-se à Associação de Lojistas. A Associação de Lojistas é uma pessoa jurídica sem fins econômicos formada pelos lojistas de um mesmo *Shopping Center*, cujas finalidades são, dentre outras, amparar e representar os interesses de seus associados perante terceiros, cultivar as relações entre os associados locatários, estabelecer normas éticas e regulamentos disciplinadores das atividades de seus associados, além de realizar, por si ou por terceiros, estudos e serviços de utilidade para os seus associados e, principalmente, promover a divulgação do *Shopping Center*.

Ao tornar-se locatário, o lojista é obrigado a contribuir mensalmente com o respectivo Fundo Promocional para custear os gastos com propaganda e *marketing*. Também o empreendedor é membro da Associação de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Lojistas, exercendo papel fundamental na definição de diretrizes e estratégias para campanhas publicitárias necessárias ao desenvolvimento e à integração do empreendimento junto à comunidade local.

Contrato de Administração e Regimento Interno

O empreendedor pode delegar as atividades de administração do *Shopping Center* a terceiros, notadamente empresas especializadas na administração e gestão de *Shopping Centers*. A administradora funcionará como uma mandatária do empreendedor, que lhe confere amplos poderes de administração, controle, gestão e fiscalização do empreendimento.

Caso a administração do *Shopping Center* venha a ser exercida por pessoa jurídica diversa do empreendedor, o locatário deverá celebrar com essa administradora um contrato de administração, que será parte integrante do contrato de locação. É usual que as regras relativas à administração do *Shopping Center* constem da convenção de condomínio e do próprio contrato de locação. Estes instrumentos deverão prever a possibilidade da administradora introduzir modificações no projeto estrutural da edificação, fiscalizar as atividades do lojista, promover a manutenção das dependências de uso comum e o valor e condições de pagamento da taxa de administração pelo lojista.

A administradora do *Shopping Center* é responsável, ainda, pela elaboração de um regimento interno que deverá regular de forma detalhada, e subsidiariamente aos demais instrumentos e contratos, as atividades dos lojistas do *Shopping Center*.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

09.03 - PERÍODOS DE SAZONALIDADE NOS NEGÓCIOS

Sazonalidade

Nossos resultados operacionais estão sujeitos às oscilações sazonais que afetam a indústria de *Shopping Centers* e ao setor de varejo em geral. Observa-se incremento substancial das vendas dos lojistas nas datas festivas, como dia das Mães (maio), dia dos Namorados (junho), dia dos Pais (agosto), dia das Crianças (outubro) e Natal (dezembro). Além da sazonalidade das datas comemorativas, no mês de dezembro os lojistas dos nossos *Shopping Centers*, por previsão contratual, em sua grande maioria, pagam aluguel mínimo em dobro. Apesar de em menor grau, nossas receitas de serviços também são afetadas pela sazonalidade, devido ao aumento do público em *Shoppings Centers* em tais datas festivas.

RECEITAS 2006 (em mil Reais)					
	1o TRIM	2o TRIM	3o TRIM	4o TRIM	TOTAL
Receitas de Aluguéis	8.502	7.479	7.583	10.866	34.430
Receitas de Serviços	2.207	2.414	2.425	2.951	9.997
Total	10.709	9.893	10.008	13.817	44.427
Variação	24,10%	22,27%	22,53%	31,10%	

Representação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

10.01 - PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS

1-ITEM	2 - PRINCIPAIS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS	3 - % RECEITA LÍQUIDA
01	RECEITAS COM ALUGUEL	73,15
02	RECEITAS COM SERVIÇOS	26,85

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

11.01 - PROCESSO DE PRODUÇÃO

POLÍTICAS DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E PARCEIROS

Nossos principais objetivos são a oferta constante de amplo e renovado *mix* de lojas nos *Shopping Centers* e a otimização dos serviços prestados, com o objetivo de incrementar o número de visitantes e o volume de vendas dos lojistas, maximizando seus resultados e dos empreendedores, bem como reforçando a parceria com estes. Para isso, realizamos um planejamento estratégico anual para cada *Shopping Center* que administramos, a fim de identificar o foco estratégico para atuação nos 12 meses subsequentes, por meio da análise da concorrência, pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, entre outros fatores internos e externos. Essa metodologia de atuação tem sido uma importante aliada para o sucesso das nossas operações nesses últimos anos.

Ademais, como parte da nossa política de negócios, e de forma a manter a atratividade dos *Shopping Centers* de que participamos, é feito um trabalho permanente de identificação de segmentos e lojas com potenciais de crescimento ou tendências de queda nas vendas. Realizamos pesquisas quantitativas e qualitativas que compartilhamos e discutimos com os nossos lojistas, as quais são realizadas tanto pela avaliação de opinião dos consumidores em relação aos nossos empreendimentos, quanto pela análise quantitativa de oferta e demanda. Neste sentido, os nossos lojistas são orientados a realizar reformas em suas lojas ou mesmo mudança do ponto, dentre outras orientações necessárias para a melhor performance. Buscamos ainda atualizar sempre nosso *mix* de lojas nesse sentido.

Por meio da administração de nossos *Shopping Centers*, mantemos contato constante com os lojistas, fornecedores e prestadores de serviços, inclusive aqueles considerados *prospects* (clientes em potencial). A busca por constante renovação e atualização do *Mix* de Lojas dos *Shopping Centers* requer permanente pesquisa por novos lojistas e novos conceitos de lojas. Nossa história e tradição no setor auxiliam na relação de confiança e lealdade com os lojistas, aumentando a eficiência na prospecção de novos operadores. Buscando garantir a rentabilidade dos *Shopping Centers*, as condições contratuais e custos relativos aos prestadores de serviços são monitorados frequentemente através de pesquisas e índices comparativos. Tal estudo nos auxilia na obtenção de economia em escala, melhor negociação e conseqüente redução nos custos, buscando a homogeneidade entre os empreendimentos e a maximização da lucratividade.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

11.02 - PROCESSO DE COMERCIALIZAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, MERCADOS E EXPORTAÇÃO

POLÍTICA COMERCIAL

A comercialização de lojas em um *Shopping Center* é ponto fundamental para o seu sucesso. O planejamento adequado da comercialização considera as variáveis de mercado da área de influência do *Shopping*, os hábitos de consumo locais e o *Mix* de Lojas adequado.

É a partir dessas premissas e da realização de suas atualizações constantes, que buscamos os melhores segmentos e categorias para compor os *Shopping Centers*, assim como os melhores operadores para cada empreendimento. Essa política é tratada de forma transparente com os lojistas, uma vez que o nosso interesse visa a obtenção de melhores resultados.

Um "*Shopping Center*" significa hoje, além de vastas opções de compras, lazer e conveniência, uma importante opção de mídia alternativa para pequenas, médias e grandes empresas anunciantes, ampliado pelas últimas políticas públicas de proibição de mídia externa. Dessa forma, a utilização de recursos de *Malls*, *Merchandising* e eventos é uma ótima oportunidade para atingir inúmeros consumidores e para maior fixação de uma marca, seja através de comunicação promocional, venda de produtos ou serviços, captação de base de dados de clientes e comunicação direta e de ponto de venda. Para isso, são disponibilizados diversos espaços nas áreas internas e externas dos *Shopping Centers* através de painéis luminosos, vitrines, adesivos de portas e escadas estrategicamente posicionados em pontos do *Shopping Center*, de forma inovadora e eficiente.

POLÍTICA DE COBRANÇA E INADIMPLÊNCIA

Dentro do nosso programa de gestão, estabelecemos uma rígida política de cobrança e controle de inadimplência dos lojistas, através da qual temos conseguido manter baixos índices de inadimplência. Além disso, há rigoroso critério de seleção dos locatários, com padrões mínimos de qualificação para os proponentes, através de ficha de cadastro com documentos dos próprios e fiadores com respectiva comprovação de idoneidade financeira (através das entidades de proteção ao crédito e de escritura e cartório de registro de imóveis).

A gestão da carteira de cobrança dos *Shopping Centers* é terceirizada para a empresa Eral (que é controlada pelos nossos acionistas controladores) e funciona da seguinte maneira:

Mensalmente os empreendedores e o superintendente de cada *Shopping* definem as metas de cobrança a serem alcançadas.

A Eral apresenta semanalmente para os superintendentes dos *Shopping* o desempenho corrente da cobrança em comparação com as metas. No final de cada mês entrega um relatório da evolução mensal da cobrança. Ademais, a Eral entrega trimestralmente um relatório individual sobre o saldo e processos de cobrança para todos os lojistas (ativos e inativos).

Em cada *Shopping Center* existe uma equipe de cobrança dentro do departamento financeiro, sendo a mesma responsável pela cobrança administrativa junto aos lojistas. O departamento financeiro processa mensalmente o faturamento, imprime e distribui para os lojistas os boletos e encaminha os arquivos para os sistemas de cobrança dos bancos onde os lojistas fazem os pagamentos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

11.02 - PROCESSO DE COMERCIALIZAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, MERCADOS E EXPORTAÇÃO

Para cada *Shopping* existe uma conta de arrecadação específica onde são cobrados todos os valores dos lojistas, sendo posteriormente feita a identificação dos valores recebidos e sua distribuição para as contas de pagamento (empreendedores, condomínio e Fundo de Promoção).

A rotina de cobrança existente prevê que o departamento financeiro é responsável pela cobrança administrativa junto ao lojistas até o momento em que o mesmo apresentar débitos vencidos até 90 dias. Acima deste prazo a equipe da empresa terceirizada assume a cobrança junto aos lojistas inadimplentes.

Se a empresa terceirizada não tiver êxito na cobrança o superintendente do *Shopping* é informado sobre o assunto para definição da conduta a ser tomada.

Os *Shopping Centers* também utilizam serviços de escritórios de advocacia para promover ações de despejo e execuções (cobrança).

Todas essas políticas tem propiciado uma melhora significativa nos nossos índices de recebimento versus inadimplência conforme tabela abaixo que apresenta os dados dos três últimos anos.

	2004	2005	2006
Aluguel Faturado	100,00%	100,00%	100,00%
Aluguel Recebido	90,94%	93,41%	96,56%
Inadimplência	9,06%	6,59%	3,44%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

11.03 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

Nossos principais concorrentes em participação e administração de *Shopping Centers* são BR Malls, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan, Aliansce e Sonae. Referidos concorrentes não prestam os serviços complementares que desenvolvemos.

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, freqüentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

11.03 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza. A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

SEGMENTOS E MERCADOS DE ATUAÇÃO

Participação em Shopping Centers

Temos participação em 5 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Internacional Shopping Guarulhos – Guarulhos, SP; (ii) Santana Parque Shopping – São Paulo, SP; (iii) Auto Shopping – Guarulhos, SP; (iv) Poli Shopping – Guarulhos, SP; e (v) Shopping Light – São Paulo, SP. Esses *Shopping Centers* classificam-se como regional (Internacional Shopping Guarulhos), de vizinhança (Santana Parque Shopping, Poli Shopping e Shopping Light), temático (Auto Shopping), sendo direcionados a consumidores das Classes A, B e C, caracterizados pela sua fidelidade e exigência de qualidade.

Administração de Shopping Center

Atualmente, somos responsáveis pela administração de todos os *Shopping Centers* em que detemos participação, exceto o Santana Parque Shopping. Somos especializados na administração condominial de nossos *Shopping Centers* e na exploração de atividades complementares como: administração de estacionamentos, gestão do fornecimento de água e energia, conforme descrição resumida abaixo.

Serviços Complementares

Além da Administração de *Shopping Centers*, prestamos serviços complementares através de subsidiárias. Gerenciamos a maioria dos nossos estacionamentos e o fornecimento de energia elétrica e água de nossas operações.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

11.03 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Gestão de estacionamento de Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação, administração e operação de estacionamentos em complexos de *Shopping Centers*, considerando todas as particularidades e características específicas da atividade de estacionamento interligada a um *Shopping Center*. Em todas nossas operações que possuem estacionamentos realizamos esse serviço através da I Park.

Gestão de fornecimento de energia elétrica a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de energia elétrica a ser fornecida para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de energia pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas de suprimento de energia com infra-estruturas distintas e realizando estudo de viabilidade para dimensionar a atividade do investimento com os novos equipamentos. Além da viabilidade econômica, a Energy busca a melhor solução em termos de sustentabilidade para o fornecimento de energia.

Gestão do fornecimento de água a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de suprimentos hídricos a serem fornecidos para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de água pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas deste suprimento com infra-estruturas distintas inclusive com o reuso da mesma. Além disso, possuímos relatórios elaborados pela Universidade Mackenzie demonstrando o aproveitamento da água e a economia de esgoto a ser lançado nas redes de coleta. Nossos serviços de gestão e fornecimento de água aos *Shopping Centers* são fornecidos pela Wass.

Período de Três Meses Encerrado em 31 de Março de 2007

	ABL PRÓPRIO	EBITDA AJUSTADO	RECEITA LÍQUIDA	MARGEM EBITDA AJUSTADO	RECEITA				% Receita Shopping Centers sobre Receita Bruta	% Receita Serviços sobre Receita Bruta
					Bruta	Shopping centers	Serviços	Outras		
GENERAL SHOPPING BRASIL	86,7	8.257	10.726	77,00%	12.372	9.785	2.587	-	79,09%	20,91%
BR MALLS	207,0	22.272	31.024	71,80%	32.994	23.667	9.302	25	71,73%	28,19%
IGUATEMI	120,6	19.570	27.946	70,00%	31.447	26.086	5.361	-	82,95%	17,05%
ALIANSCÉ	74,7	6.260	10.277	60,90%	11.027	7.501	3.526	-	68,02%	31,98%
MULTIPLAN	238,8	49.543	70.364	70,41%	77.093	61.045	10.873	5.175	79,18%	14,10%

Informações sobre o Iguatemi e BR Malls retiradas do Prospecto Definitivo de Emissão de Debêntures encontrado no site da CVM.
Informações da General Shopping Brasil, Aliansce e Multiplan retiradas do Prospecto Preliminar de Oferta Pública de Ações localizado nos respectivos sites das companhias.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

12.01 - PRINCIPAIS PATENTES, MARCAS COMERCIAIS E FRANQUIAS

PROPRIEDADE INTELECTUAL

Marcas

No Brasil, a propriedade de uma marca adquire-se somente pelo registro validamente expedido pelo INPI, sendo assegurado ao seu titular o direito ao uso exclusivo em todo o território nacional por 10 anos prorrogáveis por iguais períodos sucessivos. Durante o processo de registro, o depositante tem apenas uma expectativa de direito para utilização das marcas depositadas, aplicadas para a identificação de seus produtos ou serviços.

Somos titulares, no Brasil, individualmente ou por meio de nossas controladas, de 5 marcas devidamente registradas, quais sejam: 3 registros da marca "Internacional Shopping Guarulhos" com logotipos diferentes e em mais de uma classe de atividade, 1 registro da marca "Poli", 1 registro da marca "Poli Shopping", e marca figurativa (apenas desenho) com um logotipo da Companhia, além de 18 pedidos de registro de marca, em andamento junto ao INPI.

Promovemos, periodicamente, a prorrogação de nossas marcas, de acordo com os vencimentos dos respectivos períodos de vigência, a cada 10 anos.

Nomes de Domínio

Somos titulares de diversos nomes de domínio no Brasil, dentre os quais se destacam os seguintes: www.generalshopping.com.br, autoshoppingcenter.com.br, autoshoppingguarulhos.com.br, guarulhosinternacional.com.br, internacionalshopping.com.br, internacionalguarulhos.com.br, shoppingguarulhos.com.br, shoppingcenterpoli.com.br, shoppingsantana.com.br, santanashopping.com.br, santanaparkshopping.com.br e santanaparquesshopping.com.br, todos válidos e em pleno vigor.

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

13.01 - PROPRIEDADES RELEVANTES

1- ITEM	2 - TIPO DE PROPRIEDADE	3 - ENDEREÇO
4 - MUNICÍPIO	5 - UF	6 - ÁREA TOTAL (MIL MF)
		7 - ÁREA CONSTRUÍDA (MIL MF)
		8 - IDADE (ANOS)
		9 - SEGURO
		10 - HIPÓTECA
		11 - ALUGADA DE TERCEIROS
		12 - DATA DO CONTRATO
		13 - TÉRMINO LOCAÇÃO
14 - OBSERVAÇÃO		
01 - POLI SHOPPING		RUA: DOM PEDRO II - 178
GUARULHOS	SP	4,169
		6,600
		18
		SIM
		NÃO
		NÃO
50% DE PARTICIPAÇÃO - ABL 4.527 m2		
02 - INTERNACIONAL SHOPPING GUARULHOS		ROD. PRESIDENTE DUTRA, KM 230
GUARULHOS	SP	177,752
		117,465
		9
		SIM
		SIM
		NÃO
100% DE PARTICIPAÇÃO - ABL de 72.958 m2		
03 - AUTO SHOPPING		ROD. PRES. DUTRA, KM 225
GUARULHOS	SP	22,911
		18,000
		1
		SIM
		NÃO
		NÃO
100% DE PARTICIPAÇÃO - ABL 11.477m2		
04 - SANTANA PARQUE SHOPPING		AV. CONSELHEIRO MOREIRA DE BARROS
SÃO PAULO	SP	28,000
		64,600
		0
		SIM
		SIM
		NÃO
50% DE PARTICIPAÇÃO - INAUGURAÇÃO PREVISTA PARA OUTUBRO DE 2007 - ABL de 24.136m2		
05 - SHOPPING LIGHT		RUA: CORONEL XAVIER DE TOLEDO, 23
SÃO PAULO	SP	4,756
		36,519
		8
		SIM
		NÃO
		NÃO
50,1% DE PARTICIPAÇÃO - ABL 14140m2		

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OPERACIONAIS SELECIONADAS

As informações financeiras abaixo devem ser lidas e analisadas em conjunto com as nossas demonstrações financeiras combinadas e consolidadas, incluindo as respectivas notas explicativas, bem como as informações contidas nas seções “Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações” e “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais”.

Nossas informações financeiras combinadas apresentadas abaixo referentes aos balanços patrimoniais e demonstrações de resultados relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006, de 2005 e de 2004, incluídas neste Prospecto, foram extraídas das nossas demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, as quais foram auditadas pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes de acordo com as normas brasileiras de auditoria, cujo parecer datado de 21 de maio de 2007, contém os seguintes parágrafos de ênfase: (i) objetivo das demonstrações financeiras combinadas; (ii) o fato das demonstrações financeiras relativas aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e 2004 serem reapresentadas para adequá-las às normas da CVM, e conter ajustes contabilizados retrospectivamente (iii) o fato das demonstrações combinadas dos fluxos de caixa serem apresentadas para propiciar informações suplementares sobre as Sociedades; e (iv) existência de transações relevantes com partes relacionadas e parte dos saldos a receber e a pagar não estar sujeita a encargos financeiros; (v) a Companhia está adotando medidas para concluir o processo de registro dos imóveis onde está localizado o Poli Shopping junto ao cartório de registro de imóveis.

Nossas informações financeiras referentes ao balanço patrimonial consolidado levantado em 31 de março de 2007, incluídas neste Prospecto, foram extraídas das nossas demonstrações financeiras elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil. As informações financeiras referentes à demonstração de resultado combinada relativa ao trimestre encerrado em 31 de março de 2007, incluídas neste Prospecto, foram extraídas das demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, as quais foram auditadas pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes de acordo com as normas brasileiras de auditoria, cujo parecer, datado de 21 de maio e 09 de julho de 2007, contém, além dos parágrafos de ênfase mencionados acima, o seguinte: em 31 de março de 2007, as nossas sociedades alteraram a prática contábil para a avaliação de determinados bens do imobilizado (terrenos, edificações e instalações relacionados com as operações de shopping center), que passaram a ser registrados com base em valores de reavaliação, em substituição ao custo de aquisição e a Companhia está adotando medidas para concluir o processo de registro da propriedade dos imóveis onde está localizado o Poli Shopping junto ao cartório de registro de imóveis.

Nossas informações financeiras combinadas referentes às demonstrações de resultado, das mutações do patrimônio líquido (passivo a descoberto) e das origens e aplicações de recursos relativas ao trimestre encerrado em 31 de março 2006, incluídas neste Prospecto, foram extraídas das demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e foram objeto de revisão limitada pela

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes, de acordo com as normas específicas estabelecidas pelo IBRACON e CFC. Essas demonstrações financeiras são apresentadas em conjunto com as demonstrações financeiras em 31 de março de 2007. Assim, as ênfases relativas a 31 de março de 2007 são aplicáveis também a 31 de março de 2006, exceto quanto à alteração da prática contábil para a avaliação de determinados bens do ativo imobilizado, ocorrida em 2007.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

	Três meses encerrados em 31 de março de				
	2006 (combinado)	AV%	2007 (combinado)	AV%	Varição 2006/2007 %
	(em milhares de Reais, exceto percentuais)				
Receitas de Aluguéis	8.502	91,8%	9.785	91,2%	15,1%
Recitas de Serviços.....	2.207	23,8%	2.587	24,1%	17,2%
Receita Bruta	10.709	115,6%	12.372	115,3%	15,5%
Deduções da					
Receita					
Impostos, Descontos					
e Cancelamentos	(1.446)	-15,6%	(1.646)	-15,3%	13,8%
Receita Líquida	9.263	100,0%	10.726	100,0%	15,8%
Custo de Aluguéis e					
Serviços	(4.551)	-49,1%	(4.388)	-40,9%	-3,6%
Lucro Bruto	4.712	50,9%	6.338	59,1%	34,5%
(Despesas) Receitas					
Operacionais					
Gerais e					
Administrativas	(1.122)	-12,1%	(1.451)	-13,5%	29,3%
Outras Receitas					
Operacionais,					
Líquidas	514	5,5%	740	6,9%	44,0%
Lucro Operacional					
antes do Resultado					
Financeiro	4.104	44,3%	5.627	52,5%	37,1%
Resultado Financeiro....	1.927	20,8%	(3.775)	-	-
Lucro Operacional					
antes do Imposto de					
Renda e da					
Contribuição Social....	6.031	65,1%	1.852	17,3%	-69,3%
Imposto de Renda e					
Contribuição Social –					
Correntes	(96)	-1,0%	(6.469)	-60,3%	-
Imposto de Renda e					
Contribuição Social –					
Diferidos.....	-	-	9.164	85,4%	-
Lucro Líquido do					
Trimestre.....	5.935	64,1%	4.547	42,4%	-23,4%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Exercício encerrado em 31 de dezembro de								
	2004 (combinado)	AV%	2005 (combinado)	AV%	2006 (combinado)	AV%	Variação 2004/2005%	Variação 2005/2006%
	(em milhares de reais, exceto percentuais)							
Receitas de Aluguéis ...	30.825	120,6%	32.401	102,9%	34.430	92,5%	5,1%	6,3%
Receitas de Serviços	-	-	5.302	16,8%	9.997	26,9%	-	88,6%
Receita Bruta	30.825	120,6%	37.703	119,7%	44.427	119,3%	22,3%	17,8%
Deduções da Receita								
Impostos, Descontos e Cancelamentos	(5.262)	-20,6%	(6.212)	-19,7%	(7.201)	-19,3%	18,1%	15,9%
Receita Líquida	25.563	100,0%	31.491	100,0%	37.226	100,0%	23,2%	18,2%
Custo de Aluguéis e Serviços	(14.693)	-57,5%	(16.199)	-51,4%	(19.030)	-51,1%	10,2%	17,5%
Lucro Bruto	10.870	42,5%	15.292	48,6%	18.196	48,9%	40,7%	19,0%
(Despesas) Receitas Operacionais								
Gerais e								
Administrativas	(4.045)	-15,8%	(2.878)	-9,1%	(4.643)	-12,5%	-28,9%	61,3%
Outras Receitas Operacionais,								
Líquidas	89	0,3%	2.062	6,5%	1.211	3,3%	-	-41,3%
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro	6.914	27,0%	14.476	46,0%	14.764	39,7%	109,4%	2,0%
Resultado Financeiro ...	(20.631)	-80,7%	(18.919)	-60,1%	(19.015)	-51,1%	-8,3%	0,5%
Prejuízo Operacional	(13.717)	-53,7%	(4.443)	-14,1%	(4.251)	-11,4%	-67,6%	-4,3%
Resultado Não Operacional	(202)	-0,8%	(286)	-0,9%	6.639	17,8%	41,6%	-
Lucro (Prejuízo) antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social ...	(13.919)	-54,4%	(4.729)	-15,0%	2.388	6,4%	-66,0%	-
Imposto de Renda e Contribuição Social – Correntes	-	-	(531)	-1,7%	(774)	-2,1%	-	45,8%
Lucro (Prejuízo) Líquido do Exercício	(13.919)	-54,4%	(5.260)	-16,7%	1.614	4,3%	-62,2%	-

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

BALANÇO PATRIMONIAL

	Balancos patrimoniais encerrados em				
	31-Dez-06 (combinado)	AV%	31-Mar-07 (consolidado)	AV%	Variação 2006/2007%
	(em milhares de Reais, exceto percentuais)				
Ativo					
Circulante					
Caixa e Bancos	2.268	0,79%	957	0,26%	-57,80%
Aplicações Financeiras	7.769	2,70%	8.001	2,17%	2,99%
Certificados de Recebíveis Imobiliários	151	0,05%	164	0,04%	8,61%
Contas a Receber	8.258	2,88%	7.773	2,11%	-5,87%
Impostos a Recuperar	1.042	0,36%	1.274	0,35%	22,26%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	-	-	213	0,06%	-
Outras Contas a Receber	6.437	2,24%	7.608	2,06%	18,19%
Total do Ativo Circulante	25.925	9,03%	25.990	7,04%	0,25%
Não Circulante					
Realizável a Longo Prazo					
Contas a Receber	1.260	0,44%	1.185	0,32%	-5,9%
Aplicações Financeiras	202	0,07%	202	0,05%	-
Certificados de Recebíveis Imobiliários	1.263	0,44%	1.239	0,34%	-1,9%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	10.296	3,58%	8.951	2,43%	-13,06%
Partes Relacionadas	27.283	9,50%	2.887	0,78%	-89,42%
Depósitos e Cauções	7	-	28	0,01%	300,00%
Total do Realizável a Longo Prazo	40.311	14,04%	14.492	3,93%	-64,05%
Permanente					
Imobilizado	220.973	76,94%	328.500	89,03%	48,66%
Total do Permanente	220.973	76,94%	328.500	89,03%	48,66%
Total do Ativo	287.209	100,00%	368.982	100,00%	28,47%
Passivo e Patrimônio Líquido					
Circulante					
Fornecedores	3.927	1,37%	9.404	2,55%	139,47%
Empréstimos e Financiamentos	26.274	9,15%	32.477	8,80%	23,61%
Contas a Pagar - Compra de Terrenos	8.817	3,07%	5.651	1,53%	-35,91%
Salários e Encargos Sociais	344	0,12%	791	0,21%	129,94%
Impostos, Taxas e Contribuições	2.109	0,73%	9.995	2,71%	373,92%
Impostos Parcelados	549	0,19%	580	0,16%	5,65%
Cédulas de Créditos Imobiliários	1.634	0,57%	1.819	0,49%	11,32%
Adiantamentos Recebidos para Venda de					
Investimentos	6.911	2,41%	125	0,03%	-98,19%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	-	-	710	0,19%	-
Partes Relacionadas	137.378	47,83%	5.709	1,55%	-95,84%
Outras Contas a Pagar	2.452	0,85%	3.846	1,04%	56,85%
Total do Passivo Circulante	190.395	66,29%	71.107	19,27%	-62,65%
Não Circulante					
Empréstimos e Financiamentos	110.980	38,64%	105.647	28,63%	-4,81%
Contas a Pagar - Compra de Terrenos	7.605	2,65%	7.634	2,07%	0,38%
Receitas de Cessões a Apropriar	6.352	2,21%	6.849	1,86%	7,82%
Impostos Parcelados	4.098	1,43%	3.403	0,92%	-16,96%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	10.296	3,58%	22.968	6,22%	123,08%
Partes Relacionadas	-	-	14.217	3,85%	-
Provisão para Contingências	10.220	3,56%	10.624	2,88%	3,95%
Cédulas de Créditos Imobiliários	13.888	4,84%	13.626	3,69%	-1,89%
Total do Exigível a Longo Prazo	163.439	56,91%	184.968	50,13%	13,17%

Data-Base - 06/03/2007

Reapresentação Espontânea

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Patrimônio Líquido (Passivo a descoberto)					
Capital Social	52.464	18,3%	31.085	8,4%	-40,8%
Reserva de reavaliação	50.372	17,5%	131.617	35,7%	161,3%
Prejuízos Acumulados	(169.461)	-59,0%	(49.795)	-13,5%	-
Patrimônio Líquido (Passivo a Descoberto).....	(66.625)	-23,20%	112.907	30,60%	-
Total do Passivo e Patrimônio Líquido (Passivo a Descoberto).....	287.209	100,00%	368.982	100,00%	28,47%

Em 31 de dezembro de

	2004 (combinado)	AV%	2005 (combinado)	AV%	2006 (combinado)	AV%	Varição 2004/2005%	Varição 2005/2006%
Ativo								
Circulante								
Caixa e Bancos.....	430	0,19%	650	0,27%	2.268	0,79%	51,16%	248,92%
Aplicações Financeiras.....	-	-	-	-	7.769	2,70%	-	-
Certificados de Recebíveis Imobiliários.....	-	-	-	-	151	0,05%	-	-
Contas a Receber.....	3.743	1,66%	5.015	2,11%	8.258	2,88%	33,98%	64,67%
Impostos a Recuperar.....	1.376	0,61%	1.428	0,60%	1.042	0,36%	3,78%	-27,03%
Outras Contas a Receber.....	701	0,31%	577	0,24%	6.437	2,24%	-17,69%	1.015,60%
Total do Ativo Circulante.....	6.250	2,78%	7.670	3,23%	25.925	9,03%	22,72%	238,01%
Não Circulante								
Realizável a Longo Prazo								
Contas a Receber.....	-	-	-	-	1.260	0,44%	-	-
Impostos a Recuperar.....	1.616	0,72%	615	0,26%	-	-	-61,94%	-
Aplicações Financeiras.....	402	0,18%	162	0,07%	202	0,07%	-59,70%	24,69%
Certificados de Recebíveis Imobiliários.....	-	-	-	-	1.263	0,44%	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.....	3.183	1,41%	6.980	2,94%	10.296	3,58%	119,29%	47,51%
Partes Relacionadas.....	11.657	5,18%	12.068	5,08%	27.283	9,50%	3,53%	126,08%
Depósitos e Cauções.....	4.470	1,99%	-	-	7	-	-	-
Total do Realizável a Longo Prazo.....	21.328	9,48%	19.825	8,34%	40.311	14,04%	-7,05%	103,33%
Permanente								
Imobilizado.....	197.391	87,74%	210.263	88,44%	220.973	76,94%	6,52%	5,09%
Total do Permanente.....	197.391	87,74%	210.263	88,44%	220.973	76,94%	6,52%	5,09%
Total do Ativo.....	224.969	100,00%	237.758	100,00%	287.209	100,00%	5,68%	20,80%
Passivo e Passivo a descoberto								
Circulante								
Fornecedores.....	7.475	3,32%	5.847	2,46%	3.927	1,37%	-21,78%	-32,84%
Empréstimos e Financiamentos.....	13.525	6,01%	14.179	5,96%	26.274	9,15%	4,84%	85,30%
Contas a Pagar - Compra de Terrenos.....	5.497	2,44%	5.591	2,35%	8.817	3,07%	1,71%	57,70%
Salários e Encargos Sociais.....	226	0,10%	382	0,16%	344	0,12%	69,03%	-9,95%
Impostos, Taxas e Contribuições.....	2.972	1,32%	3.485	1,47%	2.109	0,73%	17,26%	-39,48%
Impostos Parcelados.....	-	-	-	-	549	0,19%	-	-
Cédulas de Créditos Imobiliários.....	-	-	-	-	1.634	0,57%	-	-
Adiantamentos Recebidos para Venda de Investimentos.....	-	-	-	-	6.911	2,41%	-	-
Partes Relacionadas.....	135.660	60,30%	135.340	56,92%	137.378	47,83%	-0,24%	1,51%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

	Em 31 de dezembro de							
	2004 (combinado)	AV%	2005 (combinado)	AV%	2006 (combinado)	AV%	Varição 2004/2005%	Varição 2005/2006%
Outras Contas a Pagar	12.206	5,43%	6.024	2,53%	2.452	0,85%	-50,65%	-59,30%
Total do Circulante.....	177.561	78,93%	170.848	71,86%	190.395	66,29%	-3,78%	11,44%
Não Circulante								
Empréstimos e								
Financiamentos	105.692	46,98%	116.511	49,00%	110.980	38,64%	10,24%	-4,75%
Contas a Pagar - Compra de								
Terrenos	13.319	5,92%	18.951	7,97%	7.605	2,65%	42,29%	-59,87%
Receitas de Cessões a								
Apropriar	1.492	0,66%	1.986	0,84%	6.352	2,21%	33,11%	219,84%
Impostos Parcelados	-	-	2.143	0,90%	4.098	1,43%	-	91,23%
Imposto de Renda e								
Contribuição Social								
Diferidos	3.183	1,41%	6.980	2,94%	10.296	3,58%	119,29%	47,51%
Provisão para Contingências	5.371	2,39%	7.211	3,03%	10.220	3,56%	34,26%	41,73%
Cédulas de Créditos								
Imobiliários	-	-	-	-	13.888	4,84%	-	-
Total do Exigível a Longo								
Prazo	129.057	57,37%	153.782	64,68%	163.439	56,91%	19,16%	6,28%
Passivo a Descoberto	(81.649)	-36,29%	(86.872)	-36,54%	(66.625)	-23,20%	6,40%	-23,31%
Total do Passivo e Passivo a								
Descoberto.....	224.969	100,00%	237.758	100,00%	287.209	100,00%	5,68%	20,80%

OUTROS DADOS FINANCEIROS

Reconciliação do EBITDA e EBITDA Ajustado com o lucro (prejuízo) líquido:

	Exercício encerrado em 31 de dezembro de			Três meses encerrados em 31 de março de	
	2004	2005	2006	2006	2007
	<i>(valores em milhares de reais, exceto percentuais)</i>				
Lucro (prejuízo) líquido	(13.919)	(5.260)	1.614	5.935	4.547
(+)/(-) Imposto de renda e					
contribuição social	-	531	774	96	(2.695)
(+)/(-) Despesas (receitas)					
financeiras, líquidas	20.631	18.919	19.015	(1.927)	3.775
(+) Depreciação e					
amortização	8.074	8.579	9.377	2.328	2.453
EBITDA⁽¹⁾	14.786	22.769	30.780	6.432	8.080
Margem EBITDA⁽²⁾	57,84%	72,30%	82,68%	69,44%	75,33%
(+)/(-) Resultado não					
operacional	202	286	(6.639)	-	-
(+) Despesas relacionadas à					
reorganização societária	-	-	499	-	177
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	14.988	23.055	24.640	6.432	8.257
Margem EBITDA					
Ajustado⁽²⁾	58,63%	73,21%	66,19%	69,44%	76,98%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

⁽¹⁾ O EBITDA é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização. O EBITDA Ajustado é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização, do resultado não operacional e das despesas identificadas pela administração relacionadas à reorganização societária para fins desta oferta pública de ações. O EBITDA e o EBITDA Ajustado não são medidas de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, tampouco devem ser considerados isoladamente, ou como alternativas ao lucro líquido, medidas de desempenho operacional, alternativas aos fluxos de caixa operacionais, ou medidas de liquidez. Outras empresas podem calcular o EBITDA e o EBITDA Ajustado de maneira diferente de nós. Em razão de não serem consideradas para seus cálculos as despesas e receitas com juros (financeiras), o imposto de renda, a contribuição social, a depreciação e a amortização, o EBITDA e o EBITDA Ajustado funcionam como indicadores de nosso desempenho econômico geral, que não é afetado por flutuações das taxas de juros, alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social ou dos níveis de depreciação e amortização. Consequentemente, acreditamos que o EBITDA e o EBITDA Ajustado funcionam como ferramentas significativas para comparar, periodicamente, nosso desempenho operacional, bem como para embasar determinadas decisões de natureza administrativa.

⁽²⁾ Representa o EBITDA ou o EBITDA Ajustado, conforme o caso, dividido pela receita líquida.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE A SITUAÇÃO FINANCEIRA E OS RESULTADOS OPERACIONAIS

A discussão apresentada a seguir é baseada em nossas demonstrações financeiras que foram elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, com o objetivo de permitir a apresentação de informações financeiras comparáveis para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006, de 2005 e de 2004 e para os trimestres encerrados em 31 de março de 2007 e de 2006. A discussão a seguir deve ser lida em conjunto com as seções "Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações", "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras e Operacionais Seleccionadas" e com outras informações financeiras.

As estimativas e projeções apresentadas envolvem riscos e incertezas. Nossos resultados efetivos poderão diferir significativamente dos resultados ora discutidos, em decorrência de diversos fatores, inclusive, porém não limitado, aos descritos nas seções "Considerações sobre Estimativas e Declarações Futuras" e "Fatores de Risco".

VISÃO GERAL

Temos participação expressiva no mercado de *Shopping Centers* do Brasil, com 105,9 mil m² de ABL própria. Possuímos quatro *Shopping Centers* em operação e um em construção, nos quais detemos uma participação proporcional média de 83,2%. Juntos, esses *Shopping Centers* apresentam 243,2 mil m² de ABC, 127,2 mil m² de ABL, cerca de 765 lojas com vendas totais informadas de R\$903,8 milhões em 2006 e aproximadamente 40 milhões de visitantes em 2006. Entre 2004 e 2006, nossa receita operacional líquida cresceu a uma taxa anual média composta de 20,1%.

Participamos ativamente desde a prospecção até o planejamento, desenvolvimento e investimento de nossos *Shopping Centers*. Adicionalmente, comercializamos e administramos nossos empreendimentos, prestamos serviços de administração de estacionamento e de gerenciamento do suprimento de energia elétrica e água dos nossos *Shopping Centers*.

Nossos *Shopping Centers* estão estrategicamente 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. Três de nossos *Shopping Centers* 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 os nossos outros *Shopping Centers* localizam-se nas regiões central e norte da cidade de São Paulo. Nosso principal *Shopping*

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Center, o Internacional Shopping Guarulhos, é, isoladamente, o maior *Shopping Center* da região metropolitana de São Paulo e o 6º maior do País em termos de ABL, de acordo com a ABRASCE.

Iniciamos as nossas atividades no setor de *Shopping Centers* em 1989 com a inauguração do Poli Shopping, localizado na cidade de Guarulhos. Em linha com nossa estratégia de negócios, desde 2006 temos expandido as nossas atividades por meio do desenvolvimento de novos empreendimentos, da aquisição de participações em empreendimentos existentes, da expansão de nossos *Shopping Centers* e da aquisição de terrenos para construção de novos *Shopping Centers*.

Abaixo apresentamos as principais informações operacionais e financeiras dos *Shopping Centers* em que detemos participação:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Shopping Center	Estado	Data de Inauguração/Aquisição	Part. (%) ⁽¹⁾	ABL Total (m²)	ABL Própria (m²)	Nº Lojas ⁽²⁾	Visitantes/Ano (em milhares)	No exercício social encerrado em 31 de Dezembro de 2006	
								Vendas Informadas pelos Lojistas (R\$ em milhares)	Resultado Operacional do Shopping Center ⁽³⁾ (R\$ em milhares)
Poli Shopping ⁽⁴⁾	São Paulo	1989	50,0%	4.527	2.264	52	6.000	30.504	146
Internacional Shopping Guarulhos	São Paulo	1998	100,0%	72.958	72.958	292	23.500	684.519	27.943
Auto Shopping	São Paulo	2006	100,0%	11.477	11.477	80	360	126.000 ^{(5) (6)}	3.500 ^{(5) (6)}
Santana Parque Shopping ⁽⁷⁾	São Paulo	2007	50,0%	24.136	12.068	207	-	-	-
Shopping Light ⁽⁸⁾	São Paulo	2007	50,1%	14.140	7.092	134	12.000	62.815	535
Total			83,20%	127.238	105.858	765	41.860	903.838	32.124

Notas:

⁽¹⁾ Considera nossa participação na data deste Prospecto Preliminar.

⁽²⁾ Inclui lojas que compõem nossa ABL e lojas de terceiros.

⁽³⁾ O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde à receita bruta de cada um dos *Shopping Centers*, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, incluindo depreciação e amortização. Reconhecemos em nossas demonstrações financeiras, as receitas e despesas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de alugueis e serviços.

⁽⁴⁾ Dados atuais antes do processo de expansão que se pretende realizar.

⁽⁵⁾ Dados estimados por nós com base em informações fornecidas pelos lojistas.

⁽⁶⁾ Dado anualizado, já que este foi inaugurado em 23 de setembro de 2006.

⁽⁷⁾ *Shopping Center* em construção com inauguração prevista para Outubro de 2007.

⁽⁸⁾ Aquisição de participação no *Shopping Center* em junho de 2007. Dados referentes a 2006, quando não detínhamos participação societária.

A tabela abaixo apresenta algumas de nossas informações financeiras e operacionais combinadas para os períodos indicados:

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de			1º Trimestre de	
	(em R\$ mil, exceto se de outra forma indicado)			2006	2007
	2004	2005	2006		
Receita Bruta	30.825	37.703	44.427	10.709	12.372
Alugueis ⁽¹⁾	30.825	32.401	34.430	8.502	9.785
Serviços	--	5.302	9.997	2.207	2.587
Lucro (Prejuízo) Líquido	(13.919)	(5.260)	1.614	5.935	4.547
Receita Líquida	25.563	31.491	37.266	9.263	10.726
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	13.525	14.179	26.274	13.924	32.477

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	105.692	116.511	110.980	117.858	105.647
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo com Partes Relacionadas	135.660	135.340	137.378	138.569	5.709
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo com Partes Relacionadas	-	-	-	-	14.217
Cédulas de Crédito Imobiliário (curto prazo)	-	-	1.634	-	1.819
Cédulas de Crédito Imobiliário (longo prazo)	-	-	13.888	-	13.626
Outras informações financeiras:					
EBITDA ⁽²⁾	14.786	22.769	30.780	6.432	8.080
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	14.988	23.055	24.640	6.432	8.257
Margem de EBITDA Ajustado ⁽³⁾	58,6%	73,2%	66,2%	69,4%	77,0%
Outras informações operacionais:					
ABL Shopping Centers (m ²) ⁽⁴⁾ ⁽⁵⁾	76.240	77.485	88.962	77.485	88.962
ABL Companhia (m ²) ⁽⁵⁾	73.977	75.222	86.699	75.222	86.699 ⁽⁶⁾

⁽¹⁾ Inclui receitas de aluguéis, cessão de direitos de uso de *malls* e *merchandising*.

⁽²⁾ O EBITDA é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização. O EBITDA Ajustado é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização, do resultado não operacional e das despesas identificadas pela administração relacionadas à reorganização societária para fins desta oferta pública de ações. O EBITDA e o EBITDA Ajustado não são medidas de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, tampouco devem ser considerados isoladamente, ou como alternativas ao lucro líquido, medidas de desempenho operacional, alternativas aos fluxos de caixa operacionais, ou medidas de liquidez. Outras empresas podem calcular o EBITDA e o EBITDA Ajustado de maneira diferente de nós. Em razão de não serem consideradas para seus cálculos as despesas e receitas com juros (financeiras), o imposto de renda, a contribuição social, a depreciação e a amortização, o EBITDA e o EBITDA Ajustado funcionam como indicadores de nosso desempenho econômico geral, que não é afetado por flutuações das taxas de juros, alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social ou dos níveis de depreciação e amortização. Consequentemente, acreditamos que o EBITDA e o EBITDA Ajustado funcionam como ferramentas significativas para comparar, periodicamente, nosso desempenho operacional, bem como para embasar determinadas decisões de natureza administrativa.

⁽³⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

⁽⁴⁾ Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, consequentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*).

⁽⁵⁾ Reflete a ABL no final do período.

⁽⁶⁾ Inclui Poli Shopping, Internacional Shopping Guarulhos e Auto Shopping.

APRESENTAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS COMBINADAS

As informações financeiras combinadas apresentadas abaixo referentes aos balanços patrimoniais e demonstrações de resultados relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006, de 2005 e de 2004, incluídas neste Prospecto, foram extraídas das nossas demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, as quais foram auditadas pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes de acordo com as normas brasileiras de auditoria, cujo parecer datado de 21 de maio e 09 de julho de 2007, contém os seguintes parágrafos de ênfase: (i) quanto ao objetivo das demonstrações financeiras combinadas; (ii) o fato das demonstrações financeiras relativas aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e de 2004 serem reapresentadas para adequá-las às normas da CVM, e conter ajustes contabilizados retrospectivamente; (iii) o fato das demonstrações combinadas dos fluxos de caixa serem apresentadas para propiciar informações suplementares sobre as Sociedades Combinadas; e (iv) existência de transações relevantes com partes relacionadas e parte dos saldos a receber e a pagar não estar sujeita a encargos financeiros; e (iv) existência de transações relevantes com partes relacionadas e parte dos saldos a receber e a pagar não estar sujeita a encargos financeiros; (v) a Companhia está adotando medidas para

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

concluir o processo de registro dos imóveis onde está localizado o Poli Shopping junto ao cartório de registro de imóveis.

Nossas informações financeiras referentes ao balanço patrimonial consolidado levantado em 31 de março de 2007 incluídas neste Prospecto, foram extraídas das nossas demonstrações financeiras elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil. As informações financeiras referentes à demonstração de resultado combinada relativa ao trimestre encerrado em 31 de março de 2007, incluídas neste Prospecto, foram extraídas das demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, as quais foram auditadas pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes de acordo com as normas brasileiras de auditoria, cujo parecer, datado de 21 de maio de 2007, contém, além dos parágrafos de ênfase mencionados acima, o seguinte: em 30 de março de 2007 as Sociedades Combinadas alteraram a prática contábil para a avaliação de determinados bens do imobilizado (terrenos, edificações e instalações relacionados com as operações de *Shopping Center*), que passaram a ser registrados com base em valores de reavaliação, em substituição ao custo de aquisição e a Companhia está adotando medidas para concluir o processo de registro da propriedade dos imóveis onde está localizado o Poli Shopping junto ao cartório de registro de imóveis.

Nossas informações financeiras combinadas referentes às demonstrações de resultado, das mutações do patrimônio líquido (passivo a descoberto) e das origens e aplicações de recursos relativas ao trimestre encerrado em 31 de março de 2006, incluídas neste Prospecto, foram extraídas das demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e foram objeto de revisão limitada pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes, de acordo com as normas específicas estabelecidas pelo IBRACON e CFC. Essas demonstrações financeiras são apresentadas em conjunto com as demonstrações financeiras em 31 de março de 2007. Assim, as ênfases relativas a 31 de março de 2007 são aplicáveis também a 31 de março de 2006, exceto quanto à alteração da prática contábil para a avaliação de determinados bens do ativo imobilizado, ocorrida em 2007.

As informações financeiras disponibilizadas neste Prospecto, quando referidas à Companhia, consideram informações combinadas e consolidadas da Companhia e das Sociedades Combinadas.

As demonstrações financeiras combinadas das Sociedades Combinadas foram preparadas para os fins apresentados acima e não têm por objetivo representar qual seriam nossos resultados operacionais nem nossa situação patrimonial caso essas transações tivessem ocorrido nas datas indicadas, nem são necessariamente um indicativo dos nossos resultados futuros ou de nossa posição patrimonial futura. As nossas demonstrações financeiras combinadas não devem ser tomadas como base para fins de cálculo de dividendos, de imposto ou quaisquer outros fins correlatos.

As sociedades nas quais detemos o controle foram consolidadas na sua totalidade, exceto a participação na Poli Empreendimentos, que por ter controle compartilhado, foi consolidada proporcionalmente. Nas demonstrações consolidadas, são eliminadas as contas correntes, receitas e despesas entre as sociedades consolidadas e os resultados não realizados, bem como investimentos.

CENÁRIO MACRO-ECONÔMICO BRASILEIRO

Desde a posse do atual Governo Federal, em janeiro de 2003, a economia brasileira tem apresentado maior grau de estabilidade e, de maneira geral, o Governo Federal vem dando continuidade à política macroeconômica do governo anterior, priorizando a responsabilidade fiscal.

Em 2004, a economia brasileira mostrou importantes melhorias em seus principais indicadores econômicos. O Real valorizou-se 8,1% em comparação ao dólar e apresentou um saldo positivo em conta corrente de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

US\$33,6 bilhões. O PIB cresceu 5,7% e a taxa média de desemprego atingiu 9,6% em 2004, nas principais regiões metropolitanas do país, de acordo com estimativas do IBGE (em comparação à média de 10,9% em 2003). A inflação média, medida pelo IPCA, foi de 7,6% em 2004 e a média da taxa de juros TJLP foi de 9,8%. Entretanto, o aumento das atividades econômicas causou alguma preocupação com relação à inflação, o que resultou na manutenção da taxa de juros SELIC pelo Governo Federal em níveis elevados, a qual era 17,75% ao ano no final de 2004.

Ao longo do ano de 2005, o Real sofreu novamente apreciação frente ao dólar, na ordem de 11,8%. Apesar da referida apreciação, o Brasil obteve saldo positivo em conta corrente de US\$84,4 bilhões, o maior superávit até então registrado. A taxa de desemprego caiu de 9,6% em 31 de dezembro de 2004 para 8,3% em 31 de dezembro de 2005 nas principais regiões metropolitanas do Brasil, de acordo com estimativas do IBGE. Em 2005, a média de inflação, medida pelo IPCA, foi de 5,7% e a média da taxa de juros TJLP manteve-se estável em 9,8%. O PIB cresceu 2,9% no mesmo ano. A taxa de juros SELIC era 18,00% ao ano no final de 2005.

Seguindo a tendência de anos anteriores, o Real manteve, em 2006, apreciação frente ao dólar no patamar de 8,7%. Ainda assim, o país alcançou saldo positivo em conta corrente de US\$46,1 bilhões. O PIB em 2006 cresceu 3,7% e pelo quarto ano consecutivo, a relação Transações Correntes/PIB - indicador de vulnerabilidade às crises financeiras internacionais - foi positiva, ou seja, mostrou uma exposição menor do país a esse risco. As reservas internacionais também alcançaram patamares históricos e com melhor qualidade, com redução de participação do capital especulativo. A taxa de desemprego cresceu de 8,3% em 31 de dezembro de 2005, para 8,4% em 31 de dezembro de 2006, nas principais regiões metropolitanas do Brasil, de acordo com estimativas do IBGE. Em 2006, a inflação medida pelo IPCA foi de 3,1% e a média da taxa de juros TJLP foi de 6,9%. Como consequência da manutenção da política de diminuição gradativa da taxas de juros, a SELIC era 13,25% ao ano no final de 2006.

Os resultados macroeconômicos no primeiro trimestre de 2007 apontam para uma aceleração do crescimento econômico, com estabilidade monetária. As reservas internacionais do país ultrapassaram a marca dos US\$84 bilhões nos primeiros três meses de 2007. O crescimento da economia é contínuo, respaldado pela manutenção da redução da SELIC, que em 31 de março de 2007 era 12,75% e aumento da oferta de crédito. Ademais, no início de 2007, o Governo Federal lançou o Programa de Aceleração do Crescimento - PAC, com o intuito de promover investimentos no país na ordem de R\$503,9 bilhões dentro dos próximos quatro anos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

A tabela abaixo apresenta crescimento do PIB, inflação, taxas de juros, valorização do real frente ao dólar e taxa de câmbio (US\$) nos períodos indicados:

	Exercício encerrado em 31 de dezembro de			Três meses encerrados em 31 de março	
	2004	2005	2006	2006	2007
Crescimento do PIB (*)	5,7%	2,9%	3,7%	-	-
Inflação (IGP-M)	12,4%	1,2%	3,8%	0,7%	1,1%
Inflação (IPCA)	7,6%	5,7%	3,1%	1,4%	1,3%
SELIC	17,75%	18,00%	13,25%	16,50%	12,75%
TJLP	9,8%	9,8%	6,9%	9,0%	6,5%
Valorização do real frente ao dólar	8,1%	11,8%	8,7%	7,2%	4,1%
Taxa de câmbio (fechamento) R\$ por US\$1,00	R\$2,654	R\$2,341	R\$2,138	2,172	2,050
Taxa média de câmbio — R\$ por US\$1,00	R\$2,926	R\$2,434	R\$2,177	2,197	2,109

Fontes: BNDES, BACEN e FGV.

(*) Os índices apresentados referem-se à nova metodologia adotada pelo IBGE. De acordo com a metodologia anterior, estes índices seriam de 4,9%, 2,3% e 2,9%, para os anos 2004, 2005 e 2006, respectivamente.

PRINCIPAIS EFEITOS DAS CONDIÇÕES ECONÔMICAS DO BRASIL EM NOSSOS RESULTADOS

Nossos negócios são afetados substancialmente pelas condições econômicas gerais no Brasil. Alterações nas taxas de juros de curto e longo prazo, taxa de desemprego, inflação e dos níveis gerais de preços (incluindo os preços de tarifas públicas) poderão reduzir a disponibilidade de crédito e poder de compra do nosso público-alvo, afetando adversamente sua confiança nas condições econômicas futuras no Brasil. Esses efeitos, aliados às baixas taxas de crescimento do PIB, poderão reduzir os índices gerais de consumo nos nossos *Shopping Centers*. Tendo em vista que a maioria dos contratos de locação nos nossos *Shopping Centers*, que constituem nossa principal fonte de receita, prevêem que os locatários devem pagar um percentual do total de suas vendas como aluguel (quando tal percentual é superior ao aluguel mínimo), uma diminuição geral do consumo poderá reduzir nossas receitas decorrentes desses contratos de locação. Uma diminuição do movimento em nossos *Shopping Centers* e, conseqüentemente, da demanda por estacionamento e uso de energia elétrica e água, também poderá reduzir nossas receitas advindas da prestação de serviços.

Adicionalmente, a inflação afetou e continuará afetando nossa performance financeira e os nossos resultados operacionais. O aluguel mínimo pago pelos locatários dos nossos *Shopping Centers* é geralmente ajustado pelo IGP-DI, um índice inflacionário publicado pela FGV. Com uma taxa de inflação mais elevada no Brasil, poderá haver, em um primeiro momento, um aumento no aluguel mínimo. Nesse caso, os locatários tenderão a repassar aos consumidores quaisquer aumentos nas suas próprias despesas, podendo causar uma maior inflação por conta da elevação dos preços de vendas praticados pelos locatários para os seus produtos. Essa última elevação, em um segundo momento, poderá reduzir as vendas desses locatários e, conseqüentemente, os aluguéis baseados nas suas vendas totais.

Nós também estamos sujeitos aos riscos da variação cambial, uma vez que em 31 de março de 2007, R\$7,7 milhões de nossos empréstimos e financiamentos e R\$16,4 milhões de nosso passivo com partes relacionadas eram indexados ao dólar, que pretendemos liquidar ao longo de 2007. Dessa forma, a desvalorização do Real frente ao dólar poderá gerar perdas cambiais nesses financiamentos que afetam diretamente nossos resultados financeiros.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Ademais, de acordo com pesquisa feita pela financeira francesa Cetelem, em parceria com o instituto de pesquisas Ipsos Public Affairs, entre 2005 e 2006, mais de 8 milhões de brasileiros deixaram a baixa renda e ascenderam para níveis da população com maior poder de consumo. De acordo com a pesquisa, as camadas D e E reuniram 84,8 milhões de pessoas em 2006, ou 46% da população. Em 2005, as camadas sociais D e E somavam 92,9 milhões ou mais da metade da população brasileira (51%). Os dados mostram ainda que a população de mais baixa renda migrou para as classes imediatamente superiores. Por exemplo, a classe C, que reunia 62,7 milhões habitantes em 2005, contava com 66,7 milhões de brasileiros, em 2006. As classes A e B, contavam com 6,3 milhões de pessoas em 2006.

Segundo a ABRASCE, o faturamento do setor de *Shopping Centers* no ano de 2006 foi de R\$32,8 bilhões, ou seja, 10,0% acima do faturamento no ano de 2005. Ademais, segundo a ABRASCE, os fatores que influenciaram positivamente o setor foram a diminuição das taxas de juros, somadas ao crescimento de renda nas classes baixas da população e do aquecimento do mercado de crédito.

Ainda segundo a ABRASCE, no ano de 2006 foram adicionados 1,1 milhão m² de ABL às ABLs até então existentes, totalizando em 2006 aproximadamente 7,4 milhões m² de ABL de *Shopping Centers* no Brasil. Esse acréscimo ocasionou um crescimento de 14,8% às ABLs totais, quando comparado ao ano de 2005.

FATORES DA INDÚSTRIA E OPERACIONAIS QUE AFETAM OS NOSSOS RESULTADOS

Os nossos negócios e receitas são influenciados por vários fatores importantes que afetam a indústria de *Shopping Centers*, incluindo:

Participação da indústria de Shopping Centers nas vendas do varejo

Desde a inauguração da primeira unidade de *Shopping Center* no Brasil, em 1966, o setor vem apresentando crescimento, especialmente durante as décadas de 80 e 90, quando mais de 130 *Shopping Centers* foram inaugurados, de acordo com dados da ABRASCE. Em 31 de dezembro de 2006, o setor contabilizava 346 *Shopping Centers* no Brasil, segundo a ABRASCE. Apesar do crescimento acentuado, a participação de *Shopping Centers* representa aproximadamente 18% do volume de vendas do varejo brasileiro (excluindo automóveis), segundo a ABRASCE, em comparação com percentuais de 70% e 30-35% nos Estados Unidos e na Europa, respectivamente. Acreditamos que estes números evidenciam o potencial de crescimento desse mercado no Brasil.

Outro dado da ABRASCE é que em 2006 as vendas totais realizadas em *Shopping Centers* apresentaram um crescimento nominal de 10,4% e um crescimento real de 7,3%, ante a um crescimento real das vendas no comércio varejista em geral de 6,2%, conforme informado pelo IBGE. Adicionalmente, o setor de *Shopping Centers* apresentou no final de 2005 níveis de vacância e inadimplência de 3,0-4,0% e 5,0% respectivamente, de acordo com dados da ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial, representando uma redução significativa se comparado com anos anteriores.

Acreditamos que por conta das informações acima prestadas, bem como pelo ritmo crescente de inaugurações de empreendimentos e de aquisições de *Shopping Centers* em todo o país, continuará a haver um crescimento da participação da indústria de *Shopping Centers* nas vendas do varejo.

Sazonalidade

Nossos resultados operacionais estão sujeitos às oscilações sazonais que afetam a indústria de *Shopping Centers* e ao setor de varejo em geral. Observa-se incremento substancial das vendas dos lojistas nas datas festivas, como dia das Mães (maio), dia dos Namorados (junho), dia dos Pais (agosto), dia das Crianças

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

(outubro) e Natal (dezembro). Além da sazonalidade das datas comemorativas, no mês de dezembro os lojistas dos nossos *Shopping Centers*, por previsão contratual, em sua grande maioria, pagam aluguel mínimo em dobro. Apesar de em menor grau, nossas receitas de serviços também são afetadas pela sazonalidade, devido ao aumento do público em *Shoppings Centers* em tais datas festivas.

Outros fatores que afetam os nossos resultados

Ainda podemos destacar como fatores que afetam a indústria de *Shopping Centers*: (i) entradas de redes de lojas internacionais no Brasil; (ii) concorrência; (iii) amadurecimento do setor com profissionalização dos lojistas e formação de cadeias nacionais; (iv) constante otimização dos recursos operacionais; (v) administração dos contratos de aluguéis; (vi) prestação de serviços complementares (administração de estacionamento e gestão no suprimento de energia elétrica e água); (vii) manutenção dos ativos com investimentos constantes acompanhando novas tendências para permanecerem atraentes ao público; e (viii) treinamento da equipe visando à manutenção da excelência na prestação de serviços.

PRINCIPAIS PRÁTICAS CONTÁBEIS E ESTIMATIVAS

A preparação de demonstrações financeiras de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil requer que nossa administração se baseie em estimativas para o registro de certas transações que afetam os ativos, os passivos, as receitas e as despesas das sociedades consolidadas, bem como a divulgação de informações sobre dados das suas demonstrações financeiras. Embora acreditemos que nossos julgamentos e estimativas sejam razoáveis, os resultados reais podem divergir das estimativas e julgamentos apresentados. As principais estimativas relacionadas às demonstrações financeiras referem-se à vida útil dos bens do ativo imobilizado e às provisões para créditos de liquidação duvidosa e para contingências.

As principais práticas contábeis adotadas na elaboração das demonstrações financeiras são:

Contas a receber. As contas a receber são apresentadas pelos valores nominais dos títulos representativos dos créditos, incluindo, quando aplicável, rendimentos e variações monetárias auferidos. A provisão para créditos de liquidação duvidosa é constituída em montante considerado suficiente pela administração para cobrir as prováveis perdas na realização do contas a receber, considerando o seguinte critério: (i) provisionamento de 100% dos saldos vencidos há mais de 180 dias; e (ii) análise individual dos devedores, independentemente do período de vencimento.

Imobilizado. O imobilizado é demonstrado ao custo de aquisição ou construção, parcialmente reavaliado, deduzido das respectivas depreciações, calculadas pelo método linear às taxas anuais de depreciação mencionadas na Nota nº 9 às demonstrações financeiras referentes aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 e aos trimestres findos em 31 de março de 2006 e 2007 incluídas neste Prospecto, que consideram a vida útil-econômica estimada dos bens. Os encargos financeiros de empréstimos e financiamentos incorridos durante o período de construção foram capitalizados. A reserva de reavaliação é realizada em conformidade com o registro das respectivas depreciações de edificações e instalações ou no momento da alienação dos bens.

Imposto de renda e contribuição social. A provisão para imposto de renda foi constituída à alíquota de 15%, acrescida do adicional de 10% sobre o Lucro Tributável anual excedente a R\$240.000. A contribuição social foi calculada à alíquota de 9% sobre o lucro contábil ajustado. O imposto de renda e a contribuição social diferidos foram calculados com base nas diferenças temporárias no reconhecimento de receitas e despesas para fins contábeis e fiscais. Conforme facultado pela legislação tributária, determinadas empresas combinadas optaram pelo regime de tributação com base no Lucro Presumido. A base de cálculo do imposto de renda e da contribuição social é calculada à razão de 32% sobre as receitas brutas provenientes da

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

prestação de serviços e 100% das receitas financeiras, sobre as quais se aplicam as alíquotas regulares de 15%, acrescida do adicional de 10%, para o imposto de renda e 9% para a contribuição social. Por esse motivo, essas empresas combinadas não registraram imposto de renda e contribuição social diferidos sobre prejuízos fiscais, bases negativas e diferenças temporárias e não estão inseridas no contexto da não-cumulatividade na apuração do PIS.

Provisão para contingências. A provisão para contingências foi constituída para as causas cujas probabilidades de perda são consideradas prováveis por nossos assessores legais, considerando a natureza dos processos e a experiência da Administração com causas semelhantes. Os assuntos classificados como obrigações legais encontram-se provisionados, independentemente do desfecho esperado dos processos judiciais em que as matérias são causas questionadas.

Reconhecimento das receitas, custos e despesas. As receitas, os custos e as despesas são reconhecidos de acordo com o princípio contábil da competência. A receita de aluguéis é reconhecida com base na fruição dos contratos, e a receita de serviços é reconhecida quando da efetiva prestação de serviços, independentemente do faturamento. As despesas e os custos são reconhecidos quando incorridos. As receitas de cessões de uso a lojistas são diferidas e apropriadas ao resultado de acordo com a fruição do primeiro contrato de aluguel.

FONTES DE RECEITA

Nossas principais fontes de receita são nossas atividades de (i) investimento em *Shopping Centers*; (ii) prestação de serviços de administração de estacionamento; (iii) prestação de serviços de gestão do suprimento de energia elétrica e água a nossos *Shopping Centers*; (iv) administração de nossos *Shopping Centers*; e (v) aluguel de imóveis.

PRINCIPAIS LINHAS DO RESULTADO

A seguir, apresentamos um sumário da natureza das contas da nossa demonstração de resultados.

Receita de Aluguéis

Nossa principal fonte de receita de aluguéis é a receita advinda do aluguel de espaços comerciais em nossos *Shopping Centers*. As receitas de aluguéis representaram 77,5% e 79,1% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente.

As principais receitas geradas na nossa atividade de participação proporcional em *Shopping Centers* são provenientes de:

Aluguel de Espaço Comercial. A receita de aluguel de espaços comerciais advém da locação das lojas em nossos *Shopping Centers*, através de contratos com prazo médio de cinco anos, com exceção dos contratos do Auto Shopping, que tem prazo médio de três anos. O aluguel é determinado por um valor mínimo e fixo ou um percentual da receita do lojista, o que for maior, apurado mensalmente. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento e pago em determinada data, em geral no último dia de cada mês. O valor do aluguel mínimo é devido em dobro no mês de dezembro de cada ano. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, apuradas até o dia cinco de cada mês, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Além disso, uma pequena parcela de nossa receita com aluguéis de espaço comercial é proveniente da locação de imóveis de nossa propriedade.

As receitas de aluguel de espaços comerciais representaram 72,8% e 71,7% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente.

Cessão de Direito de Uso. A cessão de direito de uso é devida pelos lojistas em contrapartida à infraestrutura técnica oferecida pelos *Shopping Centers* aos mesmos. Principalmente no lançamento de novos empreendimentos, em expansões ou quando retomamos alguma loja por inadimplemento ou negociação, os novos lojistas pagam pelo direito de utilização dos pontos comerciais nos *Shopping Centers*. Estes valores são negociados com base no valor de mercado desses pontos, sendo que os pontos de maior visibilidade e fluxo de consumidores são os mais valorizados.

Também cobramos de nossos lojistas uma taxa de transferência que é recebida por ocasião de negociações entre lojistas, envolvendo espaços comerciais. Na transferência de uma loja de um locatário para um novo lojista, os empreendedores fazem jus a um percentual do valor envolvido na transferência do ponto comercial.

Contabilmente, consideramos a realização desta receita pelo prazo do contrato de locação ao qual está associado. As receitas por nós obtidas com a cessão de direito de uso em nossos *Shopping Centers* representaram 2,2% e 5,0% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente.

Malls e Merchandising. Constitui a locação temporária para quiosques e a promoção temporária de produtos e serviços. Essas receitas representaram 2,5% e 2,4% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente.

Receita de Serviços

Nossas receitas com prestação de serviços, além de exercerem uma influência estratégica extremamente relevante para nossos negócios, representam também uma importante fonte de receita. Nossas receitas de serviços representaram 22,5% e 20,9% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente. Os serviços que prestamos estão descritos a seguir.

Administração de Estacionamento. Exploramos as atividades de estacionamento, com a cobrança de uma taxa por tempo de permanência dos veículos dos clientes nos espaços destinados a estacionamento nos nossos *Shopping Centers*. Atualmente administramos os estacionamentos do Internacional Shopping Guarulhos e do Auto Shopping. As receitas por nós obtidas com a cobrança de taxa de estacionamento de tais *Shopping Centers* representaram 13,7% e 11,4% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente.

Gestão no Suprimento de Energia Elétrica. Prestamos serviços de gestão no suprimento de energia elétrica aos nossos *Shopping Centers* e respectivos condôminos. Esses serviços são pagos mensalmente pelos lojistas para a administradora do empreendimento, que por sua vez efetua o pagamento para a Energy. Atualmente prestamos esse serviço no Internacional Shopping Guarulhos. As receitas por nós obtidas com a cobrança desses valores de nossos clientes representaram 7,5% e 8,1% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Gestão no Suprimento de Água. Prestamos também serviços de gestão no suprimento de água aos nossos *Shopping Centers* e respectivos condôminos. Esses serviços são pagos mensalmente pelos lojistas para a administradora do empreendimento, que por sua vez efetua o pagamento para a Wass. Atualmente prestamos esse serviço no Internacional Shopping Guarulhos. As receitas por nós obtidas com a cobrança desses valores de nossos clientes representaram 1,2% e 1,1% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente;

Administração de Shopping Centers. Constitui a prestação de serviços de administração de nossos *Shopping Centers*. Em contraprestação à administração de nossos *Shopping Centers*, cobramos uma taxa de administração, paga mensalmente pelos lojistas e reembolsada pelo condomínio. Atualmente prestamos esse serviço no Internacional Shopping Guarulhos e no Auto Shopping Guarulhos. As receitas por nós obtidas com a cobrança dessa taxa representaram 0,0% e 0,2% do total de nossa receita bruta durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente.

Deduções da Receita

As deduções da receita são representadas pelos descontos, cancelamentos e impostos que incidem sobre nossas receitas de aluguéis e serviços. A base de cálculo e alíquota dos impostos devidos variam de acordo com o regime tributário adotado por cada uma de nossas subsidiárias.

Nossas subsidiárias que adotam o regime tributário do Lucro Real são I Park, ABK, Levian, Send, Suli Shopping, Nova União, Poli Empreendimentos Ltda. e ISG Adm. As empresas que adotam o regime tributário do Lucro Presumido são Energy, Wass, Park Shopping e Auto Shopping Administradora. A tabela abaixo contém as alíquotas de cada imposto aplicáveis a cada regime tributário:

% sobre a Receita Anual	PIS ⁽¹⁾	COFINS ⁽²⁾	ISS ⁽³⁾
Lucro Real	1,65%	7,60%	até 5%
Lucro Presumido	0,65%	3,00%	até 5%

⁽¹⁾ No regime tributário do Lucro Real, incidente sobre as receitas auferidas, sendo descontadas as deduções previstas em lei (PIS não cumulativo). No regime tributário do Lucro Presumido, incidente sobre as receitas de aluguéis e prestação de serviços auferidas.

⁽²⁾ No regime tributário do Lucro Real, incidente sobre as receitas auferidas, sendo descontadas as deduções previstas em lei (COFINS não cumulativo). No regime tributário do Lucro Presumido, incidente sobre as receitas de aluguéis e prestação de serviços auferidas.

⁽³⁾ Incidente sobre nossas receitas de prestação de serviços de administração de estacionamento, gestão do suprimento de água e administração de *Shopping Centers* e incide à alíquota do imposto sobre serviços até o limite máximo indicado.

Além das deduções relativas ao pagamento dos impostos acima mencionados, temos também deduções relativas a descontos ou abatimentos dados a lojistas em decorrência de negociações comerciais.

Custo dos Aluguéis e dos Serviços Prestados

Nosso custo dos aluguéis e serviços prestados constitui, principalmente, o custo dos *Shopping Centers* proporcionais à nossa participação. Esse custo é composto basicamente por:

- depreciação calculada sobre ativos imobilizados, principalmente referentes às edificações e instalações dos *Shopping Centers* em operação e equipamentos e máquinas das nossas subestações e poços artesianos, que representou 49,3% e 55,9% do total de nosso custo dos aluguéis e serviços durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente;
- custos de pessoal, incluindo salários, encargos sociais e benefícios dos funcionários dos *Shopping Centers*, dos estacionamentos e das administradoras, que representaram 16,5% e 17,5% do total de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

nosso custo dos aluguéis e serviços durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente;

- serviços de terceiros para apoio à operação e demais serviços especializados, que representaram 14,6% e 18,9% do total de nosso custo dos aluguéis e serviços durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente;
- custo de ocupação (lojas vagas), que constitui a manutenção de lojas vagas (incluindo IPTU e condomínio) e contribuição ao Fundo de Promoção dos *Shopping Centers*, que representou 9,6% e 8,7% do total de nosso custo dos aluguéis e serviços durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente;
- custos com imóveis alugados de terceiros e respectivos condomínios, que representaram 0,7% do total de nosso custo dos aluguéis e serviços durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, sendo que não tivemos custos com imóveis alugados de terceiros e condomínios nos três meses encerrados em 31 de março de 2007; e
- outros custos, que representaram 9,4% e -1,0% do total de nosso custo dos aluguéis e serviços durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, respectivamente.

Receitas (Despesas) Operacionais

Constituem as despesas não relacionadas diretamente às nossas participações nos *Shopping Centers* e à prestação de serviços de administração de estacionamento, gestão no suprimento de energia elétrica e água e administração de nossos *Shopping Centers*. Tratam-se, portanto, de despesas operacionais para a gestão de nossas Controladas, incluindo:

- provisão para devedores duvidosos constituída mensalmente como provisão, baseada no seguinte critério: provisionamento de 100% dos aluguéis vencidos e não pagos pelos lojistas inativos (saíram de nossos *Shopping Centers*) e de 100% dos aluguéis vencidos há mais de 180 dias dos lojistas em nossos *Shopping Centers*. Analisamos individualmente todos os casos de aluguéis vencidos a menos de 180 dias, a fim de avaliar a necessidade de constituir provisão para os mesmos;
- despesas com publicidade;
- despesas comerciais;
- despesas com CPMF;
- despesas com conservação, referente à manutenção predial e pequenos reparos nas instalações de nossos *Shopping Centers*;
- despesas com materiais;
- despesas com IPTU; e
- outras receitas e despesas, decorrentes principalmente do resultado da recuperação de taxa de administração e IPTU.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Resultado Financeiro

Receitas Financeiras. Representam as receitas auferidas até a data dos respectivos balanços patrimoniais sobre aplicações financeiras, assim como ganhos por variação cambial sobre nossos passivos em moeda estrangeira.

Despesas Financeiras. Representam principalmente os juros, encargos, variações monetárias e as perdas por variação cambial sobre passivos em moeda estrangeira.

Resultado Não Operacional

Nosso resultado não operacional decorre principalmente de eventos não relacionados às nossas atividades operacionais, tais como a venda de ativos imobilizados.

Imposto de Renda e Contribuição Social

Para nossas subsidiárias que adotam o regime tributário do Lucro Real, a CSLL é calculada à alíquota de 9% sobre o resultado ajustado nos termos da legislação vigente. A provisão para o IR é constituída pelo montante bruto, aplicando-se a alíquota-base de 15%, mais o adicional de 10% sobre o valor do lucro tributável excedente a R\$240.000 no exercício.

Para as sociedades que optaram pelo regime de Lucro Presumido, o valor do Lucro Tributável é a soma de 32% da receita bruta proveniente de aluguéis e prestação de serviços e 100% das receitas financeiras. A CSLL é calculada à alíquota de 9% sobre o Lucro Tributável. A provisão para o IR é constituída pelo montante bruto, aplicando-se a alíquota-base de 15%, mais o adicional de 10% sobre o valor do Lucro Tributável excedente a R\$60.000 no trimestre.

Para a lista das nossas subsidiárias que adotam o regime tributário do Lucro Real e do Lucro Presumido, ver “—Principais Linhas do Resultado—Deduções da Receita”.

RECONCILIAÇÃO DO EBITDA E EBITDA AJUSTADO COM O LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

O EBITDA é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização. O EBITDA Ajustado é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização, do resultado não operacional e das despesas identificadas pela administração relacionadas à reorganização societária para fins desta oferta pública de ações. O EBITDA e o EBITDA Ajustado não são medidas de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, tampouco devem ser considerados isoladamente, ou como alternativas ao lucro líquido, medidas de desempenho operacional, alternativas aos fluxos de caixa operacionais, ou medidas de liquidez. Outras empresas podem calcular o EBITDA e o EBITDA Ajustado de maneira diferente de nós. Em razão de não serem consideradas para seus cálculos as despesas e receitas com juros (financeiras), o imposto de renda, a contribuição social, a depreciação e a amortização, o EBITDA e o EBITDA Ajustado funcionam como indicadores de nosso desempenho econômico geral, que não é afetado por flutuações das taxas de juros, alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social ou dos níveis de depreciação e amortização. Conseqüentemente, acreditamos que o EBITDA e o EBITDA Ajustado funcionam como ferramentas significativas para comparar, periodicamente, nosso desempenho operacional, bem como para embasar determinadas decisões de natureza administrativa.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

A tabela a seguir apresenta a reconciliação do EBITDA e o EBITDA Ajustado com o nosso lucro (prejuízo) líquido para os períodos indicados:

	Exercício encerrado em 31 de dezembro de			Três meses encerrados em 31 de março de	
	2004	2005	2006	2006	2007
		<i>(valores em milhares de reais, exceto percentuais)</i>			
Lucro (Prejuízo) Líquido	(13.919)	(5.260)	1.614	5.935	4.547
(+/-) Imposto de Renda e Contribuição Social	-	531	774	96	(2.695)
(+/-) Despesas (Receitas) Financeiras, Líquidas	20.631	18.919	19.015	(1.927)	3.775
(+) Depreciação e Amortização ..	8.074	8.579	9.377	2.328	2.453
EBITDA	14.786	22.769	30.780	6.432	8.080
Margem EBITDA⁽¹⁾	57,84%	72,30%	82,68%	69,44%	75,33%
(+/-) Resultado Não Operacional	202	286	(6.639)	-	-
(+) Despesas Relacionadas à Reorganização Societária	-	-	499	-	177
EBITDA Ajustado	14.988	23.055	24.640	6.432	8.257
Margem EBITDA Ajustado⁽¹⁾ ..	58,63%	73,21%	66,19%	69,44%	76,98%

(1) Representa o EBITDA ou o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO E BALANÇOS PATRIMONIAIS

Demonstrações de Resultado

	Três meses encerrados em 31 de março de				
	2006 (combinado)	AV%	2007 (combinado)	AV%	Varição 2006/2007 %
	<i>(em milhares de Reais, exceto percentuais)</i>				
Receitas de Aluguéis	8.502	91,8%	9.785	91,2%	15,1%
Recitas de Serviços.....	2.207	23,8%	2.587	24,1%	17,2%
Receita Bruta	10.709	115,6%	12.372	115,3%	15,5%
Deduções da					
Receita					
Impostos, Descontos e Cancelamentos	(1.446)	-15,6%	(1.646)	-15,3%	13,8%
Receita Líquida	9.263	100,0%	10.726	100,0%	15,8%
Custo de Aluguéis e Serviços	(4.551)	-49,1%	(4.388)	-40,9%	-3,6%
Lucro Bruto	4.712	50,9%	6.338	59,1%	34,5%
(Despesas) Receitas					
Operacionais					
Gerais e					
Administrativas	(1.122)	-12,1%	(1.451)	-13,5%	29,3%
Outras Receitas					
Operacionais,					
Líquidas.....	514	5,5%	740	6,9%	44,0%
Lucro Operacional					
antes do Resultado					
Financeiro	4.104	44,3%	5.627	52,5%	37,1%
Resultado Financeiro....	1.927	20,8%	(3.775)	-	-
Lucro Operacional					
antes do Imposto de					
Renda e da					
Contribuição Social	6.031	65,1%	1.852	17,3%	-69,3%
Imposto de Renda e					
Contribuição Social –					
Correntes	(96)	-1,0%	(6.469)	-60,3%	-
Imposto de Renda e					
Contribuição Social –					
Diferidos.....	-	-	9.164	85,4%	-
Lucro Líquido do					
Trimestre.....	5.935	64,1%	4.547	42,4%	-23,4%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Exercício encerrado em 31 de dezembro de								
	2004 (combinado)	AV%	2005 (combinado)	AV%	2006 (combinado)	AV%	Variação 2004/2005%	Variação 2005/2006%
	<i>(em milhares de reais, exceto percentuais)</i>							
Receitas de Aluguéis	30.825	120,6%	32.401	102,9%	34.430	92,5%	5,1%	6,3%
Recitas de Serviços.....	-	-	5.302	16,8%	9.997	26,9%	-	88,6%
Receita Bruta	30.825	120,6%	37.703	119,7%	44.427	119,3%	22,3%	17,8%
Deduções da								
Receita								
Impostos, Descontos e Cancelamentos	(5.262)	-20,6%	(6.212)	-19,7%	(7.201)	-19,3%	18,1%	15,9%
Receita Líquida	25.563	100,0%	31.491	100,0%	37.226	100,0%	23,2%	18,2%
Custo de Aluguéis e Serviços	(14.693)	-57,5%	(16.199)	-51,4%	(19.030)	-51,1%	10,2%	17,5%
Lucro Bruto	10.870	42,5%	15.292	48,6%	18.196	48,9%	40,7%	19,0%
(Despesas) Receitas								
Operacionais								
Gerais e								
Administrativas	(4.045)	-15,8%	(2.878)	-9,1%	(4.643)	-12,5%	-28,9%	61,3%
Outras Receitas								
Operacionais,								
Líquidas.....	89	0,3%	2.062	6,5%	1.211	3,3%	-	-41,3%
Lucro Operacional								
antes do Resultado								
Financeiro	6.914	27,0%	14.476	46,0%	14.764	39,7%	109,4%	2,0%
Resultado Financeiro....	(20.631)	-80,7%	(18.919)	-60,1%	(19.015)	-51,1%	-8,3%	0,5%
Prejuízo								
Operacional	(13.717)	-53,7%	(4.443)	-14,1%	(4.251)	-11,4%	-67,6%	-4,3%
Resultado Não								
Operacional	(202)	-0,8%	(286)	-0,9%	6.639	17,8%	41,6%	-
Lucro (Prejuízo)								
antes do Imposto de								
Renda e da								
Contribuição Social	(13.919)	-54,4%	(4.729)	-15,0%	2.388	6,4%	-66,0%	-
Imposto de Renda e								
Contribuição Social –								
Correntes	-	-	(531)	-1,7%	(774)	-2,1%	-	45,8%
Lucro (Prejuízo)								
Líquido do								
Exercício.....	(13.919)	-54,4%	(5.260)	-16,7%	1.614	4,3%	-62,2%	-

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Balancos Patrimoniais

	Balancos patrimoniais encerrados em				
	31-Dez-06 (combinado)	AV%	31-Mar-07 (consolidado)	AV%	Varição 2006/2007%
(em milhares de Reais, exceto percentuais)					
Ativo					
Circulante					
Caixa e Bancos.....	2.268	0,79%	957	0,26%	-57,80%
Aplicações Financeiras.....	7.769	2,70%	8.001	2,17%	2,99%
Certificados de Recebíveis Imobiliários.....	151	0,05%	164	0,04%	8,61%
Contas a Receber.....	8.258	2,88%	7.773	2,11%	-5,87%
Impostos a Recuperar.....	1.042	0,36%	1.274	0,35%	22,26%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.....	-	-	213	0,06%	-
Outras Contas a Receber.....	6.437	2,24%	7.608	2,06%	18,19%
Total do Ativo Circulante.....	25.925	9,03%	25.990	7,04%	0,25%
Não Circulante					
Realizável a Longo Prazo					
Contas a Receber.....	1.260	0,44%	1.185	0,32%	-5,9%
Aplicações Financeiras.....	202	0,07%	202	0,05%	-
Certificados de Recebíveis Imobiliários.....	1.263	0,44%	1.239	0,34%	-1,9%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.....	10.296	3,58%	8.951	2,43%	-13,06%
Partes Relacionadas.....	27.283	9,50%	2.887	0,78%	-89,42%
Depósitos e Cauções.....	7	-	28	0,01%	300,00%
Total do Realizável a Longo Prazo.....	40.311	14,04%	14.492	3,93%	-64,05%
Permanente					
Imobilizado.....	220.973	76,94%	328.500	89,03%	48,66%
Total do Permanente.....	220.973	76,94%	328.500	89,03%	48,66%
Total do Ativo.....	287.209	100,00%	368.982	100,00%	28,47%
Passivo e Patrimônio Líquido					
Circulante					
Fornecedores.....	3.927	1,37%	9.404	2,55%	139,47%
Empréstimos e Financiamentos.....	26.274	9,15%	32.477	8,80%	23,61%
Contas a Pagar - Compra de Terrenos.....	8.817	3,07%	5.651	1,53%	-35,91%
Salários e Encargos Sociais.....	344	0,12%	791	0,21%	129,94%
Impostos, Taxas e Contribuições.....	2.109	0,73%	9.995	2,71%	373,92%
Impostos Parcelados.....	549	0,19%	580	0,16%	5,65%
Cédulas de Créditos Imobiliários.....	1.634	0,57%	1.819	0,49%	11,32%
Adiantamentos Recebidos para Venda de					
Investimentos.....	6.911	2,41%	125	0,03%	-98,19%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.....	-	-	710	0,19%	-
Partes Relacionadas.....	137.378	47,83%	5.709	1,55%	-95,84%
Outras Contas a Pagar.....	2.452	0,85%	3.846	1,04%	56,85%
Total do Passivo Circulante.....	190.395	66,29%	71.107	19,27%	-62,65%
Não Circulante					
Empréstimos e Financiamentos.....	110.980	38,64%	105.647	28,63%	-4,81%
Contas a Pagar - Compra de Terrenos.....	7.605	2,65%	7.634	2,07%	0,38%
Receitas de Cessões a Apropriar.....	6.352	2,21%	6.849	1,86%	7,82%
Impostos Parcelados.....	4.098	1,43%	3.403	0,92%	-16,96%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.....	10.296	3,58%	22.968	6,22%	123,08%
Partes Relacionadas.....	-	-	14.217	3,85%	-
Provisão para Contingências.....	10.220	3,56%	10.624	2,88%	3,95%
Cédulas de Créditos Imobiliários.....	13.888	4,84%	13.626	3,69%	-1,89%
Total do Exigível a Longo Prazo.....	163.439	56,91%	184.968	50,13%	13,17%
Patrimônio Líquido (Passivo a Descoberto)					
Capital Social	52.464	18,3%	31.085	8,4%	-40,8%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Reserva de reavaliação	50.372	17,5%	131.617	35,7%	161,3%
Prejuízos Acumulados	(169.461)	-59,0%	(49.795)	-13,5%	-
Patrimônio Líquido (Passivo a descoberto).....	(66.625)	-23,20%	112.907	30,60%	-
Total do Passivo e Patrimônio Líquido (Passivo a descoberto).....	<u>287.209</u>	<u>100,00%</u>	<u>368.982</u>	<u>100,00%</u>	<u>28,47%</u>

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Ativo	Em 31 de dezembro de							
	2004 (combinado)	AV%	2005 (combinado)	AV%	2006 (combinado)	AV%	Variação 2004/2005%	Variação 2005/2006%
(em milhares de reais, exceto percentuais)								
Circulante								
Caixa e Bancos.....	430	0,19%	650	0,27%	2.268	0,79%	51,16%	248,92%
Aplicações Financeiras.....	-	-	-	-	7.769	2,70%	-	-
Certificados de Recebíveis Imobiliários.....	-	-	-	-	151	0,05%	-	-
Contas a Receber.....	3.743	1,66%	5.015	2,11%	8.258	2,88%	33,98%	64,67%
Impostos a Recuperar.....	1.376	0,61%	1.428	0,60%	1.042	0,36%	3,78%	-27,03%
Outras Contas a Receber.....	701	0,31%	577	0,24%	6.437	2,24%	-17,69%	1.015,60%
Total do Ativo Circulante.....	6.250	2,78%	7.670	3,23%	25.925	9,03%	22,72%	238,01%
Não circulante								
Realizável a longo prazo								
Contas a Receber.....	-	-	-	-	1.260	0,44%	-	-
Impostos a Recuperar.....	1.616	0,72%	615	0,26%	-	-	-61,94%	-
Aplicações Financeiras.....	402	0,18%	162	0,07%	202	0,07%	-59,70%	24,69%
Certificados de Recebíveis Imobiliários.....	-	-	-	-	1.263	0,44%	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social								
Diferidos.....	3.183	1,41%	6.980	2,94%	10.296	3,58%	119,29%	47,51%
Partes Relacionadas.....	11.657	5,18%	12.068	5,08%	27.283	9,50%	3,53%	126,08%
Depósitos e Cauções.....	4.470	1,99%	-	-	7	-	-	-
Total do Realizável a Longo Prazo.....	21.328	9,48%	19.825	8,34%	40.311	14,04%	-7,05%	103,33%
Permanente								
Imobilizado.....	197.391	87,74%	210.263	88,44%	220.973	76,94%	6,52%	5,09%
Total do Permanente.....	197.391	87,74%	210.263	88,44%	220.973	76,94%	6,52%	5,09%
Total do Ativo.....	224.969	100,00%	237.758	100,00%	287.209	100,00%	5,68%	20,80%
Passivo e Passivo a descoberto								
Circulante								
Fornecedores.....	7.475	3,32%	5.847	2,46%	3.927	1,37%	-21,78%	-32,84%
Empréstimos e Financiamentos.....	13.525	6,01%	14.179	5,96%	26.274	9,15%	4,84%	85,30%
Contas a Pagar - Compra de Terrenos.....	5.497	2,44%	5.591	2,35%	8.817	3,07%	1,71%	57,70%
Salários e Encargos Sociais.....	226	0,10%	382	0,16%	344	0,12%	69,03%	-9,95%
Impostos, Taxas e Contribuições.....	2.972	1,32%	3.485	1,47%	2.109	0,73%	17,26%	-39,48%
Impostos Parcelados.....	-	-	-	-	549	0,19%	-	-
Cédulas de Créditos Imobiliários.....	-	-	-	-	1.634	0,57%	-	-
Adiantamentos Recebidos para Venda de Investimentos.....	-	-	-	-	6.911	2,41%	-	-
Partes Relacionadas.....	135.660	60,30%	135.340	56,92%	137.378	47,83%	-0,24%	1,51%
Outras Contas a Pagar.....	12.206	5,43%	6.024	2,53%	2.452	0,85%	-50,65%	-59,30%
Total do Circulante.....	177.561	78,93%	170.848	71,86%	190.395	66,29%	-3,78%	11,44%
Não Circulante								
Empréstimos e Financiamentos.....	105.692	46,98%	116.511	49,00%	110.980	38,64%	10,24%	-4,75%
Contas a Pagar - Compra de Terrenos.....	13.319	5,92%	18.951	7,97%	7.605	2,65%	42,29%	-59,87%
Receitas de Cessões a Apropriar.....	1.492	0,66%	1.986	0,84%	6.352	2,21%	33,11%	219,84%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

	Em 31 de dezembro de							
	2004 (combinado)	AV%	2005 (combinado)	AV%	2006 (combinado)	AV%	Variação 2004/2005%	Variação 2005/2006%
Impostos Parcelados	-	-	2.143	0,90%	4.098	1,43%	-	91,23%
Imposto de Renda e Contribuição Social								
Diferidos	3.183	1,41%	6.980	2,94%	10.296	3,58%	119,29%	47,51%
Provisão para Contingências	5.371	2,39%	7.211	3,03%	10.220	3,56%	34,26%	41,73%
Cédulas de Créditos								
Imobiliários	-	-	-	-	13.888	4,84%	-	-
Total do Exigível a Longo								
Prazo	129.057	57,37%	153.782	64,68%	163.439	56,91%	19,16%	6,28%
Passivo a Descoberto	(81.649)	-36,29%	(86.872)	-36,54%	(66.625)	-23,20%	6,40%	-23,31%
Total do Passivo e Passivo a								
Descoberto	224.969	100,00%	237.758	100,00%	287.209	100,00%	5,68%	20,80%

TRÊS MESES ENCERRADOS EM 31 DE MARÇO DE 2006 COMPARADO AOS TRÊS MESES ENCERRADOS EM 31 DE MARÇO DE 2007

Análise das Contas de Resultado

Receita Bruta. Nossa receita bruta aumentou R\$1,7 milhão, ou 15,5%, passando de R\$10,7 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$12,4 milhões no mesmo período em 2007. A seguir, apresentamos nossas receitas de aluguéis e serviços, por natureza e por *Shopping Center* em operação, nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 e 2007.

Receita de Aluguéis e Serviços

	Três meses encerrados em 31 de março de				
	2006	AV%	2007	AV%	Variação 2006/2007%
<i>(em milhares de reais, exceto percentuais)</i>					
Receitas por Natureza					
Receitas de Aluguéis					
Aluguel de Espaço Comercial	8.056	75,2%	8.866	71,7%	10,1%
Cessão de Direito de Uso	190	1,8%	617	5,0%	224,7%
Malls e Merchandising	256	2,4%	302	2,4%	18,0%
Receitas de Serviços					
Administração de Estacionamento	1.226	11,4%	1.414	11,4%	15,3%
Gestão no Suprimento de Energia Elétrica	805	7,5%	1.005	8,1%	24,8%
Gestão no Suprimento de Água	176	1,6%	141	1,1%	-19,9%
Administração de Shopping Centers	-	-	27	0,2%	-
Total da Receita Bruta	10.709	100,0%	12.372	100,0%	15,5%
Receitas de Aluguel de Espaço Comercial por Shopping Center					
Internacional Shopping Guarulhos	7.409	92,0%	7.470	84,3%	0,8%
Poli Shopping	302	3,7%	287	3,2%	-5,0%
Auto Shopping	-	-	685	7,7%	-
Outros Aluguéis	345	4,3%	424	4,8%	22,9%
Total	8.056	100%	8.866	100,0%	10,1%

Receita de Aluguéis. Nossa receita de aluguéis aumentou R\$1,3 milhões, ou 15,1%, passando de R\$8,5 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$9,8 milhões no mesmo período em 2007, em decorrência principalmente da variação das seguintes contas:

Aluguel de Espaço Comercial. Nossa receita advinda de aluguel de espaço comercial aumentou R\$0,8 milhão, ou 10,1%, passando de R\$8,1 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$8,9

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

milhões no mesmo período em 2007, principalmente em razão das receitas de aluguéis advindas do Auto Shopping, inaugurado em setembro de 2006, no valor de R\$0,7 milhões.

Cessão de Direito de Uso. Nossa receita advinda de cessão de direito de uso aumentou R\$0,4 milhão, ou 224,7%, passando de R\$0,2 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$0,6 milhão no mesmo período em 2007, devido principalmente às receitas de cessão de direito de uso advindas do Auto Shopping, inaugurado em setembro de 2006.

Malls e Merchandising. Nossa receita de *malls e merchandising* aumentou R\$0,04 milhão, ou 18,0%, passando de R\$0,26 milhão em 31 de março de 2006 para R\$0,3 milhão no mesmo período em 2007, principalmente pelo aumento das locações temporárias no Internacional Shopping Guarulhos no período.

Receita de Serviços. Nossa receita de serviços aumentou R\$0,4 milhão, ou 17,2%, passando de R\$2,2 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$2,6 milhões no mesmo período em 2007, em decorrência principalmente da variação das seguintes contas:

Administração de Estacionamento. Nossa receita advinda da administração de estacionamento aumentou R\$0,2 milhão, ou 15,3%, passando de R\$1,2 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$1,4 milhões no mesmo período em 2007, devido principalmente ao aumento do número de veículos pagantes em nossos *Shopping Centers* no período.

Gestão do Suprimento de Energia Elétrica. Nossa receita advinda da gestão do suprimento de energia elétrica aumentou R\$0,2 milhão, ou 24,8%, passando de R\$0,8 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$1,0 milhão no mesmo período em 2007, devido ao aumento da área em que prestamos nossos serviços e ao aumento de demanda de energia no período no Internacional Shopping Guarulhos.

Gestão do Suprimento de Água. Nossa receita advinda da gestão do suprimento de água diminuiu R\$0,04 milhão, ou 19,9%, passando de R\$0,2 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$0,1 milhão no mesmo período em 2007, devido à queda na demanda de água no período no Internacional Shopping Guarulhos.

Administração de Shopping Centers. Nossa receita advinda da administração de *Shopping Centers* nos três meses encerrados em 31 de março de 2007 foi de R\$0,03 milhão. Não tivemos receita de administração de *Shopping Centers* nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 pois a taxa de administração relativa ao Auto Shopping só começou a ser cobrada em outubro de 2006.

Deduções da Receita. As deduções da receita operacional bruta aumentaram R\$0,2 milhão, ou 13,8%, passando de R\$1,4 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$1,6 milhões no mesmo período em 2007, em decorrência dos impostos adicionais proporcionais apurados sobre o faturamento adicional de R\$1,7 milhões na comparação entre os dois períodos.

Receita Líquida. Em decorrência do acima exposto, nossa receita líquida aumentou R\$1,4 milhões, ou 15,8%, passando de R\$9,3 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$10,7 milhões no mesmo período em 2007.

Custos dos Aluguéis e dos Serviços Prestados. Nossos custos dos aluguéis e dos serviços prestados diminuíram R\$0,2 milhão, ou 3,6%, passando de R\$4,6 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$4,4 milhões no mesmo período em 2007. A seguir, apresentamos os custos de aluguéis e serviços, por natureza, nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 e 2007.

Custos dos Aluguéis e dos Serviços Prestados

Três meses encerrados em 31 de março de

Custos por Natureza

2006	AV%	2007	AV%	Variação 2006/2007 %
(em milhares de reais, exceto percentuais)				

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Depreciação.....	2.328	51,2%	2.453	55,9%	5,4%
Pessoal.....	729	16,0%	769	17,5%	5,5%
Serviços de Terceiros.....	999	22,0%	829	18,9%	-17,0%
Custo de Ocupação (Lojas Vagas).....	344	7,6%	380	8,7%	10,5%
Outros.....	151	3,2%	(43)	-1,0%	-128,5%
Total do Custo dos Aluguéis e dos Serviços Prestados.....	4.551	100,0%	4.388	100,0%	-3,6%

Depreciação. A depreciação aumentou R\$0,2 milhão, ou 5,4%, passando de R\$2,3 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$2,5 milhões no mesmo período em 2007, em decorrência do início da depreciação das instalações do Auto Shopping em setembro de 2006.

Pessoal. Nossos custos com pessoal aumentaram R\$0,1 milhão, ou 5,5%, passando de R\$0,7 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$0,8 milhão no mesmo período em 2007, em decorrência principalmente dos custos adicionais incorridos com a operação do estacionamento do Auto Shopping.

Serviços de Terceiros. Nossos custos com serviços de terceiros diminuíram R\$0,2 milhão, ou 17,0%, passando de R\$1,0 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$0,8 milhão no mesmo período em 2007, em decorrência principalmente de redução na contratação de serviços para operação do estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos.

Custo de Ocupação (Lojas Vagas). Nosso custo de ocupação (lojas vagas) aumentou R\$0,1 milhão, ou 10,5%, passando de R\$0,3 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$0,4 milhão no mesmo período em 2007, em decorrência do aumento temporário da vacância no Poli Shopping no período.

Outros. Tivemos custos no valor de R\$0,2 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 e um crédito de R\$0,04 milhão no mesmo período em 2007. Essa variação é decorrente principalmente da recuperação, durante os três meses encerrados em 31 de março de 2007, de custos incorridos anteriormente junto aos lojistas de nossos *Shopping Centers*.

Lucro Bruto. Em decorrência do acima exposto, nosso lucro bruto aumentou R\$1,6 milhões, ou 33,5%, passando de R\$4,7 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$6,3 milhões no mesmo período em 2007.

Receitas (Despesas) Operacionais. As despesas operacionais tiveram um crescimento de R\$0,1 milhão, ou 16,9%, passando de R\$0,6 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006, para R\$0,7 milhão no mesmo período em 2007, decorrente principalmente da variação das seguintes contas:

Gerais e Administrativas. Nossas despesas gerais e administrativas aumentaram R\$0,4 milhão, ou 29,3%, passando de R\$1,1 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006, para R\$1,5 milhão no mesmo período em 2007, em decorrência de (i) R\$0,1 milhão referente a ajuste de nossa provisão para devedores duvidosos procedido em março de 2007; e (ii) R\$0,3 milhão referente a despesas de publicidade.

Outras Receitas Operacionais Líquidas. Nossas outras receitas operacionais líquidas aumentaram R\$0,2 milhão, ou 44,0%, passando de R\$0,5 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006, para R\$0,7 milhão no mesmo período em 2007, em decorrência principalmente da recuperação de despesas junto aos lojistas do Poli Shopping.

Lucro Operacional Antes do Resultado Financeiro. Em decorrência do acima exposto, nosso lucro operacional antes do resultado financeiro aumentou R\$1,5 milhões, ou 37,1%, passando de R\$4,1 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$5,6 milhões no mesmo período em 2007.

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Resultado Financeiro. Nosso resultado financeiro diminuiu R\$5,7 milhões, passando de uma receita financeira de R\$1,9 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para uma despesa financeira de R\$3,8 milhões no mesmo período de 2007, principalmente em decorrência da redução de nossos passivos em dólar em virtude de nossa reorganização societária ocorrida nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, e do impacto da valorização do Real frente ao dólar norte-americano entre 31 de dezembro de 2006 e 31 de março de 2007, causando uma redução de R\$6,9 milhões da despesa financeira decorrente de variação cambial.

Lucro Antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social. Em decorrência do acima exposto, nosso lucro antes do imposto de renda e da contribuição social, diminuiu R\$4,1 milhões, ou 69,3%, passando de R\$6,0 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$1,9 milhões no mesmo período em 2007.

Imposto de Renda e Contribuição Social. Nossa despesa com imposto de renda e contribuição social correntes aumentou R\$6,4 milhões, passando de R\$0,1 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$6,5 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, em virtude principalmente dos impostos incidentes sobre a realização do ganho fiscal de variação cambial ativa sobre os passivos com partes relacionadas capitalizados no período. No 1º trimestre de 2007 foi reconhecido no resultado o valor de R\$9,2 milhões de imposto de renda e contribuição social diferidos sobre prejuízos fiscais, base negativa da contribuição social e diferenças temporárias.

Lucro Líquido. Em decorrência do acima exposto, nosso lucro líquido do exercício diminuiu R\$1,4 milhões, ou 23,4%, passando de um lucro líquido de R\$5,9 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para um lucro líquido de R\$4,5 milhões no mesmo período em 2007.

ANÁLISE DAS PRINCIPAIS ALTERAÇÕES NAS CONTAS PATRIMONIAIS EM 31 DE MARÇO DE 2007 E EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006

Ativo Circulante

O saldo de nosso ativo circulante aumentou R\$0,1 milhão, ou 0,3%, passando de R\$25,9 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$26,0 milhões em 31 de março de 2007, decorrente principalmente da variação das seguintes contas:

- *Caixa e Bancos.* O saldo de caixa e bancos diminuiu R\$1,3 milhões, ou 57,8%, passando de R\$2,3 milhões em 31 de dezembro de 2006, para R\$1,0 milhão em 31 de março de 2007, principalmente em decorrência dos recursos utilizados nas obras do Santana Parque Shopping durante os três meses encerrados em 31 de março de 2007.
- *Aplicações Financeiras.* O saldo de aplicações financeiras aumentou R\$0,2 milhão, ou 3,0%, passando de R\$7,8 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$8,0 milhões em 31 de março de 2007, principalmente em razão dos rendimentos financeiros auferidos no período.
- *Contas a Receber.* O saldo de contas a receber diminuiu R\$0,5 milhão, ou 5,9%, passando de R\$8,3 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$7,8 milhões em 31 de março de 2007, decorrente principalmente do recebimento de R\$0,5 milhão a título de cessão de direito de uso relativo ao Auto Shopping Internacional.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

- *Impostos a Recuperar.* O saldo de impostos a recuperar aumentou R\$0,3 milhão, ou 22,3%, passando de R\$1,0 milhão em 31 de dezembro de 2006 para R\$1,3 milhão em 31 de março de 2007, decorrente principalmente de valores de impostos a compensar contabilizados na ABK.
- *Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.* O saldo de imposto de renda e contribuição social diferidos de R\$0,2 milhões em 31 de março de 2007 refere-se a impostos calculados e reconhecidos com base no prejuízo fiscal, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias.
- *Outras Contas a Receber.* O saldo de outras contas a receber aumentou R\$1,2 milhões, ou 18,2%, passando de R\$6,4 milhões em 31 de dezembro de 2006, para R\$7,6 milhões em 31 de março de 2007. Esse aumento se deu principalmente em razão de adiantamentos feitos a alguns de nossos fornecedores, relacionados às obras do Santana Parque Shopping, no valor de R\$0,9 milhão.

Ativo Não Circulante

O saldo de nosso ativo não circulante aumentou R\$81,7 milhões, ou 31,3%, passando de R\$261,3 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$343,0 milhões em 31 de março de 2007, decorrente principalmente da variação das seguintes contas:

- *Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.* O saldo de imposto de renda e contribuição social diferidos diminuiu R\$1,4 milhões, ou 13,1%, passando de R\$10,3 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$8,9 milhões em 31 de março de 2007, em decorrência do ajuste da provisão ativa de impostos diferidos sobre os saldos de prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias, como resultado da reorganização societária.
- *Partes Relacionadas.* O saldo de partes relacionadas diminuiu R\$24,4 milhões, ou 89,42%, passando de R\$27,3 milhões em 31 de dezembro de 2006, para R\$2,9 milhões em 31 de março de 2007. Essa redução é decorrente principalmente da baixa de R\$1,3 milhão de créditos para compra de terrenos, por meio de dação em pagamento no montante de R\$1,3 milhão e a realização de crédito no valor total de R\$23,0 milhões junto à Golf Participações Ltda.
- *Imobilizado.* Nosso imobilizado aumentou R\$107,5 milhões, ou 48,7%, passando de R\$221,0 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$328,5 milhões em 31 de março de 2007. Esse aumento é decorrente principalmente da reavaliação de terrenos, edificações e instalações no valor total de R\$105 milhões e da aquisição de imóvel no valor de R\$1,3 milhão para ampliação do Santana Parque Shopping.

Passivo Circulante

O saldo de nosso passivo circulante diminuiu R\$119,3 milhões, ou 62,7%, passando de R\$190,4 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$71,1 milhões em 31 de março de 2007, principalmente devido à variação das seguintes contas:

- *Fornecedores.* O saldo de fornecedores aumentou R\$5,5 milhões, ou 139,5%, passando de R\$3,9 milhões em 31 de dezembro de 2006, para R\$9,4 milhões em 31 de março de 2007. Essa variação é decorrente dos valores a pagar aos fornecedores da obra do Santana Parque Shopping, compostos por: (i) R\$2,9 milhões para a Construcap Engenharia e Comércio S.A.; (ii) R\$0,6 milhões para a Temon Tecnologia em Montagem e Construções Ltda.; e (iii) R\$1,9 milhão a fornecedores diversos.

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

- *Empréstimos e Financiamentos.* O saldo de empréstimos e financiamentos aumentou R\$6,2 milhões, ou 23,6%, passando de R\$26,3 milhões em 31 de dezembro de 2006, para R\$32,5 milhões em 31 de março de 2007, em decorrência da captação de R\$1,1 milhão junto ao Banco Tricury e da transferência para o curto prazo de valores contabilizados no longo prazo em 31 de dezembro de 2006.
- *Contas a Pagar – Compra de Terrenos.* O saldo de contas a pagar – compra de terrenos diminuiu R\$3,1 milhões, ou 35,9%, passando de R\$8,8 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$5,7 milhões em 31 de março de 2007. Essa redução refere-se a pagamentos efetuados no período, sendo assim distribuídos: (i) R\$1,4 milhões para Olivetti do Brasil S.A.; (ii) R\$0,4 milhões para Parinvest Participações e Empreendimentos S.A.; e (iii) R\$1,4 milhões para Redevo do Brasil Ltda. (C&A).
- *Salários e Encargos Sociais.* O saldo de salários e encargos sociais aumentou R\$ 0,5 milhões, ou 129,9 %, passando de R\$ 0,3 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$ 0,8 milhões em 31 de março de 2007. Esse aumento refere-se principalmente ao acréscimo de valores nas empresas combinadas ASG Adm. e ISG Adm.
- *Impostos, Taxas e Contribuições.* O saldo de impostos, taxas e contribuições aumentou R\$7,9 milhões ou 373,9%, passando de R\$2,1 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$10,0 milhões em 31 de março de 2007, em decorrência principalmente do registro de impostos incidentes (IRPJ/CSLL) sobre a realização do ganho de variação cambial ativa sobre os passivos com partes relacionadas capitalizados no 1º Trimestre de 2007.
- *Adiantamentos Recebidos para Venda de Investimentos.* O saldo de adiantamentos recebidos para venda de investimentos diminuiu R\$6,8 milhões, ou 98,2%, passando de R\$6,9 milhões em 31 de dezembro de 2006, para R\$0,1 milhão em 31 de março de 2007. Essa redução é decorrente do maior volume de recursos aplicados nos três meses encerrados em 31 março de 2007 na obra do Santana Parque Shopping em relação aos adiantamentos efetuados pela empresa não relacionada Acapurana.
- *Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.* O saldo de imposto de renda e contribuição social diferidos no valor de R\$0,7 milhão em 31 de março de 2007 refere-se a impostos de curto prazo provisionados sobre receitas de cessões a apropriar e reserva de reavaliação a realizar.
- *Partes Relacionadas.* O saldo de partes relacionadas diminuiu R\$131,7 milhões, ou 95,8%, passando de R\$137,4 milhões em 31 de dezembro de 2006, para R\$5,7 milhões em 31 de março de 2007. Essa variação é decorrente de transferência de dívidas para a Golf Participações Ltda., com posterior aumento de capital das empresas combinadas ABK, Levian e Send.

Passivo Não Circulante

O saldo de nosso passivo não circulante aumentou R\$21,6 milhões, ou 13,17%, passando de R\$163,4 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$185,0 milhões em 31 de março de 2007, principalmente em decorrência da variação das seguintes contas:

- *Empréstimos e Financiamentos.* O saldo de empréstimos e financiamentos diminuiu R\$5,3 milhões ou 4,8%, passando de R\$111,0 milhões em 31 de dezembro de 2006, para R\$105,7 milhões em 31 de março de 2007. Essa redução foi devido à reclassificação de dívidas de longo prazo para curto prazo.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

- *Impostos Parcelados.* O saldo de impostos parcelados diminuiu R\$0,7 milhão, ou 17,0%, passando de R\$4,1 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$3,4 milhões em 31 de março de 2007, devido principalmente a reclassificações para a conta de impostos, taxas e contribuições no passivo circulante.
- *Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.* O saldo de imposto de renda e contribuição social diferidos aumentou R\$12,7 milhões, ou 123,1%, passando de R\$10,3 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$23,0 milhões em 31 de março de 2007 em virtude do imposto de renda e contribuição social diferidos sobre a reserva de reavaliação de terrenos, edificações e instalações.
- *Partes Relacionadas.* O saldo de partes relacionadas de R\$14,2 milhões em 31 de março de 2007 é decorrente da parcela de longo prazo a pagar para a SAS Ventures LLC, relativo à redução do capital da Park Shopping ocorrida em 29 de março de 2007.

Patrimônio Líquido

Nosso patrimônio líquido aumentou R\$179,5 milhões, passando de um passivo a descoberto de R\$66,6 milhões em 31 de dezembro de 2006, para um patrimônio líquido de R\$112,9 milhões em 31 de março de 2007, em decorrência, principalmente: (i) de aumentos de capital em várias empresas combinadas, durante o processo de reorganização societária ocorrido no 1º trimestre de 2007, no valor total de R\$93,2 milhões (compreendendo aumento de capital de R\$34,2 milhões na Levian, R\$42,0 milhões na ABK, R\$28,6 milhões na Send, R\$3,8 milhões na Atlas, R\$1,8 milhões da ISG Adm. por meio da capitalização de créditos frente a tais sociedades e redução de capital de R\$17,3 milhões da Park Administradora); (ii) da constituição de reserva de reavaliação líquida de imposto de renda e contribuição social (reserva deduzida dos impostos diferidos), no valor de R\$81,8 milhões, representado pelo montante de reavaliação de R\$105,1 milhões deduzido do saldo de imposto de renda e de contribuição social diferidos de R\$23,3 milhões (contabilizados como redutores da reserva de reavaliação no patrimônio líquido em contrapartida aos passivos circulante e não circulante), decorrente de reavaliação de itens do ativo imobilizado, como terrenos, edificações e instalações de bens relacionados à atividade de Shopping Center, com base em laudo de avaliação patrimonial preparado por DLR Engenheiros Associados Ltda., peritos avaliadores independentes, que definiu valor de mercado para tais itens do ativo; e (iii) do resultado líquido de R\$4,6 milhões obtido nos três meses encerrados em 31 de março de 2007.

EXERCÍCIO ENCERRADO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2005 COMPARADO COM EXERCÍCIO ENCERRADO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006

ANÁLISE DAS CONTAS DE RESULTADO

Receita Bruta. Nossa receita bruta aumentou R\$6,7 milhões, ou 17,8%, passando de R\$37,7 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$44,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006. A seguir, apresentamos nossas receitas de aluguéis e serviços, por natureza e por *Shopping Center* em operação, nos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2005 e 2006.

Receita de Aluguéis e Serviços

	Exercício encerrado em 31 de dezembro de				
	2005	AV%	2006	AV%	Varição 2005/2006%
<i>(em milhares de Reais, exceto percentuais)</i>					
<i>Receitas por Natureza</i>					
<i>Receitas de Aluguéis</i>					
Aluguel de Espaço Comercial	30.512	80,9%	32.339	72,8%	6,0%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Cessão de Direito de Uso	602	1,6%	977	2,2%	62,3%
Malls e Merchandising	1.287	3,4%	1.114	2,5%	-13,4%
<i>Receitas de Serviços</i>					
Administração de Estacionamento	3.395	9,0%	6.070	13,7%	78,8%
Gestão no Suprimento de Energia Elétrica	1.769	4,7%	3.377	7,6%	90,9%
Gestão no Suprimento de Água	138	0,4%	523	1,2%	279,0%
Administração de Shopping Centers	-	-	27	-	-
Total da Receita Bruta	37.703	100,0%	44.427	100,0%	17,8%
<i>Receitas de Aluguel de Espaço Comercial por Shopping Center</i>					
Internacional Shopping Guarulhos	27.101	88,8%	28.826	89,1%	6,4%
Poli Shopping	526	1,7%	545	1,7%	3,6%
Auto Shopping Internacional Guarulhos	-	-	656	2,0%	-
Outros aluguéis	2.885	9,5%	2.312	7,2%	-19,9%
Total	30.512	100,0%	32.339	100,0%	6,0%

Receita de Aluguéis. A nossa receita de aluguéis aumentou R\$2,0 milhões, ou 6,3%, passando de R\$32,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$34,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência principalmente da variação das seguintes contas:

Aluguel de Espaço Comercial. Nossa receita advinda do aluguel de espaço comercial aumentou R\$1,8 milhões, ou 6,0%, passando de R\$30,5 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$32,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, principalmente em razão (i) do aumento da receita de aluguéis do Internacional Shopping Guarulhos, no valor total de R\$ 1,7 milhões; e (ii) dos aluguéis relativos ao Auto Shopping Internacional, inaugurado em setembro de 2006, no valor total de R\$0,7 milhão.

Cessão de Direito de Uso. Nossa receita advinda da cessão de direito de uso aumentou R\$0,4 milhão, ou 62,3%, passando de R\$0,6 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$1,0 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente às receitas de cessão de direito de uso do Auto Shopping Internacional, inaugurado em setembro de 2006.

Malls e Merchandising. Nossa receita advinda de malls e merchandising diminuiu R\$0,2 milhões, ou 13,4%, passando de R\$1,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$1,1 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente à queda na demanda por locações temporárias no último trimestre de 2007.

Receita de Serviços. Nossa receita de prestação de serviços aumentou R\$4,7 milhões, ou 88,6%, passando de R\$5,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$10,0 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência principalmente da variação das seguintes contas:

Administração de Estacionamento. Nossa receita advinda da administração de estacionamento aumentou R\$2,7 milhões, ou 78,8%, passando de R\$3,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$6,1 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente à operacionalização por 12 meses ininterruptos do estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos em 2006, comparado a apenas oito meses em operação no ano anterior, bem como à melhoria na gestão de nossos serviços de administração de estacionamento.

Gestão do Suprimento de Energia Elétrica. Nossa receita advinda da gestão do suprimento de energia elétrica aumentou R\$1,6 milhão, ou 90,9%, passando de R\$1,8 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$3,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente ao fato do Internacional Shopping Guarulhos estar operacional nos 12 meses em 2006, comparado a apenas oito meses em operação no exercício anterior.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Gestão do Suprimento de Água. Nossa receita advinda da gestão do suprimento de água aumentou R\$0,4 milhões, ou 279,0%, passando de R\$0,1 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$0,5 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente ao fato do Internacional Shopping Guarulhos estar operacional nos 12 meses em 2006, comparado a apenas oito meses em operação no exercício anterior.

Administração de Shopping Centers. Nossa receita advinda da administração de *Shopping Centers* no valor de R\$0,03 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 é em decorrência da taxa de administração do Auto Shopping cobrada dos lojistas a partir de outubro de 2006.

Deduções da Receita. As deduções da receita aumentaram R\$1,0 milhão, ou 15,9%, passando de R\$6,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$7,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência dos impostos apurados sobre o faturamento adicional do período.

Receita Líquida. Em decorrência do acima exposto, nossa receita líquida aumentou R\$5,7 milhões, ou 18,2%, passando de R\$31,5 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$37,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006.

Custo dos Aluguéis e dos Serviços Prestados. Nosso custo dos aluguéis e dos serviços prestados aumentou R\$2,8 milhões, ou 17,5%, passando de R\$16,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$19,0 milhões no mesmo período de 2006. A seguir, apresentamos o custo dos aluguéis e dos serviços prestados, por natureza, nos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2005 e 2006.

Custos dos Aluguéis e dos Serviços Prestados

	Exercício encerrado em 31 de dezembro de				
	2005	AV%	2006	AV%	Varição 2005/2006%
<i>Custos por Natureza</i>					
Depreciação.....	8.579	53,0%	9.377	49,3%	9,3%
Pessoal.....	2.370	14,6%	3.137	16,5%	32,4%
Serviços de Terceiros.....	2.145	13,2%	2.774	14,6%	29,3%
Custo de Ocupação (Lojas Vagas).....	1.987	12,3%	1.830	9,6%	-7,9%
Aluguéis e Condomínios.....	193	1,2%	130	0,7%	-32,6%
Outros.....	925	5,7%	1.782	9,4%	92,6%
Total do Custo dos Aluguéis e dos Serviços Prestados.....	16.199	100,0%	19.030	100,0%	17,5%

Depreciação. A depreciação aumentou R\$0,8 milhão, ou 9,3%, passando de R\$8,6 milhões exercício no encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$9,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência da depreciação dos imóveis adquiridos em 2006.

Pessoal. Nossos custos com pessoal aumentaram R\$0,7 milhão, ou 32,4%, passando de R\$2,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$3,1 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 em decorrência é principalmente de custos adicionais incorridos com a operação do estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos.

Serviços de Terceiros. Nossos custos com serviços de terceiros aumentaram R\$0,7 milhão, ou 29,3%, passando de R\$2,1 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$2,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência principalmente dos custos com terceirização incorridos em 2006 com a reorganização societária das empresas do grupo, no valor total de R\$0,5 milhão.

Custo de Ocupação (Lojas Vagas). Nosso custo de ocupação (lojas vagas) diminuiu R\$0,2 milhão, ou 7,9%, passando de R\$2,0 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$1,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência da queda nos subsídios dos custos condominiais concedidos para as Âncoras do Internacional Shopping Guarulhos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Aluguéis e Condomínios. Nossos custos com aluguéis e condomínios diminuíram R\$0,1 milhão, ou 32,6%, passando de R\$0,2 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$0,1 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência da redução do pagamento de aluguéis de imóveis de terceiros pela Send.

Outros. Nossos outros custos aumentaram R\$0,9 milhão, ou 92,6 %, passando de R\$0,9 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$1,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 em decorrência de custos adicionais com taxas e contribuições para registro da aquisição dos imóveis relativos ao Santana Parque Shopping.

Lucro Bruto. Em decorrência do acima exposto, nosso lucro bruto aumentou R\$2,9 milhões, ou 19,0%, passando de R\$15,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$18,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006.

Receitas (Despesas) Operacionais. Nossas despesas operacionais aumentaram R\$2,6 milhões, ou 320,6%, passando de R\$0,8 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, para R\$3,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência principalmente da variação das seguintes contas:

Gerais e Administrativas. Nossas despesas gerais e administrativas aumentaram R\$1,7 milhão, ou 61,3%, passando de R\$2,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, para R\$4,6 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em razão principalmente do aumento de (i) R\$0,7 milhão em nossas despesas com perdas de recebíveis, em função do reconhecimento extraordinário, em 2006, de valores a receber de lojistas (inativos) que já saíram do Internacional Shopping Guarulhos, (ii) R\$0,8 milhão em nossas despesas com publicidade, em virtude das despesas incorridas em 2006 para inauguração do Auto Shopping em setembro de 2006 e relativas ao lançamento comercial do Santana Parque Shopping, com inauguração prevista para outubro de 2007, (iii) R\$0,8 milhão em nossas despesas com comercialização, em razão principalmente das despesas de R\$0,4 milhão relativas ao Santana Parque Shopping e de R\$0,4 milhão relativas ao Auto Shopping; (iv) R\$0,5 milhão em nossas despesas com CPMF em decorrência principalmente do incremento da movimentação financeira para realização dos pagamentos para inauguração do Auto Shopping e para início da construção do Santana Parque Shopping; e (v) R\$0,4 milhão em nossas despesas com IPTU em virtude do início do pagamento de IPTU relativo aos imóveis adquiridos para implantação do Santana Parque Shopping, parcialmente compensado pela recuperação de despesas junto aos lojistas do Internacional Shopping Guarulhos, especialmente através do reembolso parcial de taxa de administração e do IPTU.

Outras Receitas Operacionais Líquidas. Nossas outras receitas operacionais líquidas diminuíram R\$0,9 milhão, ou 41,3%, passando de R\$2,1 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, para R\$1,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, em decorrência principalmente do aumento de despesas incorridas no exercício na empresa combinada Levian relacionadas ao processo de abertura de nosso capital.

Lucro Operacional Antes do Resultado Financeiro. Em decorrência do acima exposto, nosso lucro operacional antes do resultado financeiro aumentou R\$0,3 milhão, ou 2,0%, passando de R\$14,5 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$14,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006.

Resultado Financeiro. Nosso resultado financeiro aumentou R\$0,1 milhão, ou 0,5%, passando de despesas financeiras líquidas de R\$18,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para despesas financeiras líquidas de R\$19,0 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006. Essa variação é justificada pelo efeito no resultado financeiro global decorrente dos juros creditados no período sobre as aplicações financeiras.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Resultado Não-Operacional. Nosso resultado não operacional passou de um prejuízo de R\$0,3 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para um lucro de R\$6,6 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006. Essa variação é em decorrência principalmente do resultado apurado na operação de venda de parte do terreno do Santana Parque Shopping para Acapurana.

Lucro (Prejuízo) Antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social. Em decorrência do acima exposto, nosso resultado aumentou R\$7,1 milhões, passando de um prejuízo de R\$4,7 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para um lucro de R\$2,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006.

Imposto de Renda e Contribuição Social. Nossas despesas com imposto de renda e contribuição social correntes aumentaram R\$0,3 milhão, ou 45,8%, passando de R\$0,5 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R\$0,8 milhão no mesmo período de 2006. Esse aumento é decorrente dos impostos adicionais relativos à venda de parte do terreno do Santana Parque Shopping pela Park Shopping, que é tributada pelo Lucro Presumido.

Lucro (Prejuízo) Líquido do Exercício. Em decorrência do acima exposto, nosso resultado apresentou um aumento de R\$6,9 milhões, passando de um prejuízo de R\$5,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para um lucro líquido de R\$1,6 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006.

ANÁLISE DAS PRINCIPAIS ALTERAÇÕES NAS CONTAS PATRIMONIAIS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 31 DE DEZEMBRO DE 2005

Ativo Circulante

O saldo de nosso ativo circulante aumentou R\$18,2 milhões, ou 238,0%, de R\$7,7 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$25,9 milhões em 31 de dezembro de 2006 devido à variação das seguintes contas:

- *Caixa e Bancos e Aplicações Financeiras.* O saldo de caixa e bancos e aplicações financeiras aumentou R\$9,4 milhões, passando de R\$0,7 milhão em 31 de dezembro de 2005 para R\$10,0 milhões em 31 de dezembro de 2006, em decorrência principalmente do aporte de capital no valor de R\$17,3 milhões pela SAS Ventures LLC na Park Shopping em setembro de 2006.
- *Certificado de Recebíveis Imobiliários – Curto Prazo.* O saldo de certificado de recebíveis imobiliários de R\$0,2 milhões em 31 de dezembro de 2006 refere-se ao saldo de curto prazo mantido pela Nova União para a subordinação da operação de securitização dos recebíveis de aluguéis efetuada em maio de 2006.
- *Contas a Receber.* O saldo de contas a receber aumentou R\$3,3 milhões, ou 64,7%, passando de R\$5,0 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$8,3 milhões em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente à comercialização de novos empreendimentos em 2006, sendo R\$1,7 milhões relativos ao Santana Parque Shopping, com inauguração prevista para o último trimestre de 2007 e R\$1,5 milhões relativos ao Auto Shopping, inaugurado em setembro de 2006.
- *Impostos a Recuperar.* O saldo de impostos a recuperar diminuiu R\$ 0,4 milhão, ou 27,0%, passando de R\$ 1,4 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$ 1,0 milhão em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente à compensação de parte dos créditos com os impostos apurados no exercício e à apropriação de valores relativos ao IPTU ao resultado do exercício, em função da fruição do crédito gerado com a Prefeitura do Município de Guarulhos na construção do Internacional Shopping Guarulhos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

- *Outras Contas a Receber.* O saldo de outras contas a receber aumentou R\$5,8 milhões, ou 1.015,6%, passando de R\$0,6 milhão em 31 de dezembro de 2005 para R\$6,4 milhões em 31 de dezembro de 2006, decorrente principalmente do saldo a receber de R\$6,0 milhões resultante da venda de parte do terreno do Santana Parque Shopping.

Ativo Não Circulante

O saldo de nosso ativo não circulante aumentou R\$31,2 milhões, ou 13,6%, passando de R\$230.1 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$261,3 milhões em 31 de dezembro de 2006, principalmente em decorrência da variação das seguintes contas:

- *Contas a Receber (Longo Prazo).* O saldo de contas a receber de R\$1,3 milhões refere-se a valores a receber de cessões de direito de uso relativos ao Internacional Shopping Guarulhos, Santana Parque Shopping e Auto Shopping.
- *Certificado de Recebíveis Imobiliários – Longo Prazo.* O saldo de certificado de recebíveis imobiliários – longo prazo de R\$1,3 milhões refere-se ao saldo a receber de longo prazo mantido pela empresa combinada Nova União para a subordinação da operação de securitização dos recebíveis de aluguéis efetuada em maio de 2006.
- *Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.* O saldo de imposto de renda e contribuição social diferidos aumentou R\$3,3 milhões, ou 47,5%, passando de R\$7,0 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$10,3 milhões em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente ao ajuste da provisão ativa de impostos diferidos sobre os saldos de prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias.
- *Partes Relacionadas.* O saldo de partes relacionadas aumentou R\$15,2 milhões, ou 126,1%, passando de R\$12,1 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$27,3 milhões em 31 de dezembro de 2006. Esse aumento decorre principalmente de transferências líquidas financeiras para as seguintes partes relacionadas: (i) R\$3,3 milhões para Antonio Veronezi; (ii) R\$4,0 milhões para Golf Participações Ltda.; (iii) R\$1,3 milhões para Menescal Participações Ltda., como adiantamento para compra de terreno adjacente ao Santana Parque Shopping; e (iv) R\$3,5 milhões para Novo Campo Administração e Incorporadora S.A.
- *Imobilizado.* O saldo de imobilizado aumentou R\$10,7 milhões, ou 5,1%, passando de R\$210,3 em 31 de dezembro de 2005 para R\$221,0 milhões em 31 de dezembro de 2006. Tal acréscimo decorre principalmente (A) do aumento de (i) R\$6,6 milhões na Sulishopping Empreendimentos Ltda., referente à aquisição do imóvel para implantação do Santana Parque Shopping; (ii) R\$4,1 milhões referente à compra do imóvel detido pela C&A no Internacional Shopping Guarulhos; (iii) R\$3,2 milhões na Send, referente à aquisição do imóvel para implantação do Santana Parque Shopping; e (iv) R\$5,4 milhões referentes à construção do Auto Shopping, (B) parcialmente compensados pela redução de R\$2,7 milhões referente à venda de terreno pela Park e pela depreciação no período.

Passivo Circulante

O saldo de nosso passivo circulante aumentou R\$19,6 milhões, ou 11,4%, passando de R\$170,8 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$190,4 milhões em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente à variação das seguintes contas:

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

- *Fornecedores.* O saldo de fornecedores diminuiu R\$ 1,9 milhões, ou 32,8 %, passando de R\$ 5,8 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$ 3,9 milhões em 31 de dezembro de 2006, em decorrência principalmente de baixas de valores a pagar relativos ao Internacional Shopping Guarulhos.
- *Empréstimos e Financiamentos.* O saldo de empréstimos e financiamentos aumentou R\$12,1 milhões, ou 85,3%, passando de R\$14,2 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$26,3 milhões em 31 de dezembro de 2006, principalmente em virtude de (i) empréstimos obtidos junto ao Banco Industrial e Comercial S.A. no valor total de R\$2,6 milhões; (ii) empréstimo no valor de R\$1,4 milhões obtido junto ao Banco ABN Real S.A., (iii) R\$2,0 milhões referentes a juros auferidos de financiamentos contratados junto ao BNDES; e (iv) R\$5,5 milhões referentes a transferências para curto prazo de parcelas anteriormente classificadas no longo prazo.
- *Contas a Pagar – Compra de Terrenos.* O saldo de contas a pagar – compra de terrenos aumentou R\$3,2 milhões, ou 57,7 %, passando de R\$5,6 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$8,8 milhões em 31 de dezembro de 2006, decorrente principalmente (A) (i) de saldo a pagar de R\$2,8 milhões para a Redevco do Brasil Ltda., referente à compra do imóvel da C&A no Internacional Shopping Guarulhos; e (ii) de transferências para o curto prazo de obrigações anteriormente classificadas no longo prazo, no valor de R\$11,3 milhões; (B) parcialmente compensados pelo pagamento de (x) R\$4,3 milhões para a Olivetti do Brasil S/A. pelo imóvel no qual está situado o Internacional Shopping Guarulhos; e (y) R\$8,8 milhões para a União Real Empreendimentos Imobiliários Ltda., decorrente da compra do imóvel para implantação do Santana Parque Shopping.
- *Impostos, Taxas e Contribuições.* O saldo de impostos, taxas e contribuições diminuiu R\$1,4 milhões, ou 39,5%, passando de R\$3,5 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$2,1 milhões em 31 de dezembro de 2006, proveniente de pagamentos e compensações ocorridos no exercício e da adesão em 2006 ao Programa de Recuperação Fiscal - REFIS 3, que resultou na reclassificação de saldos para o longo prazo.
- *Impostos Parcelados.* O saldo de impostos parcelados de R\$0,5 milhão em 31 de dezembro de 2006 refere-se às parcelas de curto prazo dos seguintes tributos: (i) R\$2,1 milhões referentes ao parcelamento de PIS e Cofins pela ABK e Levian; (ii) R\$1,5 milhão referente ao INSS relativo a Poli Shopping Empreendimentos, parcelado em 2006; e (iii) R\$0,2 milhão referente ao ISS relativo a I Park, parcelado em 2006.
- *Cédulas de Créditos Imobiliários.* O saldo de cédulas de créditos imobiliários de R\$1,6 milhão refere-se às parcelas a pagar de curto prazo da operação de securitização dos recebíveis de aluguéis, efetuada em maio de 2006 pela Nova União.
- *Adiantamentos Recebidos para Venda de Investimentos.* O saldo de adiantamentos recebidos para venda de investimentos de R\$6,9 milhões refere-se a adiantamentos recebidos da empresa não relacionada Acapurana para a construção do Santana Parque Shopping.
- *Outras Contas a Pagar.* O saldo de outras contas a pagar diminuiu R\$3,5 milhões, ou 59,3 %, passando de R\$6,0 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$2,5 milhões em 31 de dezembro de 2006, decorrente substancialmente do pagamento final de obrigações relativas à construção do Internacional Shopping Guarulhos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Passivo Não Circulante

O saldo de nosso passivo não circulante aumentou R\$9,6 milhões, ou 6,3%, passando de R\$153,8 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$163,4 milhões de 31 de dezembro de 2006, principalmente em decorrência da variação das seguintes contas:

- *Empréstimos e Financiamentos.* O saldo de empréstimos e financiamentos diminuiu R\$5,5 milhões, ou 4,8%, passando de R\$116,5 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$111,0 milhões em 31 de dezembro de 2006. Essa redução decorre principalmente às transferências para curto prazo de parcelas anteriormente classificadas no longo prazo.
- *Contas a Pagar – Compra de Terrenos.* O saldo de contas a pagar – compra de terrenos diminuiu R\$11,4 milhões, ou 59,9%, passando de R\$19,0 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$7,6 milhões em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente às transferências para curto prazo de parcelas anteriormente classificadas no longo prazo.
- *Receitas de Cessões a Apropriar.* O saldo de receitas de cessões a apropriar aumentou R\$4,4 milhões, ou 219,8%, passando de R\$2,0 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$6,4 milhões em 31 de dezembro de 2006, devido principalmente ao aumento das receitas a serem reconhecidas em decorrência de cessão de direito de uso relativas ao Santana Parque Shopping, no valor de R\$2,1 milhões e ao Auto Shopping, no valor de R\$2,2 milhões.
- *Impostos Parcelados.* O saldo de impostos parcelados aumentou R\$2,0 milhões, ou 91,2%, passando de R\$2,1 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$4,1 milhões em 31 de dezembro de 2006. Esse aumento é decorrente principalmente do parcelamento de curto prazo do (i) INSS da empresa Poli Shopping Empreendimentos, no valor de R\$1,5 milhões; e (ii) parcelamento do ISS da empresa I Park em 2006, no valor de R\$0,2 milhão, além de encargos financeiros incorridos sobre os parcelamentos.
- *Cédulas de Créditos Imobiliários.* O saldo de cédulas de créditos imobiliários de R\$13,9 milhões refere-se às parcelas de longo prazo da operação de securitização dos recebíveis de aluguéis efetuada em maio de 2006 pela Nova União.

Passivo a Descoberto

Nosso passivo a descoberto diminuiu R\$20,3 milhões, ou 23,3%, passando de R\$86,9 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R\$66,6 milhões em 31 de dezembro de 2006, em razão principalmente (i) da realização de R\$1,6 milhão referente ao lucro líquido do exercício; (ii) do aumento de capital na empresa combinada Park Shopping por sua sócia SAS Ventures LLC, em setembro de 2006, no valor de R\$17,3 milhões; e (iii) do aumento de capital em outras empresas combinadas, no valor total de R\$1,3 milhões.

EXERCÍCIO ENCERRADO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 COMPARADO COM EXERCÍCIO ENCERRADO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2005

Análise das Contas de Resultado

Receita Bruta. Nossa receita bruta aumentou R\$6,9 milhões, ou 22,3%, passando de R\$30,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$37,7 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005. A seguir, apresentamos nossas receitas de aluguéis e serviços, por natureza e por *Shopping Center* em operação, nos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2004 e 2005.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Receita de Aluguéis e Serviços

Exercício encerrado em 31 de dezembro de

	2004	AV%	2005	AV%	Variação 2004/2005%
<i>(em milhares de reais, exceto percentuais)</i>					
Receitas por Natureza					
Receitas de Aluguéis					
Aluguel de Espaço Comercial	28.958	93,9%	30.512	80,9%	5,4%
Cessão de Direito de Uso	613	2,0%	602	1,6%	-1,8%
Malls e Merchandising	1.254	4,1%	1.287	3,4%	2,6%
Prestação de Serviços					
Administração de Estacionamento	-	-	3.395	9,0%	-
Gestão no Suprimento de Energia Elétrica	-	-	1.769	4,7%	-
Gestão no Suprimento de Água	-	-	138	0,4%	-
Total da Receita Bruta	30.825	100,0%	37.703	100%	22,3%
Receitas de Aluguel de Espaço Comercial por Shopping Center					
Internacional Shopping Guarulhos	25.790	89,1%	27.101	88,8%	5,1%
Poli Shopping	321	1,1%	526	1,7%	63,9%
Outros aluguéis	2.847	9,8%	2.885	9,5%	1,3%
Total	28.958	100,0%	30.512	100,0%	5,4%

Receita de Aluguel. Nossa receita de aluguel aumentou R\$1,6 milhão, ou 5,1%, passando de R\$30,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$32,4 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, em decorrência principalmente da variação das seguintes contas:

Aluguel de Espaço Comercial. Nossa receita advinda de aluguel de espaço comercial aumentou R\$1,5 milhões, ou 5,4%, passando de R\$29,0 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$30,5 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, devido principalmente ao aumento da receita de aluguéis do Internacional Shopping Guarulhos, no valor de R\$1,3 milhões;

Cessão de Direito de Uso. Nossa receita advinda de cessão de direito de uso manteve-se estável em R\$0,6 milhão nos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2004 e 2005.

Malls e Merchandising. Nossa receita advinda de malls e merchandising manteve-se estável em R\$1,3 milhão nos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2004 e 2005.

Receita de Serviços. Nossa receita de serviços no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 foi de R\$5,3 milhões. Não tivemos receita de prestação de serviços no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004. A composição de nossa receita de prestação de serviços no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 é:

Administração de Estacionamento. Nossa receita advinda da administração de estacionamento no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 foi de R\$3,4 milhões, relativa ao estacionamento no Internacional Shopping Guarulhos, que iniciou suas operações em março de 2005.

Gestão do Suprimento de Energia Elétrica. Nossa receita advinda da gestão do suprimento de energia elétrica no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 foi de R\$1,8 milhões, relativa à demanda de energia no Internacional Shopping Guarulhos, que iniciou suas operações em março de 2005.

Gestão do Suprimento de Água. Nossa receita advinda da gestão do suprimento de água no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 foi de R\$0,1 milhão, relativo à locação de equipamentos para tratamento e distribuição de água pela Wass, que iniciou suas operações em julho de 2005.

Deduções da Receita. As deduções da receita aumentaram R\$0,9 milhão, ou 18,1%, passando de R\$5,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$6,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005. Essa variação se deu em decorrência dos impostos incidentes sobre o faturamento adicional de R\$6,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 em comparação ao exercício encerrados em 31 de dezembro de 2004.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Receita Líquida. Em decorrência do acima exposto, nossa receita líquida aumentou R\$5,9 milhões, ou 23,2%, passando de R\$25,6 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$31,5 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005.

Custo dos Aluguéis e dos Serviços Prestados. Nosso custo dos aluguéis e dos serviços prestados aumentou R\$1,5 milhões, ou 10,2%, passando de R\$14,7 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$16,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005. A seguir, apresentamos o custo dos aluguéis e dos serviços prestados, por natureza, nos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2004 e 2005.

Custo dos Aluguéis e dos Serviços Prestados

	Exercício encerrado em 31 de dezembro de				
	2004	AV%	2005	AV%	Varição 2004/2005%
<i>(em milhares de reais, exceto percentuais)</i>					
Custos por Natureza					
Depreciação.....	8.074	55,0%	8.579	53,0%	6,3%
Pessoal.....	1.432	9,7%	2.370	14,6%	65,5%
Serviços de Terceiros.....	1.319	9,0%	2.145	13,2%	62,6%
Custo de Ocupação (Lojas Vagas).....	2.347	16,0%	1.987	12,3%	-15,3%
Aluguéis e Condomínios.....	1.492	10,2%	193	1,2%	-87,1%
Outros.....	29	0,2%	925	5,7%	3.089,7%
Total do Custo dos Aluguéis e dos Serviços Prestados.....	14.693	100,0%	16.199	100,0%	10,2%

Depreciação. Nossos custos com depreciação aumentaram R\$0,5 milhões, ou 6,3%, passando de R\$8,1 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$8,6 milhões em 31 de dezembro de 2005, em razão principalmente da adição de ativos imobilizados durante no período.

Pessoal. Nossos custos com pessoal aumentaram R\$0,9 milhão, ou 65,5%, passando de R\$1,4 milhão em 31 de dezembro de 2004 para R\$2,4 milhões em 31 de dezembro de 2005, em virtude principalmente do início das atividades do estacionamento no Internacional Shopping Guarulhos em março de 2005.

Serviços de Terceiros. Nossos custos com serviços de terceiros aumentaram R\$0,8 milhão, ou 62,6%, passando de R\$1,3 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$2,1 em 31 de dezembro de 2005, em decorrência principalmente de custos incorridos para (i) implantação do estacionamento no Internacional Shopping Guarulhos, no valor de R\$0,4 milhão; e (ii) estruturação de operação de securitização imobiliária pela Nova União, no valor de R\$0,3 milhão.

Custo de Ocupação (Lojas Vagas). Nosso custo de ocupação (lojas vagas) diminuiu R\$0,4 milhão, ou 15,3%, passando de R\$2,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$2,0 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, decorrente principalmente da menor quantidade de lojas vagas no Internacional Shopping Guarulhos.

Aluguéis e Condomínios. Nossos custos com aluguéis e condomínios diminuíram R\$1,3 milhões, ou 87,1%, passando de R\$1,5 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$0,2 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, em decorrência da compra de um dos terrenos aonde está situado o Internacional Shopping Guarulhos, que era anteriormente alugado.

Outros. Nossos outros custos aumentaram R\$0,9 milhões, ou 3.089,7%, passando de R\$0,03 milhão em 31 de dezembro de 2004 para R\$0,9 milhão em 31 de dezembro de 2005, decorrente principalmente de custos incorridos para (i) implantação do estacionamento no Internacional Shopping Guarulhos, no valor de R\$0,3 milhão; e (ii) registrar imóveis adquiridos no período, no valor de R\$0,4 milhão.

Lucro Bruto. Em decorrência do acima exposto, nosso lucro bruto aumentou R\$4,4 milhões, ou 40,7%, passando de R\$10,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$15,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Receitas (Despesas) Operacionais. Nossas despesas operacionais diminuíram R\$3,2 milhões, ou 79,4%, passando de R\$4,0 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$0,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, em decorrência principalmente da variação das seguintes contas:

Gerais e Administrativas. Nossas despesas gerais e administrativas diminuíram R\$1,1 milhão, ou 28,9%, passando de R\$4,0 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004, para R\$2,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, em razão principalmente (A) da redução de (i) R\$1,5 milhão nas despesas com perdas de recebíveis, em virtude principalmente da redução da inadimplência e do reconhecimento de perdas efetivas dos recebíveis no Internacional Shopping Guarulhos no exercício anterior; e (ii) R\$0,4 milhão nas despesas com IPTU, em razão principalmente da recuperação de despesas com IPTU junto aos lojistas do Internacional Shopping Guarulhos; (B) compensados pelo aumento de (x) R\$0,3 milhão nas despesas com conservação relativas ao Poli Shopping; e (y) R\$0,3 milhão em outras despesas.

Outras Receitas Operacionais Líquidas. Nossas outras receitas operacionais líquidas aumentaram R\$2,0 milhões, passando de R\$0,1 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004, para R\$2,1 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, em decorrência principalmente da recuperação de valores de IPTU e taxa de administração junto aos lojistas do Internacional Shopping Guarulhos.

Lucro Operacional Antes do Resultado Financeiro. Em decorrência do acima exposto, nosso lucro operacional antes do resultado financeiro aumentou R\$7,6 milhões, ou 109,4%, passando de R\$6,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$14,5 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005.

Resultado Financeiro. Nosso resultado financeiro negativo diminuiu R\$1,7 milhão, ou 8,3%, passando de uma despesa financeira de R\$20,6 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para uma despesa financeira de R\$18,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005. Essa variação se deu em decorrência principalmente da variação cambial ativa sobre passivos em dólar em virtude da valorização do Real no exercício de 2005.

Resultado Não-Operacional. Nosso resultado não operacional aumentou R\$0,1 milhão, ou 41,6%, passando de um prejuízo de R\$0,2 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para um prejuízo de R\$0,3 milhão no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005, em decorrência principalmente de perdas na baixa do imobilizado da ABK e da Levian na conferência de bens para criação da Nova União.

Lucro (Prejuízo) Antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social. Em decorrência do acima exposto, nosso prejuízo diminuiu R\$9,2 milhões, ou 66,0%, passando de um prejuízo de R\$13,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$4,7 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005.

Imposto de Renda e Contribuição Social. Tivemos despesas com imposto de renda e contribuição social correntes no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 de R\$0,5 milhão, decorrente principalmente de impostos apurados com base no regime de tributação pelo Lucro Presumido, sendo: (i) R\$0,3 milhão relativo à operação de estacionamento, (ii) R\$0,2 milhão relativo à locação de equipamentos de energia, através da Energy e (iii) R\$0,01 milhão relativo à operação de gestão do suprimento de água.

Lucro (Prejuízo) Líquido do Exercício. Em decorrência do acima exposto, nosso prejuízo apresentou uma redução de R\$8,6 milhões, ou 62,2%, passando de R\$13,9 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 para R\$5,3 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

ANÁLISE DAS PRINCIPAIS ALTERAÇÕES NAS CONTAS PATRIMONIAIS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2005 E 31 DE DEZEMBRO DE 2004

Ativo Circulante

O saldo de nosso ativo circulante aumentou R\$1,5 milhões, ou 22,7%, passando de R\$6,2 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$7,7 milhões em 31 de dezembro de 2005, decorrente principalmente da variação das seguintes contas:

- *Caixa e Bancos.* O saldo de caixa e bancos aumentou R\$0,2 milhão, ou 51,2%, passando de R\$0,4 milhão em 31 de dezembro de 2004 para R\$0,6 milhão em 31 de dezembro de 2005, devido principalmente ao fluxo financeiro gerado pelas atividades das empresas combinadas e resgate de aplicações financeiras de longo prazo.
- *Contas a Receber.* O saldo de contas a receber aumentou R\$1,3 milhões, ou 34,0%, passando de R\$3,7 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$5,0 milhões em 31 de dezembro de 2005, em função principalmente do acréscimo no saldo de aluguéis a receber relativo ao Internacional Shopping Guarulhos.
- *Outras Contas a Receber.* O saldo de outras contas a receber diminuiu R\$0,1 milhão, ou 17,7%, passando de R\$0,7 milhão em 31 de dezembro de 2004 para R\$0,6 milhão em 31 de dezembro de 2005, decorrente principalmente da baixa de adiantamentos a fornecedores relativos ao Internacional Shopping Guarulhos.

Ativo Não Circulante

O saldo de nosso ativo não circulante aumentou R\$11,4 milhões, ou 5,2%, passando de R\$218,7 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$230,1 milhões em 31 de dezembro de 2005, principalmente em decorrência da variação das seguintes contas:

- *Aplicações Financeiras.* O saldo de nossas aplicações financeiras diminuiu R\$0,2 milhão, ou 59,7%, passando de R\$0,4 milhão em 31 de dezembro de 2004 para R\$0,2 milhão em 31 de dezembro de 2005, em razão de resgates de valores transferidos para as disponibilidades imediatas.
- *Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.* O saldo de imposto de renda e contribuição social diferidos aumentou R\$3,8 milhões, ou 119,3%, passando de R\$3,2 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$7,0 milhões em 31 de dezembro de 2005, em decorrência principalmente do ajuste da provisão ativa de impostos diferidos sobre os saldos de prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias.
- *Depósitos e Cauções.* O saldo de depósitos e cauções em 31 de dezembro de 2004 foi de R\$4,5 milhões. Não tínhamos depósitos e cauções em 31 de dezembro de 2005, devido principalmente à realização dos depósitos judiciais de exercícios anteriores no valor total de R\$4,5 milhões, como resultado do acordo judicial com a São Joaquim S.A. Administração e Participação, celebrado em dezembro de 2005.
- *Imobilizado.* Nosso imobilizado aumentou R\$12,9 milhões, ou 6,5%, passando de R\$197,4 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$210,3 milhões em 31 de dezembro de 2005, devido principalmente à aquisição de imóvel para implantação do Santana Parque Shopping, no valor de R\$17,7 milhões.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Passivo Circulante

O saldo de nosso passivo circulante diminuiu R\$6,7 milhões, ou 3,8%, passando de R\$177,6 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$170,9 milhões em 31 de dezembro de 2005, principalmente em decorrência da variação das seguintes contas:

- *Fornecedores.* O saldo de fornecedores diminuiu R\$1,6 milhão, ou 21,8%, passando de R\$7,5 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$5,9 milhões em 31 de dezembro de 2005, em decorrência de pagamentos efetuados no período, principalmente (i) R\$1,0 milhão referente ao Internacional Shopping Guarulhos, (ii) R\$0,4 milhão referente à compra de equipamentos para transformação de energia pela Energy.
- *Impostos, Taxas e Contribuições.* O saldo de impostos, taxas e contribuições aumentou R\$0,5 milhão, ou 17,3%, passando de R\$3,0 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$3,5 milhões em 31 de dezembro de 2005, em decorrência de impostos a pagar a vencer sobre as prestações de serviços, sendo: (i) R\$0,4 milhão relativos à administração de estacionamento; e (ii) R\$0,1 milhão relativo à locação de equipamentos para transformação de energia.
- *Outras Contas a Pagar.* O saldo de outras contas a pagar diminuiu R\$6,2 milhões, ou 50,7%, passando de R\$12,2 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$6,0 milhões em 31 de dezembro de 2005, devido principalmente ao pagamento parcial de nossa dívida relativa ao empréstimo que tomamos junto à São Joaquim S.A. Empreendimentos e Participações, no valor de R\$4,5 milhões, nos termos do acordo judicial celebrado em dezembro de 2005.

Passivo Não Circulante

O saldo de nosso passivo não circulante aumentou R\$24,7 milhões, ou 19,2%, passando de R\$129,1 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$153,8 milhões em 31 de dezembro de 2005, principalmente em decorrência da variação das seguintes contas:

- *Empréstimos e Financiamentos.* O saldo de empréstimos e financiamentos aumentou R\$10,9 milhões, ou 10,2%, passando de R\$105,7 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$116,5 milhões em 31 de dezembro de 2005, devido principalmente a R\$ 7,9 milhões de novas captações junto ao Banco Itaú S.A..
- *Contas a Pagar – Compra de Terrenos.* O saldo de contas a pagar – compra de terrenos aumentou R\$5,6 milhões, ou 42,3%, passando de R\$13,3 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$19,0 em 31 de dezembro de 2005, devido principalmente à aquisição de imóvel para implantação do Santana Parque Shopping, resultando em um saldo a pagar no valor total de R\$11,2 milhões. Esse valor foi parcialmente compensado pelo pagamento de dívidas junto à Olivetti do Brasil S.A., no valor de R\$5,5 milhões.
- *Receitas de Cessões a Apropriar.* O saldo de receitas de cessões a apropriar aumentou R\$ 0,5 milhões, ou 33,1 %, passando de R\$ 1,5 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$ 2,0 milhões em 31 de dezembro de 2005 em função do acréscimo no saldo de receitas de cessões a apropriar relativo ao Internacional Shopping Guarulhos.
- *Impostos Parcelados.* Em 31 de dezembro de 2005 tínhamos impostos parcelados no valor de R\$2,1 milhões, devido ao parcelamento dos valores devidos de PIS e COFINS relativos ao período de 1997 a 2003.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

- *Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos.* O saldo de imposto de renda e contribuição social diferidos aumentou R\$3,8 milhões, ou 119,3%, passando de R\$3,2 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$7,0 milhões em 31 de dezembro de 2005, em decorrência principalmente do ajuste da provisão de impostos diferidos sobre os saldos de prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias.
- *Provisão para Contingências.* O saldo da provisão para contingências aumentou R\$1,8 milhões, ou 34,3%, passando de R\$5,4 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R\$7,2 milhões em 31 de dezembro de 2005, em decorrência principalmente da contabilização de provisões fiscais no exercício.

Patrimônio Líquido

Nosso patrimônio líquido diminuiu R\$5,2 milhões, ou 6,4%, passando de um passivo a descoberto de R\$81,6 milhões em 31 de dezembro de 2004, para um passivo a descoberto de R\$86,9 milhões em 31 de dezembro de 2005, devido principalmente à realização de prejuízo no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005.

Nossa principal fonte de recursos é a geração de caixa operacional, decorrente substancialmente das nossas participações em *Shopping Centers*, podendo variar de período a período conforme a flutuação das receitas de aluguel e de prestação de serviços, dos custos, das despesas e dos investimentos realizados.

A tabela a seguir apresenta ao resumo do fluxo de caixa das atividades operacionais, de investimento e financeiras para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 e para os três meses encerrados em 31 de março de 2006 e 2007:

Demonstração de Fluxo de Caixa	Em 31 de dezembro de			Em 31 de março de	
	2004	2005	2006	2006	2007
	(em milhares de Reais)				
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais.....	32.296	32.897	29.265	5.877	19.792
Caixa líquido consumido nas atividades de investimento	(21.232)	(21.698)	(4.075)	(3.813)	(5.073)
Caixa líquido consumido nas atividades de financiamento	(11.334)	(10.979)	(15.803)	(2.388)	(15.798)
Aumento (redução) do saldo de caixa e bancos e aplicações financeiras de curto prazo	(270)	220	9.387	(324)	(1.079)
Caixa e bancos e aplicações financeiras de curto prazo					
No início do exercício	700	430	650	650	10.037
No fim do exercício	430	650	10.037	326	8.958

As nossas principais fontes de liquidez em 2004, 2005 e 2006 e para os três meses encerrados em 31 de março de 2007 foram oriundas de nossas atividades operacionais.

ATIVIDADES OPERACIONAIS

Nossas disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais em 31 de março de 2006 e 2007 foram de R\$5,9 milhões e R\$19,8 milhões, respectivamente. Esse aumento decorreu principalmente do caixa gerado pelas receitas do período e do aumento de contas a pagar com fornecedores.

Nossas disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 foram de R\$32,3 milhões, R\$32,9 milhões e R\$29,3 milhões, respectivamente, em virtude principalmente do caixa gerado pelas receitas dos períodos e do aumento de contas a pagar com fornecedores.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

ATIVIDADES DE INVESTIMENTO

Aplicamos a maior parte de nossos recursos na aquisição de ativos imobilizados para expandir nossas operações. Nos três meses encerrados em 31 de março de 2007 investimos R\$5,1 milhões principalmente na construção do Santana Parque Shopping. No ano de 2006, investimos R\$4,1 milhões, principalmente na reforma do imóvel para implantação do Auto Shopping e na aquisição de imóveis para implantação do Santana Parque Shopping. Em 2005, investimos R\$21,7 milhões principalmente na aquisição de imóveis para implantação do Santana Parque Shopping. Em 2004, investimos R\$19,5 milhões na aquisição de imóveis relacionados à operação do Internacional Shopping Guarulhos.

ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO

Além dos valores gerados em nossas operações, tivemos outras importantes movimentações nos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 e nos três meses encerrados em 31 de março de 2007. Nos três meses encerrados em 31 de março de 2007, ingressaram R\$3,2 milhões em nosso caixa em decorrência da captação de financiamentos, compensados por R\$5,9 milhões em pagamento de empréstimos e financiamentos, R\$6,8 milhões em adiantamento recebido para venda de investimentos, R\$2,9 milhões em transferências líquidas para partes relacionadas e R\$3,4 milhões em pagamentos de compras de terrenos no período.

Em 2006, nossas principais fontes de recursos foram R\$19,8 milhões em decorrência de aumento de capital, R\$15,5 milhões advindos de captações de recursos através da securitização de certificados de recebíveis imobiliários e R\$6,9 milhões em captações referentes a adiantamento recebido para venda de investimentos, compensados por R\$34,0 milhões em pagamento de financiamentos, R\$14,8 milhões em transferências líquidas para partes relacionadas e R\$9,3 milhões em pagamentos de compras de terrenos no período.

Em 2005, nossas principais fontes de recursos foram R\$8,7 milhões provenientes de empréstimos com instituições financeiras e R\$3,4 milhões de empréstimos com partes relacionadas. Em 2004, ingressaram R\$5,0 milhões em nosso caixa em virtude da captação de financiamentos e R\$2,6 milhões provenientes de empréstimos com partes relacionadas, compensados por R\$19,0 milhões em pagamento de financiamentos.

INVESTIMENTO

Dando continuidade à nossa estratégia de crescimento, pretendemos (i) expandir nos nossos atuais *Shopping Centers*, (ii) adquirir participações em *Shoppings Centers* existentes e aumentar a participação em nossos *Shopping Centers*, (iii) desenvolver novos empreendimentos, e (iv) desenvolver projetos de uso misto. Segundo nossas estimativas, estes investimentos representarão um desembolso para nós de aproximadamente R\$194,8 milhões nos próximos 30 meses. Os custos reais destes investimentos podem variar significativamente com base em alterações nos projetos, inflação e outros fatores.

ENDIVIDAMENTO

Na medida necessária, tomamos alguns empréstimos junto ao BNDES e a instituições financeiras privadas.

Em 31 de março de 2007, tínhamos um endividamento total no valor de R\$153,6 milhões, sendo R\$34,3 milhões com vencimento a curto prazo e R\$119,3 milhões com vencimento a longo prazo, o que representa um aumento de R\$0,8 milhão, ou 0,5%, em relação a nosso endividamento em 31 de dezembro de 2006, decorrente principalmente de novas captações ocorridas no período.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

A tabela abaixo detalha os empréstimos, financiamentos e CCIs que temos contratados e suas características nos períodos indicados.

Descrição	Moeda	Vencimento Final	Indexador	Encargos	Em 31 de março de 2007
BNDES	R\$	2010	TJLP	6% ao ano	112.905
Banco Itaú S.A.	US\$/R\$	2007/2009	Dólar/Juros Pré Fixados	6,53% ao ano	8.294
Banco Pine S.A.	US\$	2007	Dólar	8% ao ano	1.451
Banco Bradesco S.A.	R\$	2007	CDI	14,25% ao ano	5.275
Banco Industrial e Comercial S.A.	R\$	2007	CDI	12,68% ao mês	3.620
Banco ABN Real S.A.	R\$	2007	Juros pré fixados	21,70% ao ano	1.255
Banco Pontual S.A.	R\$	2007	Juros pré fixados	1% ao mês	2.955
Banco Tricury	R\$	2007	CDI	10% ao ano	1.120
Outros	R\$	2007	-	39,39% ao ano	1.249
Total de Empréstimos e Financiamentos	-	-	-	-	138.124
CCIs	R\$	2016	IGP-M	11,0% ao ano	15.446
Total	-	-	-	-	153.570

A tabela abaixo apresenta o cronograma para pagamento da nossa dívida no valor total de R\$153,6 milhões, conforme apurado em 31 de março de 2007:

Ano	Valor Total (em milhares de R\$)	
	Empréstimos	CCIs
2007	32.477	1.872
2008	9.381	1.086
2009	76.206	1.205
2010	20.060	1.336
Após 2010	-	9.947
Endividamento Total	138.124	15.446

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Nossa administração, por meio da análise do nosso índice de cobertura de dívida e da nossa geração operacional de caixa, entende que esse perfil de endividamento não representa uma pressão significativa sobre nosso fluxo de caixa, possibilitando o atendimento de nossos compromissos financeiros.

Capacidade de Pagamento

Acreditamos que temos liquidez de recursos de capital suficientes para cobrir os investimentos, despesas dívidas e outros valores a serem pagos nos próximos anos, embora não possamos prever que tal situação permanecerá igual. Acreditamos, ainda que as condições de amortização do nosso endividamento são favoráveis, uma vez que parte significativa do financiamento por nós contratado foi concedido pelo BNDES que, em geral, oferece taxas de juros menores em comparação às taxas praticadas no mercado, e que a maior parte de nosso endividamento apresenta vencimento de longo prazo. Adicionalmente, acreditamos que o nosso histórico de forte crescimento de receita e geração de caixa é suficiente para assegurar os recursos necessários para cumprir com os compromissos relacionados ao nosso endividamento, nos prazos e condições contratadas. No exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 apresentamos EBITDA Ajustado de R\$24,6 milhões ao passo que nossas despesas financeiras líquidas totais foram de R\$19,0 milhões. Caso entendamos necessário contrair empréstimos para financiar nossos investimentos acreditamos ter capacidade para contratá-los.

Além disso, temos cumprido todos os compromissos financeiros previstos em nossos contratos financeiros.

OPERAÇÕES NÃO REGISTRADAS NAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Atualmente, não temos nenhum ajuste ou operação relevante que não estejam refletidos no balanço patrimonial, nem possuímos Controladas, nas quais detemos participação majoritária, que não estejam incluídas nas nossas demonstrações financeiras consolidadas.

OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS RELEVANTES

Nossas obrigações contratuais relevantes não passíveis de cancelamento, em 31 de março de 2007, são:

	Total	Menos de 1 Ano	1-3 Anos	3-5 Anos	Mais de 5 Anos
	(em milhares de reais)				
Contratos de Prestação de Serviço de Empreitada Global	22.600	22.600	-	-	-
Compra de Terreno	13.285	5.651	7.634	-	-
Parcelamento de Impostos	3.983	388	869	1.168	1.558
Empréstimos e Financiamentos	138.124	32.477	105.647	-	-
CCIs	15.446	1.872	3.627	3.132	6.815
Total	193.438	62.988	117.777	4.300	8.373

Os valores de contratos de prestação de serviço de empreitada global referem-se, principalmente, a contratos com fornecimento de mão de obra e equipamentos, relacionados à construção do Santana Parque Shopping.

Os valores de compra de terreno são relativos aos pagamentos a serem efetuados à (i) Olivetti do Brasil S.A., no valor de R\$7,6 milhões, referente ao imóvel onde se situa o Internacional Shopping Guarulhos; (ii) Parinvest Participações e Empreendimentos S.A., no valor de R\$2,0 milhões, referente ao imóvel para implantação do Santana Parque Shopping; (iii) Redevo do Brasil Ltda., no valor de R\$1,4 milhões, referente

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

ao imóvel detido pela C&A no Internacional Shopping Guarulhos; e (iv) Núcleos Instituto de Seguridade Social, no valor de R\$2,2 milhões, referente ao imóvel para implantação do Santana Parque Shopping.

Os valores de parcelamento de impostos referem-se, principalmente, ao parcelamento de (i) PIS e COFINS pela ABK e Levian, no valor total de R\$2,6 milhões; (ii) IPTU pela empresa combinada Send, no valor de R\$0,04 milhão; (iii) INSS relativo ao Poli Empreendimentos, no valor de R\$1,2 milhão; e (iv) ISS relativo à I Park, no valor de R\$0,1 milhão.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Para informações sobre nossos contratos relevantes, ver Seção "Nossos Negócios—Contratos Relevantes".

Em 31 de março de 2007, não tínhamos outras obrigações contratuais não passíveis de cancelamento.

AValiação QUANTITATIVA E QUALITATIVA DOS RISCOS DO MERCADO

Estamos expostos a riscos de mercado advindos do curso normal de nossas atividades. Estes riscos de mercado envolvem principalmente a possibilidade de que mudanças nas taxas de juros possam afetar adversamente a nossa condição financeira. Veja os itens "Riscos Relacionados à Companhia e ao Setor de Shopping Centers" e "Riscos Relacionados a Fatores Macroeconômicos" da seção "Fatores de Risco" deste Prospecto para mais informações.

Risco de Taxas de Juros e Indexador

Nossos resultados estão indiretamente sujeitos às mudanças nos índices de indexação devido ao seu impacto sobre as despesas financeiras decorrentes de dívidas com taxas de juros pré-fixadas, mas com indexação variável e com receitas de aplicações financeiras geradas a partir dos saldos de caixa, remuneradas por taxas de juros variáveis.

Em 31 de dezembro de 2006, apresentamos um endividamento com taxas de juros pré-fixadas, mas com indexador variável, na ordem de R\$142,9 milhões. Nosso endividamento em tal data era contratado com taxas de juros pré-fixadas, sendo 78,9% do total com remuneração pela TJLP. Caso as taxas de juros forem em média 10,0% maiores em 2007 em relação a 2006, nossa despesa financeira aumentaria em aproximadamente R\$2,8 milhões. Por outro lado, se as taxas de juros forem em média 10,0% menores em 2007 em relação a 2006, nossa despesa financeira diminuiria em aproximadamente R\$2,8 milhões. Esses resultados são determinados considerando-se o impacto das taxas de juros hipotéticas no nosso endividamento com taxas de juros aplicáveis à nossa dívida e saldos de investimentos em 31 de dezembro de 2006.

Em 31 de março de 2007, apresentamos um endividamento com taxas de juros pré-fixadas, mas com indexador variável, na ordem de R\$145,9 milhões. Nosso endividamento em tal data era contratado com taxas de juros pré-fixadas, sendo 77,4% do total com remuneração pela TJLP. Caso as taxas de juros forem em média 10,0% maiores em 2007 em relação a 2006, nossa despesa financeira aumentaria em aproximadamente R\$0,3 milhão. Por outro lado, se as taxas de juros forem em média 10,0% menores em 2007 em relação a 2006, nossa despesa financeira diminuiria em aproximadamente R\$0,3 milhão. Esses resultados são determinados considerando-se o impacto das taxas de juros hipotéticas no nosso endividamento com taxas de juros aplicáveis à nossa dívida e saldos de investimentos em 31 de março de 2007.

Risco Cambial

Apenas uma pequena parcela no valor de R\$7,7 milhões ou 5,0% das nossas dívidas em 31 de março de 2007 e nenhum dos nossos custos relevantes são denominados em dólares. Como o nosso risco cambial é reduzido, não celebramos contratos de derivativos para administrar tal risco. Em 31 de março de 2007, como medida do nosso risco de mercado com relação à exposição à moeda estrangeira, um aumento nas despesas financeiras de uma hipotética desvalorização de R\$0,10 do Real em relação ao dólar, pode ser quantificado em aproximadamente R\$0,4 milhão até o final de 2007.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

EVENTOS SUBSEQÜENTES

Shopping Light

Em junho de 2007, adquirimos o direito de uso do Shopping Light, bem como adquirimos o imóvel do Shopping Light, instalado em edifício histórico (antiga sede da Cia. Light&Power de Eletricidade) no centro da cidade de São Paulo, sobre a estação Anhangabaú do Metrô. Segundo dados compilados pela IPDM, há 63 mil entradas diárias em referida estação. O público do Shopping Light é composto por pessoas que freqüentam a região central da cidade. Segundo estimativas do IPDM, aproximadamente 496 mil pessoas por mês passam em torno do Shopping Light. O total do investimento previsto para esse projeto é de R\$26,7 milhões, sendo R\$20,1 milhões relativos à compra do imóvel, R\$5,6 milhões relativos à compra do direito de uso do Shopping Light e R\$1,0 milhão referente ao investimento para revitalização do mesmo.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.02 - INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS

Santana Parque Shopping

Em maio de 2007 também adquirimos um terreno de 4.010 m² junto ao Santana Parque Shopping, pelo valor de R\$3,2 milhões, para possível futura expansão deste Shopping no futuro. Esse espaço será utilizado, a princípio, como estacionamento para nossos clientes.

Shopping Sulacap

Em junho de 2007, celebramos uma promessa de compra de 90% de um terreno de 60.000 m², localizado no Jardim Sulacap, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, estado do Rio de Janeiro, pelo valor de R\$10,0 milhões, para a construção de um *Shopping Center* com capacidade para até 32.000 m² de ABL, com previsão de inauguração em janeiro de 2009. O valor previsto de investimento totais é de R\$77,4 milhões, durante 18 meses.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

DEFINIÇÕES

ABC	Área bruta construída.
ABK	ABK do Brasil Empreendimentos e Participações Ltda.
ABL	Área bruta locável, que corresponde à soma de todas as áreas disponíveis para a locação nos <i>Shopping Centers</i> , exceto quiosques e as áreas comerciais de propriedade de terceiros.
ABRASCE	Associação Brasileira de <i>Shopping Centers</i> .
Acapurana	Acapurana Participações Ltda.
Acionistas Controladores	Golf Participações Ltda., Alessandro Poli Veronezi, Victor Poli Veronezi e Ana Beatriz Poli Veronezi
Ações	Ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de emissão da Companhia, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames.
Ações Adicionais	Até 3.900.000 correspondentes a até 20% da quantidade de Ações inicialmente ofertadas que, conforme dispõe o artigo 14, parágrafo 2º da Instrução CVM 400, poderão ser acrescidas à Oferta.
Ações Suplementares	Até 2.925.000 Ações, correspondentes a até 15% do total das Ações inicialmente ofertadas no âmbito da Oferta, as quais serão destinadas a atender a um eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Oferta.
Agentes de Colocação Internacional	J.P. Morgan Securities Inc. e Merrill Lynch, Pierce, Fenner & Smith Incorporated.
Aliansce	Aliansce Shopping Centers S.A.
Alshop	Associação dos Lojistas de Shopping Centers.
Análise Vertical ou AV	Quando relativa à conta de resultado, consiste em percentual sobre o total da Receita Líquida de Aluguéis e Serviços; quando relativa à conta do ativo no balanço patrimonial, consiste em percentual sobre o total do ativo; e quando relativa à conta do passivo, consiste em percentual sobre o total do passivo.
ANBID	Associação Nacional dos Bancos de Investimento.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Ancar	Ancar Gestão Integrada de Shopping Centers e Ancar Empreendimentos Comerciais
Anúncio de Encerramento	Anúncio informando acerca do resultado final da Oferta, a ser publicado pelos Coordenadores da Oferta e pela Companhia nos termos da Instrução CVM 400.
Anúncio de Início	Anúncio informando acerca do início do período de distribuição das Ações, a ser publicado pelos Coordenadores da Oferta e pela Companhia, nos termos da Instrução CVM 400.
Área Primária	Área de influência de um <i>Shopping Center</i> 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.
ASG Adm.	Internacional Guarulhos Auto Shopping Center Ltda.
Associação de Lojistas	Associações, pessoas jurídicas de direito privado, constituídas pelos lojistas e empreendedores de <i>Shopping Centers</i> que objetivam a satisfação do interesse comum dos lojistas.
Atlas	Atlas Participações Ltda.
Auto Shopping	Auto Shopping, localizado na cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo.
Aviso ao Mercado	Comunicado informando acerca de determinados termos e condições da Oferta, incluindo os relacionados ao recebimento de Pedidos de Reserva durante o Período de Reserva, em conformidade com o artigo 53 da Instrução CVM 400.
BACEN	Banco Central do Brasil.
Ágora	Ágora Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
Banco Fator	Banco Fator S.A.
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.
BOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo.
Brascan	Brascan Combrascan Shopping Center S.A.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

BR GAAP	Práticas contábeis adotadas no Brasil, as quais são baseadas na Lei das Sociedades por Ações, nas normas contábeis emitidas pelo IBRACON e nas resoluções da CVM e do CFC.
BR Malls	BR Malls Participações S.A.
CBLC	Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia.
CDI	Certificado de Depósito Interbancário.
Centro de Convenções Internacional	Projeto relativo ao complexo localizado na cidade de Guarulhos, no Estado de São Paulo, que compreenderá o Internacional Shopping Guarulhos e o Auto Shopping, com inauguração prevista para o primeiro trimestre de 2009.
CFC	Conselho Federal de Contabilidade.
Classe A, B, C, D e E	Classes econômicas segundo Critério de Classificação Econômica Brasil estabelecido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, que é adotado por empresas anunciantes, agências de publicidade, institutos de pesquisa e por todos profissionais de <i>marketing</i> e pesquisa de mercado que necessitam estabelecer critérios de segmentação em função do poder aquisitivo dos consumidores.
CMN	Conselho Monetário Nacional.
Código Civil	Código Civil Brasileiro, introduzido pela Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, e alterações posteriores.
Companhia, Emissora ou General Shopping	General Shopping Brasil S.A.
Contrato de Colocação	Instrumento Particular de Contrato de Distribuição de Ações Ordinárias de Emissão da General Shopping Brasil S.A., a ser celebrado entre a Companhia, os Coordenadores da Oferta e a CBLC, na qualidade de interveniente anuente, após a definição do Preço por Ação.
Contrato de Estabilização	Contrato de Prestação de Serviços de Estabilização de Preço de Ações Ordinárias de Emissão de General Shopping Brasil S.A., a ser celebrado entre a Companhia, o Coordenador Líder e a JPMorgan Corretora de Câmbio e Valores Mobiliários S.A.
Contrato de Participação no Novo Mercado	Contrato celebrado entre a Companhia, os Acionistas Controladores, os administradores da Companhia e a BOVESPA em 2 de julho de 2007, por meio do qual a Companhia concordou em cumprir com requisitos

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

	diferenciados de governança corporativa e divulgação de informações ao mercado estabelecidos pela BOVESPA, a fim de se qualificar para listagem no Novo Mercado, o qual entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início da Oferta.
Coordenador Líder	Banco J.P. Morgan S.A.
Coordenadores da Oferta	Coordenador Líder e Merrill Lynch.
Coordenadores Contratados	Ágora e Banco Fator.
Corretoras Consorciadas	Sociedades corretoras membros da BOVESPA que farão parte exclusivamente do esforço de colocação de Ações junto aos Investidores Não-Institucionais.
CPMF	Contribuição Provisória sobre Movimentação ou Transmissão de Valores e de Créditos e Direitos de Natureza Financeira.
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.
CVM	Comissão de Valores Mobiliários.
Data de Liquidação	Data da liquidação física e financeira das Ações (excluídas as Ações Suplementares), correspondente ao último dia do Período de Colocação.
Data de Liquidação das Ações Suplementares	Data da liquidação física e financeira das Ações Suplementares, previsto para o terceiro dia útil após a respectiva data de exercício da Opção de Ações Suplementares.
Delta	Delta Shopping Empreendimentos Imobiliários Ltda.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

EBITDA	O EBITDA é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização. O EBITDA não é uma medida de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, tampouco deve ser considerado isoladamente, ou como uma alternativa ao lucro líquido, como medida de desempenho operacional, ou alternativa aos fluxos de caixa operacionais, ou como medida de liquidez. Outras empresas podem calcular o EBITDA numa maneira diferente de nós. Em razão de não serem consideradas para o seu cálculo as despesas e receitas com juros (financeiras), o imposto de renda, a contribuição social, a depreciação e a amortização, o EBITDA funciona como um indicador de nosso desempenho econômico geral, que não é afetado por flutuações das taxas de juros, alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social ou dos níveis de depreciação e amortização. Conseqüentemente, acreditamos que o EBITDA funciona como uma ferramenta significativa para comparar, periodicamente, nosso desempenho operacional, bem como para embasar determinadas decisões de natureza administrativa.
EBITDA Ajustado	O EBITDA Ajustado é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização, do resultado não operacional e das despesas identificadas pela administração relacionadas com a reestruturação societária para fins desta oferta pública de ações. O EBITDA Ajustado não é uma medida de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, tampouco deve ser considerado isoladamente, ou como uma alternativa ao lucro líquido, como medida de desempenho operacional, ou alternativa aos fluxos de caixa operacionais, ou como medida de liquidez. Outras empresas podem calcular o EBITDA Ajustado numa maneira diferente de nós. Em razão de não serem consideradas para o seu cálculo as despesas e receitas com juros (financeiras), o imposto de renda, a contribuição social, a depreciação e a amortização, o EBITDA Ajustado funciona como um indicador de nosso desempenho econômico geral, que não é afetado por flutuações das taxas de juros, alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social ou dos níveis de depreciação e amortização. Conseqüentemente, acreditamos que o EBITDA Ajustado funciona como uma ferramenta significativa para comparar, periodicamente, nosso desempenho operacional, bem como para embasar determinadas decisões de natureza administrativa
Energy	Energy Comércio e Serviços de Energia Ltda.
Eral	Eral Empresa Recuperadora de Ativos Ltda.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Estatuto Social	Estatuto Social da Companhia.
EUA ou Estados Unidos	Estados Unidos da América.
FGV	Fundação Getulio Vargas.
Fundo de Promoção	Fundo instituído nos <i>Shopping Centers</i> com o objetivo de custear as despesas de promoção e publicidade dos <i>Shopping Centers</i> .
Golf Participações	Golf Participações Ltda.
Governo Federal	Governo da República Federativa do Brasil.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis.
IBGC	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
IBRACON	Instituto dos Auditores Independentes do Brasil.
IFRS	Normas contábeis internacionais (<i>International Financial Reporting Standards</i>).
Iguatemi	Iguatemi Empresa de Shopping Centers S.A.
IGPM	Índice Geral de Preços ao Mercado, índice de inflação calculado e divulgado pela FGV.
Início de Negociação	Data de início de negociação das Ações, ou seja, o dia útil seguinte à publicação do Anúncio de Início.
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial.
Internacional Shopping Guarulhos	Internacional Shopping Guarulhos, localizado na cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo.
Instituições Participantes da Oferta	Os Coordenadores da Oferta, os Coordenadores Contratados e as Corretoras Consorciadas, em conjunto.
Instrução CVM 325	Instrução da CVM nº 325, de 27 de dezembro de 2000, e alterações posteriores.
Instrução CVM 358	Instrução da CVM nº 358, de 3 de janeiro de 2002, e alterações posteriores.
Instrução CVM 400	Instrução da CVM nº 400, de 29 de dezembro de 2003, e alterações posteriores.
Investidores Institucionais	Investidores pessoas físicas e jurídicas e clubes de investimento registrados na BOVESPA, com relação às suas ordens específicas de investimento que excedam o valor de R\$300 mil, fundos de investimento, carteiras administradas, fundos de pensão, entidades administradoras de recursos de terceiros registradas na CVM, entidades autorizadas a funcionar pelo BACEN, condomínios destinados à aplicação em carteira de títulos e valores mobiliários registrados na CVM e/ou na BOVESPA, seguradoras, entidades de previdência complementar e de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

	capitalização entidades abertas e fechadas de previdência privada e os Investidores Institucionais Estrangeiros que invistam no Brasil segundo as normas da Resolução CMN nº 2.689.
Investidores Institucionais Estrangeiros	Investidores institucionais qualificados, residentes e domiciliados nos Estados Unidos, conforme definidos na Regra 144A do <i>Securities Act</i> , nos termos de isenções de registro previstas no <i>Securities Act</i> , e, nos demais países, exceto no Brasil e nos Estados Unidos, em conformidade com os procedimentos previstos no Regulamento S do <i>Securities Act</i> , e de acordo com a legislação aplicável no país de domicílio de cada investidor.
Investidores Não-Institucionais	Pessoas físicas e jurídicas, e clubes de investimento registrados na BOVESPA residentes e domiciliadas no Brasil, que não sejam considerados Investidores Institucionais, e clubes de investimento registrados na BOVESPA que decidiram participar da Oferta de Varejo por meio da realização de Pedido de Reserva.
I Park	I Park Estacionamentos Ltda.
IPDM	Instituto de Pesquisa e de Desenvolvimento de Mercado.
IRPJ	Imposto de Renda Pessoa Jurídica.
IRRF	Imposto de Renda Retido na Fonte.
ISG Adm.	Internacional Guarulhos Shopping Center Ltda.
Key West	Key West Sociedad Anonima
Lei de Condomínio e Incorporações	Lei n.º 4.591, de 16 de dezembro de 1964, e alterações posteriores.
Lei de Locação	Lei n.º 8.245, de 18 de outubro de 1991, e alterações posteriores.
Lei do Mercado de Valores Mobiliários	Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e alterações posteriores.
Lei das Sociedades por Ações	Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e alterações posteriores.
Levian	Levian Participações e Empreendimentos Ltda.
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 <i>Shopping Center</i> .

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Lojas Satélites	Lojas de varejo especializadas, de menor porte, destinadas ao comércio em geral.
Lucro Presumido	Regime de apuração do IRPJ através do qual a base de cálculo do imposto é determinada mediante a aplicação de percentual de presunção de lucratividade sobre a totalidade das receitas operacionais auferidas no período considerado, acrescidas das demais receitas não-operacionais.
Lucro Real	Regime de apuração do IRPJ através do qual a base de cálculo do imposto é determinada a partir do lucro contábil do período considerado, ajustado pelas adições (despesas indedutíveis), exclusões (receitas não tributáveis) ou compensações de prejuízos fiscais acumulados, conforme expressamente previsto em lei.
Lucro Tributável	Para as sociedades que optaram pelo regime do Lucro Presumido, representa a soma de 32% da receita bruta proveniente de aluguéis e prestação de serviços e 100% das receitas financeiras.
Lumen	Lumen Shopping Administradora e Incorporadora Ltda.
Lux	Lux Shopping Administradora e Incorporadora Ltda.
Malls	Áreas comuns dos <i>Shopping Centers</i> (corredores) locadas para a colocação de <i>stands</i> , quiosques e similares.
Merchandising	Aluguel de espaço para propaganda e promoções de produtos e serviços.
Merrill Lynch	Banco Merrill Lynch de Investimentos S.A.
Mix de Lojas	Plano de distribuição dos tipos e tamanhos de lojas pelo <i>Shopping Center</i> , de modo a gerar conveniência lucrativa para os lojistas e para os empreendedores dos <i>Shopping Centers</i> . Tradicionalmente, os <i>Shopping Centers</i> dividem suas categorias de lojas, que compõem o <i>Mix</i> de Lojas, em alimentação, artigos domésticos, vestuário, lazer, conveniência, serviços e miscelânea.
Multiplan	Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A.
Multiplex	Complexo de diversas salas de exibição de cinema, geralmente construídas no formato <i>stadium</i> , em que os assentos são dispostos em inclinações de aproximadamente 30 graus, permitindo ao público livre visualização das telas, independentemente da localização do assento.
Nova União	Nova União Administradora e Incorporadora S.A.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Novo Mercado	Segmento especial de negociação de valores mobiliários da BOVESPA, com regras diferenciadas de governança corporativa, do qual a Companhia fará parte mediante publicação do Anúncio de Início da presente Oferta.
Oferta Institucional	Oferta realizada aos Investidores Institucionais.
Oferta ou Oferta Primária	Oferta pública de 19.500.000 de Ações a serem emitidas pela Companhia.
Oferta de Varejo	Oferta realizada aos Investidores Não-Institucionais.
OPA	Oferta pública de aquisição de ações.
Opção de Ações Suplementares	Opção a ser concedida pela Companhia ao Coordenador Líder para a distribuição de um lote suplementar de até 2.925.000 Ações, equivalentes a até 15% das Ações inicialmente ofertadas no âmbito da Oferta, as quais serão destinadas exclusivamente a atender a um eventual excesso de demanda que vier a ser constatado no decorrer da Oferta e deverá ser exercida pelo Coordenador Líder, após consulta ao Merrill Lynch, no prazo de até 30 dias contados a partir da data de início de negociação das ações ordinárias de emissão da Companhia, inclusive (" <u>Início da Negociação</u> "), ou seja, o dia útil seguinte à publicação do Anúncio de Início.
País ou Brasil	República Federativa do Brasil.
Park Administradora	Park Shopping Administradora e Incorporadora Ltda.
Pedido de Reserva	Formulário específico para a realização de reservas de Ações pelos Investidores Não-Institucionais.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Período de Reserva	O período de 19 de julho de 2007 a 25 de julho de 2007, inclusive, no qual os Investidores Não-Institucionais efetuaram seus Pedidos de Reserva. Os Investidores Não-Institucionais que sejam ou não Pessoas Vinculadas não participarão do Procedimento de <i>Bookbuilding</i>, nem, portanto, do processo de fixação do Preço por Ação. Os Investidores Não-Institucionais terão seus pedidos de reserva cancelados na eventualidade de haver excesso de demanda superior a um terço da quantidade de Ações inicialmente ofertada.
PIB	Produto Interno Bruto.
Plano Real	Plano econômico do Governo Federal que introduziu o "Real" como a moeda de curso legal obrigatório no Brasil, em julho de 1994.
Poli Empreendimentos	Poli Shopping Center Empreendimentos Ltda.
Poli Shopping	Poli Shopping, localizado na cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo.
Power Center	Reunião de diversas operações, tais como <i>Shopping</i> temático, centro de convenções, escritórios e grandes operadores de varejo, em torno de um <i>Shopping Center</i> .
Práticas Contábeis Adotadas no Brasil	Práticas contábeis adotadas no Brasil, as quais são baseadas na Lei das Sociedades por Ações, nas normas contábeis emitidas pelo IBRACON e nas resoluções da CVM e do CFC.
Preço por Ação	No contexto da Oferta, estima-se que o Preço por Ação estará situado entre R\$14,00 e R\$18,00, podendo, no entanto, ser eventualmente fixado fora desta faixa. O Preço por Ação será fixado com base no resultado do Procedimento de <i>Bookbuilding</i> a ser conduzido pelos Coordenadores da Oferta, em conformidade com o artigo 44 da Instrução CVM 400, e de acordo com o artigo 170, inciso III do parágrafo 1º da Lei das Sociedades por Ações. Os Investidores Não-Institucionais que aderirem à Oferta de Varejo não participarão do Procedimento de <i>Bookbuilding</i> e, portanto, do processo de fixação do Preço por Ação.
Procedimento de <i>Bookbuilding</i>	Procedimento de coleta de intenções de investimento conduzido no Brasil pelos Coordenadores da Oferta, junto a Investidores Institucionais, em consonância com o disposto no artigo 44 da Instrução CVM 400. Na Oferta Institucional, será aceita a participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

	<i>Bookbuilding</i> , mediante a coleta de intenções de investimento, exceto pelas instituições intermediárias que venham adquirir participação no contexto do exercício da garantia firme de liquidação, até o limite máximo de 5% do valor da Oferta. Caso seja verificado excesso de demanda superior a um terço das Ações inicialmente ofertadas, não será permitida a colocação de Ações a Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas.
Prospecto ou Prospecto Preliminar	Este Prospecto Preliminar de Distribuição Pública Primária de Ações de Emissão da Companhia datado de 12 de julho de 2007.
Prospecto Definitivo	O Prospecto Definitivo de Distribuição Pública Primária de Ações de Emissão da Companhia.
Regra 144A	<i>Rule 144A</i> do <i>Securities Act</i> .
Regulamento do Novo Mercado	Regulamento que disciplina os requisitos para negociação de valores mobiliários de companhias abertas no Novo Mercado, com regras diferenciadas de governança corporativa, do qual a Companhia fará parte mediante publicação do Anúncio de Início da presente Oferta.
Regulamento S	<i>Regulation S</i> do <i>Securities Act</i> .
Resolução CMN nº 2.689	Resolução do CMN nº 2.689, de 26 de janeiro de 2000, e alterações posteriores.
Santana Parque Shopping	Santana Parque Shopping, localizado na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo.
SEC	<i>Securities and Exchange Commission</i> dos Estados Unidos.
Securis	Securis Administradora e Incorporadora Ltda.
<i>Securities Act</i>	<i>Securities Act of 1933</i> dos Estados Unidos e alterações posteriores.
Send	Send Empreendimentos e Participações Ltda.
<i>Shopping Center</i> ou <i>Shopping</i>	Empreendimentos comerciais que reúnem em um só um conjunto arquitetônico lojas comerciais, serviços de utilidade pública, casas de espetáculo, cinemas, estacionamento, dentre outros estabelecimentos comerciais.
Sociedades Combinadas	ABK, Levian, Atlas, Nova União, Wass, Energy, I Park, Park Shopping Administradora, Send, Poli Shopping Ltda., Sulishopping, ISG Adm. e ASG Adm.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Sulishopping	Sulishopping Empreendimentos Ltda.
Shopping Light	Shopping Light, localizado na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo.
Sonae	Sonae Sierra Brasil Ltda.
TR	Taxa Referencial.
U.S. GAAP	Princípios contábeis geralmente aceitos nos Estados Unidos.
Valor Análise Setorial	Estudo preparado pelo jornal "Valor Econômico" publicado em maio de 2006, contendo uma análise da indústria de <i>Shopping Centers</i> no Brasil.
Wass	Wass Comércio e Serviços de Águas Ltda.

CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTIMATIVAS E DECLARAÇÕES FUTURAS

As declarações relativas aos nossos planos, previsões, expectativas sobre eventos futuros, estratégias, projeções, tendências financeiras que afetam as nossas atividades, bem como declarações relativas a outras informações, principalmente descritas nas seções "Sumário da Companhia", "Fatores de Risco", "Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais" e "Nossos Negócios", constituem estimativas e declarações futuras que envolvem riscos e incertezas e, portanto, não constituem garantias de resultados futuros.

Muitos fatores importantes, além daqueles discutidos em outras seções, podem vir a fazer com que os nossos resultados efetivos sejam substancialmente diferentes dos resultados previstos em nossas estimativas, inclusive, entre outros, os seguintes:

- conjuntura econômica, política e de negócios do Brasil e, em especial, dos mercados geográficos em que atuamos;
- inflação, desvalorização do real e flutuações das taxas de juros;
- flutuação da atividade econômica dos setores de *Shopping Centers* e varejista no Brasil, da demanda e das preferências de clientes e da situação financeira de nossos clientes;
- concorrência no setor de *Shopping Centers* no Brasil como um todo e particularmente em nossas áreas de atuação;
- nossa capacidade de implementar nosso plano de negócios, inclusive nossa capacidade para contratar financiamentos quando necessário e em termos razoáveis;
- alterações no desempenho do mercado de varejo no Brasil;
- leis e regulamentos existentes e futuros, aplicáveis às nossas atividades;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- aumento dos nossos custos;
- nosso nível de endividamento e demais obrigações financeiras;
- interesses dos nossos Acionistas Controladores;
- nossa capacidade de integrar nossas aquisições;
- eventos de força maior; e
- os fatores de risco discutidos na seção "Fatores de Risco".

Os termos "acredita", "antecipa", "espera", "estima", "irá", "planeja", "pode", "poderá", "pretende", "prevê", "projeta", entre outras palavras com significado semelhante, têm por objetivo identificar estimativas e projeções. Estimativas e projeções futuras envolvem incertezas, riscos e premissas, pois incluem informações relativas aos nossos resultados operacionais futuros possíveis ou presumidos, estratégia de negócios, planos de financiamento, posição competitiva no mercado, ambiente setorial, oportunidades de crescimento potenciais, efeitos de regulamentação futura e efeitos da competição. As estimativas e projeções referem-se apenas à data em que foram feitas e nós não nos comprometemos a atualizar publicamente ou a revisar quaisquer dessas estimativas e declarações futuras após a distribuição deste Prospecto Preliminar, tendo em vista novas informações, eventos futuros ou outros fatores. Devido aos riscos e incertezas descritos acima, os eventos estimados e futuros discutidos podem não ocorrer e não são garantia de acontecimento futuro.

APRESENTAÇÃO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

As nossas demonstrações financeiras foram elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, com o objetivo de permitir a apresentação de informações financeiras comparáveis para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006, de 2005 e de 2004 e para os trimestres encerrados em 31 de março de 2007 e 2006.

A Companhia foi constituída em 6 de março de 2007, sendo que em 31 de março de 2007, o nosso grupo de sociedades sofreu reestruturação societária, por meio da qual a participação detida no capital das sociedades com atividades de *Shopping Centers*, bem como a participação detida no capital social das sociedades prestadoras de serviços aos *Shopping Centers*, foram agrupadas, respectivamente, em duas empresas distintas, quais sejam: (i) a Levian; e (ii) a Atlas. As seguintes sociedades foram objeto da reestruturação societária: Levian, Atlas, ABK, Nova União, Wass, Energy, I Park, Park Administradora, Send, Poli Empreendimentos, Sulishopping, ISG Adm. e ASG Adm. ("Sociedades Combinadas"). Devido ao fato das Sociedades Combinadas estarem sob controle e administração comuns para todos os períodos apresentados antes da reestruturação societária, as informações financeiras apresentadas para esses períodos representam as operações combinadas dessas sociedades. A partir da reestruturação societária, as Sociedades Combinadas passaram a ser controladas direta ou indiretamente pela Companhia.

Nossas informações financeiras combinadas referentes aos balanços patrimoniais e demonstrações de resultados relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006, de 2005 e de 2004, foram extraídas das nossas demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Adotadas no Brasil, as quais foram auditadas pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes de acordo com as normas brasileiras de auditoria, cujo parecer datado de 21 de maio de 2007, contém os seguintes parágrafos de ênfase:

- Objetivos das demonstrações financeiras combinadas;
- Conforme mencionado na nota explicativa nº 2, as demonstrações financeiras relativas aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e de 2004 estão sendo reapresentadas para adequá-las às normas da CVM, e contém ajustes contabilizados retrospectivamente. Os ajustes aumentaram em R\$5.473 e R\$4.869, o prejuízo líquido dos exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e 2004, respectivamente, e aumentaram em R\$27.672 e R\$22.199, o passivo a descoberto para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e 2004, respectivamente.
- Os exames dos auditores foram conduzidos com o objetivo de emitir parecer de auditoria sobre as demonstrações financeiras combinadas básicas, tomadas em conjunto. As demonstrações combinadas dos fluxos de caixa, que estão sendo apresentadas para propiciar informações suplementares sobre as Sociedades Combinadas, não são requeridas pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil.
- Existência de transações relevantes com partes relacionadas e parte dos saldos a receber e a pagar em 31 de dezembro de 2006, de 2005 e 2004, não sujeitas a encargos financeiros. Essas operações poderiam gerar resultado diferente caso tivessem sido praticadas com sociedades não relacionadas.
- A Companhia está adotando medidas para concluir o processo de registro dos imóveis onde está localizado o Poli Shopping junto ao cartório de registro de imóveis.

Nossas informações financeiras referentes ao balanço patrimonial consolidado levantado em 31 de março de 2007, foram extraídas das nossas demonstrações financeiras elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil. As informações financeiras referentes à demonstração de resultado combinada relativa ao trimestre encerrado em 31 de março 2007, foram extraídas das demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, as quais foram auditadas pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes de acordo com as normas brasileiras de auditoria, cujo parecer, datado de 21 de maio e 09 de julho de 2007, contém, além dos parágrafos de ênfase mencionados acima, o seguinte:

- Em 30 de março de 2007, nossas sociedades alteraram prática contábil para a avaliação de determinados bens de seu imobilizado (terrenos, edificações e instalações relacionados com as operações dos *Shopping Centers*), que passaram a ser registrados com base em valores de reavaliação, em substituição ao custo de aquisição.
- A Companhia está adotando medidas para concluir o processo de registro de propriedade dos imóveis onde está localizado o Poli Shopping junto ao cartório de imóveis.

Nossas informações financeiras combinadas referentes às demonstrações de resultado, das mutações do patrimônio líquido (passivo a descoberto) e das origens e aplicações de recursos relativas ao período de três meses encerrado em 31 de março 2006, incluídas neste Prospecto, foram extraídas das demonstrações financeiras combinadas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e foram objeto

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

de revisão limitada pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes, de acordo com as normas específicas estabelecidas pelo IBRACON e CFC. Essas demonstrações financeiras estão sendo apresentadas em conjunto com as demonstrações financeiras de 31 de março de 2007. Assim, os parágrafos de ênfase relativos a 31 de março de 2007 são aplicáveis também a 31 de março de 2006, exceto quanto à alteração da prática contábil para a avaliação de determinados bens do ativo imobilizado, ocorrida em 2007.

ASPECTOS GERAIS DAS NOSSAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

As informações financeiras disponibilizadas, quando referidas à Companhia, consideram informações combinadas e consolidadas da Companhia e das Sociedades Combinadas.

As demonstrações financeiras combinadas das Sociedades Combinadas foram preparadas para os fins apresentados acima e não têm por objetivo representar qual seriam nossos resultados operacionais nem nossa situação patrimonial caso essas transações tivessem ocorrido nas datas indicadas, nem são necessariamente um indicativo dos nossos resultados futuros ou de nossa posição patrimonial futura. As nossas demonstrações financeiras combinadas não devem ser tomadas como base para fins de cálculo de dividendos, de imposto ou quaisquer outros fins correlatos.

As sociedades nas quais detemos o controle foram consolidadas na sua totalidade, exceto a participação na Poli Empreendimentos, que por ter controle compartilhado, foi consolidado proporcionalmente. Nas demonstrações consolidadas, são eliminadas as contas correntes, receitas e despesas entre as sociedades consolidadas e os resultados não realizados, bem como investimentos.

Alguns números constantes neste Prospecto podem não representar totais exatos em razão de arredondamentos efetuados. Assim, os resultados totais constantes de algumas tabelas presentes neste Prospecto podem não corresponder ao resultado exato da soma dos números que os precedem.

Todas as referências feitas neste Prospecto a "real", "reais" ou "R\$" dizem respeito à moeda oficial do Brasil e todas as referências a "dólar", "dólares" ou "US\$" dizem respeito à moeda dos Estados Unidos.

EBITDA E EBITDA AJUSTADO

O EBITDA é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização. O EBITDA ajustado é igual ao lucro líquido antes do imposto de renda e contribuição social, das despesas financeiras líquidas, das despesas de depreciação e amortização, do resultado não operacional e das despesas identificadas pela administração relacionadas com a reestruturação societária para fins desta oferta pública de ações. O EBITDA e o EBITDA ajustado não são medidas de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, tampouco devem ser considerados isoladamente, ou como alternativas ao lucro líquido, como medidas de desempenho operacional, ou alternativas aos fluxos de caixa operacionais, ou como medidas de liquidez. Outras empresas podem calcular o EBITDA e o EBITDA ajustado numa maneira diferente de nós. Em razão de não serem consideradas para os seus cálculos as despesas e receitas com juros (financeiras), o imposto de renda, a contribuição social, a depreciação e a amortização, o EBITDA e o EBITDA ajustado funcionam como indicadores de nosso desempenho econômico geral, que não são afetados por flutuações das taxas de juros, alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social ou dos níveis de depreciação e amortização. Conseqüentemente, acreditamos que o EBITDA e o EBITDA ajustado funcionam como uma ferramenta significativa para comparar, periodicamente, nosso desempenho operacional, bem como para embasar determinadas decisões de natureza

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

administrativa. Para mais informações sobre reconciliação do EBITDA e EBTIDA ajustado vide seção "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais" na página [●].

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

ESTIMATIVAS DE MERCADO E OUTRAS INFORMAÇÕES

Fazemos declarações neste Prospecto Preliminar sobre estimativas de mercado, nossa situação em relação aos nossos concorrentes e nossa participação no mercado, bem como sobre o tamanho do mercado imobiliário brasileiro. Fazemos tais declarações com base em informações obtidas de fontes que consideramos confiáveis, tais como ABRASCE, IPDM, entre outras. A menos que indicado de outra forma, todas as informações macroeconômicas foram obtidas junto ao BACEN, IBGE e FGV. Embora não tenhamos motivos para achar que tais informações não sejam corretas em seus aspectos materiais, nem nós, nem o Coordenador Líder verificamos tais informações de forma independente.

Outras Informações

Alguns dos percentuais e outros valores incluídos foram arredondados para facilitar a apresentação. Portanto, alguns dos totais constantes das tabelas aqui apresentadas podem não representar uma soma exata dos valores que os precedem.

FATORES DE RISCO

O investimento em ações pode envolver um alto grau de risco. Antes de tomar uma decisão acerca da aquisição das Ações, os potenciais investidores devem considerar cuidadosa e atentamente todas as informações contidas neste Prospecto e, em especial, os riscos mencionados abaixo. Os negócios, a situação financeira e os resultados das nossas operações podem ser adversa e materialmente afetados por quaisquer desses riscos. O preço de mercado das Ações pode cair devido a quaisquer destes riscos, sendo que há possibilidade de perda de parte ou de todo o seu investimento. Para os fins da presente seção, a indicação de que um risco pode ter ou terá um "efeito adverso para nós" significa que o risco pode ter ou terá um efeito adverso nos nossos negócios, condições financeiras, liquidez, resultados das operações e valor das Ações. Outros riscos que não são atualmente do nosso conhecimento, ou do conhecimento dos Coordenadores, ou, ainda, que atualmente são considerados irrelevantes, poderão ter um efeito adverso para nós.

RISCOS RELACIONADOS À COMPANHIA E AO SETOR DE SHOPPING CENTERS

Condições econômicas adversas nos locais onde estão localizados os nossos Shopping Centers podem afetar adversamente nossos níveis de ocupação e locação e, conseqüentemente, nossos resultados operacionais.

Nossos resultados operacionais dependem de nossa capacidade em locar os espaços disponíveis em nossos Shopping Centers, bem como de nossa capacidade de prestar os serviços de gestão do suprimento de energia elétrica e água e a administração do estacionamento de nossos Shopping Centers. Condições adversas nas regiões nas quais operamos podem reduzir os níveis de locação, assim como restringir a possibilidade de aumentarmos o preço de nossas locações. Se os Shopping Centers e os serviços por nós prestados não gerarem a receita suficiente para que possamos cumprir com nossas obrigações, diversos fatores podem ser afetados, dentre eles a distribuição de dividendos. Os fatores a seguir, entre outros, podem afetar adversamente a performance operacional dos nossos Shopping Centers:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- períodos de recessão ou aumento das taxas de juros podem resultar na queda dos preços das locações ou no aumento da inadimplência pelos locatários;
- percepções negativas dos locatários e/ou do público (consumidores) sobre segurança, conveniência e atratividade das áreas nas quais os nossos *Shopping Centers* estão instalados;
- inadimplência e/ou não cumprimento das obrigações contratuais pelos locatários;
- aumento dos custos operacionais, incluindo a necessidade de incremento de capital, entre outros;
- aumento de tributos que incidem sobre nossas atividades;
- morosidade do sistema judicial brasileiro, especialmente com relação a ações de despejo e/ou reintegração de posse; e
- declínio econômico da região de Guarulhos, devido à concentração de nossos *Shopping Centers* nessa região.

Nossos resultados dependem das vendas geradas pelas lojas instaladas nos nossos Shopping Centers.

Historicamente, o setor varejista é suscetível a períodos de desaquecimento econômico geral que levam à queda nos gastos do consumidor. O sucesso das nossas operações depende, entre outros, de vários fatores relacionados aos gastos do consumidor e/ou que afetam a renda do consumidor, inclusive a situação geral dos negócios, taxas de juros, inflação, disponibilidade de crédito ao consumidor, tributação, confiança do consumidor nas condições econômicas futuras, níveis de emprego e salários.

O desempenho dos *Shopping Centers* que administramos está relacionado com a capacidade dos lojistas de gerar vendas. Como parte do aluguel que cobramos dos lojistas é calculado com base nas vendas, as Lojas Âncoras têm sido nossa maior fonte de receita de aluguel. A saída de alguma Loja Âncora de nossos *Shopping Centers*, sem a sua devida reposição, poderá afetar de forma adversa os nossos resultados.

Os nossos resultados e o movimento em *Shopping Centers* podem ser negativamente afetados por fatores externos, tais como declínio econômico da área em que o *Shopping Center* está localizado, a abertura de outros *Shopping Centers* e o fechamento ou queda de atratividade de lojas nos *Shopping Centers* por nós administrados, inclusive Lojas Âncoras.

Uma redução no movimento dos *Shopping Centers* como resultado de quaisquer desses fatores ou de qualquer outro pode resultar em um declínio no número de clientes que visitam as lojas dos nossos *Shopping Centers* e, conseqüentemente, no volume de suas vendas, o que pode afetar adversamente nossos negócios, nossa situação financeira e nosso resultado operacional, tendo em vista que grande parte das nossas receitas provêm de pagamento de aluguel pelos lojistas e *merchandising* em nossos *Shopping Centers*. A queda no movimento dos *Shopping Centers* pode gerar dificuldade aos lojistas e, conseqüentemente, inadimplência e uma redução no preço e volume de *merchandising* nos nossos empreendimentos.

Adicionalmente, o aumento das nossas receitas e o aumento dos nossos lucros operacionais dependem do constante crescimento da demanda por produtos oferecidos pelas lojas dos nossos *Shopping Centers*, tais como eletrônicos e linha branca de eletrodomésticos, ou seja, em especial os produtos que tenham alto valor agregado. Somado a isso, o nosso negócio pode ser afetado pelas condições econômicas e comerciais gerais no Brasil e no mundo. Uma queda da demanda, seja em função de mudanças nas preferências do consumidor, redução do poder aquisitivo ou enfraquecimento das economias globais, pode resultar em uma redução das receitas das lojas e, conseqüentemente, das nossas receitas, afetando adversamente nossos negócios, situação financeira e resultado operacional.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Podemos não obter sucesso na expansão de nossos Shopping Centers, em aquisições de participação e/ou revitalização de Shopping Centers existentes ou no desenvolvimento de novos Shopping Centers que podemos realizar, o que pode afetar adversamente nossos resultados operacionais.

De acordo com a nossa estratégia, futuras expansões de nossos *Shopping Centers*, aquisições de participação e/ou revitalização de *Shopping Centers* existentes ou desenvolvimento de novos *Shopping Centers* podem ocorrer. Não podemos garantir que nossos projetos e estratégias de expansão e investimento serão eficazmente realizados no futuro. Neste sentido, a integração com sucesso de novos negócios dependerá da nossa capacidade de gerir tais negócios satisfatoriamente e eliminar custos redundantes e/ou excessivos. Nós podemos não ser capazes de reduzir custos ou de nos beneficiar de outros ganhos esperados com essas aquisições, o que pode nos afetar adversamente. Ademais, as características, público alvo e *mix* de lojas dos *Shopping Centers* adquiridos podem não ser compatíveis com a estratégia do nosso crescimento, o que pode requerer tempo e recursos financeiros excessivos na adequação ao nosso portfólio, adversamente afetando nossos resultados operacionais.

O setor de Shopping Centers no Brasil é altamente competitivo, o que poderá ocasionar uma redução do volume de nossas operações ou no valor dos aluguéis em nossos Shopping Centers.

O setor de *Shopping Center* no Brasil é altamente competitivo e fragmentado, não existindo grandes barreiras que restrinjam o ingresso de novos concorrentes. Os principais fatores competitivos no ramo de *Shopping Center* incluem visão empreendedora, disponibilidade e localização de terrenos, preços, financiamento, projetos, qualidade e reputação. Uma série de empreendedores dos setores de *Shopping Center* concorrem conosco na aquisição de terrenos, na tomada de recursos financeiros para implementação e na busca de compradores e locatários potenciais.

Outras companhias, inclusive estrangeiras, em alianças com parceiros locais, podem passar a atuar ativamente no segmento de *Shopping Center* no Brasil nos próximos anos, aumentando ainda mais a concorrência nos setores. Na medida em que um ou mais dos nossos concorrentes iniciem uma campanha de *marketing* ou venda bem sucedida e, em decorrência disso, suas vendas aumentem de maneira significativa, as nossas atividades podem ser afetadas adversamente de maneira relevante. Além disso, a construção e operacionalização de novos *Shopping Centers* nas áreas próximas de qualquer um de nossos *Shopping Centers* poderá diminuir o volume de nossas operações e, ainda, gerar uma redução no valor do aluguel nos contratos futuros e atuais com os lojistas. Se não formos capazes de responder a tais pressões de modo imediato e adequado, a nossa situação financeira e os nossos resultados operacionais podem vir a ser prejudicados de maneira relevante. Assim, na hipótese de agravamento desses fatores, uma diminuição do volume de nossas operações poderá vir a ocorrer, influenciando negativamente os nossos resultados.

Os demais investidores dos Shopping Centers podem ter interesses divergentes dos nossos.

Determinados *Shopping Centers* nos quais possuímos participação possuem outros acionistas e poderemos vir a depender de sua anuência para a tomada de decisões significativas que possam afetar as estratégias dos referidos empreendimentos. É possível que os demais investidores destes *Shopping Centers* tenham interesses econômicos diversos dos nossos, o que pode levá-los a votar em projetos de forma contrária aos nossos objetivos, impedindo a implementação das nossas estratégias e nos causando um efeito adverso relevante. Ademais, as disputas com os demais investidores, sejam elas judiciais ou arbitrais, podem aumentar as nossas despesas e diminuir a nossa margem.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Alguns de nossos contratos financeiros e outros instrumentos de dívida possuem obrigações restritivas, sendo que qualquer inadimplemento em decorrência da inobservância dessas obrigações pode impedir a consecução de nossas estratégias.

Somos parte em diversos instrumentos financeiros e outros instrumentos de dívida, alguns dos quais com obrigações restritivas. Inadimplementos a estas obrigações que não sejam sanados ou renunciados pelos respectivos credores poderão acarretar a decisão desses credores em declarar o vencimento antecipado de tais obrigações (aceleração). A declaração de vencimento antecipado de tais obrigações poderá causar uma queda de liquidez de nossos ativos e no nosso fluxo de caixa, podendo causar efeitos adversos na consecução de nossas estratégias.

Decisões judiciais desfavoráveis podem afetar adversamente os nossos resultados operacionais e nossas operações.

Somos réus em diversas ações judiciais nas esferas cível, trabalhista e fiscal. Em 31 de março de 2007, nossas contingências envolviam o montante total de R\$10,6 milhões, sendo que somente as contingências consideradas de perda provável por nossos assessores legais encontram-se provisionadas. Nossos resultados operacionais podem ser adversamente afetados em caso de decisões judiciais a nós desfavoráveis, quanto às perdas possíveis e remotas não provisionadas ou caso a avaliação de nossos assessores jurídicos mude a possibilidade de perda para provável.

Adicionalmente, o nosso Presidente, Alessandro Poli Veronezi, é parte de um procedimento criminal, que aguarda sentença de primeiro grau, referente à possível falsificação de uma certidão de tributos federais em 1999; vide "Administração - Pendências Judiciais envolvendo nossos Administradores". O Sr. Veronezi poderá ter que dedicar parte de seu tempo e atenção à resolução deste procedimento, assim como a existência de um processo poderá afetar negativamente a nossa imagem perante clientes, fornecedores e investidores. Qualquer um desses eventos poderá impactar negativamente as nossas atividades e os nossos resultados.

Os contratos de locação no setor de Shopping Center possuem características peculiares e podem gerar riscos à condução dos nossos negócios e impactar de forma adversa os nossos resultados operacionais.

Os nossos contratos de locação com os lojistas em nossos *Shopping Centers* geram determinados direitos ao locatário, como o direito do locatário a renovação compulsória do contrato de locação, mediante ação renovatória, sendo que para a proposição desta ação é necessário que (a) o contrato seja escrito e com prazo determinado de vigência igual ou superior a cinco anos (ou os contratos de locação anteriores tenham sido de vigência ininterrupta e, em conjunto, resultem em um prazo igual ou superior a cinco anos, (b) o locatário esteja explorando seu comércio, no mesmo ramo, pelo prazo mínimo e ininterrupto de três anos, (c) o aluguel seja proposto de acordo com o valor de mercado, e (d) a ação seja proposta com antecedência de um ano, no máximo, até seis meses, no mínimo, do término do prazo do contrato de locação em vigor.

Neste sentido, uma eventual ação renovatória pode acarretar dois riscos principais para nós: (i) se desejarmos desocupar o espaço ocupado por determinado locatário visando renovar e/ou adaptar o *mix* de lojas do *Shopping Center*, o locatário pode conseguir permanecer no *Shopping Center* por meio da ação renovatória frustrando, assim, nossa estratégia; e (ii) na ação renovatória as partes, tanto o locador como o locatário, podem pedir a revisão do valor do contrato de locação, ficando a critério do juiz a definição do valor final do contrato, estando, dessa forma, sujeitos a interpretação e decisão do judiciário e eventualmente ao recebimento de um valor menor pelo aluguel das lojas.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

O valor do aluguel também pode ser revisto judicialmente, para reduzi-lo ou aumentá-lo, adequando ao valor de mercado, mediante ação proposta pelo locatário ou pelo locador, após três anos de vigência do contrato ou do acordo anteriormente realizado.

Nos casos acima referidos, se efetivados, a condução dos nossos negócios e nossos resultados financeiros e operacionais poderão sofrer impactos negativos, o que pode afetar adversamente o valor de mercado das Ações.

O setor de Shopping Centers, bem como o mercado de prestação de serviços correlato, estão sujeitos a diversas normas para o seu regular funcionamento, o que pode afetar nossas atividades e nos causar efeito adverso relevante.

A atuação regular dos *Shopping Centers* está sujeita, entre outros fatores, ao atendimento da legislação federal, estadual e municipal, dos regulamentos, das normas de construção, zoneamento, uso do solo e proteção ao meio ambiente e à obtenção de autorizações e licenças. Ademais, a prestação de serviços também desenvolvida pelos *Shopping Centers*, como por exemplo, o fornecimento de água e energia elétrica às lojas, está sujeita a normas federais, estaduais e municipais. Caso os *Shopping Centers* violem ou deixem de cumprir referidas normas ou, ainda, não obtenham ou renovem suas licenças ou autorizações, poderão sofrer sanções administrativas ou judiciais, tais como imposição de multas, embargos de obras, cancelamento de licenças e outras sanções. Ademais, caso o Poder Público decida por editar normas mais rigorosas para o funcionamento dos *Shopping Centers*, inclusive, mas não se limitando, ao funcionamento do estacionamento dos *Shopping Centers*, fornecimento de água ou de energia elétrica, ou mudar o entendimento de determinada matéria, a atividade dos *Shopping Centers* terá o seu custo aumentado para adequação às novas regras, o que pode ocasionar um efeito adverso relevante nos nossos negócios e resultados.

A construção de novos Shoppings Centers e a expansão de Shoppings Centers já existentes estão sujeitas à extensa regulamentação, o que pode vir a aumentar nossos custos, limitar nosso crescimento ou de alguma forma afetar adversamente nossas estratégias.

A construção e expansão de empreendimentos de *Shopping Center* no Brasil estão sujeitas à extensa regulamentação relativa a edificações, zoneamento, locação e condomínio, expedida por diversas autoridades federais, estaduais e municipais, que podem afetar a aquisição de terrenos, a incorporação imobiliária e a construção e/ou expansão e as atividades de *Shopping Center*, por meio de restrições de zoneamento e exigências de licenças.

A regulamentação relativa à edificação de novos empreendimentos e à expansão de empreendimentos de *Shopping Center* já existentes poderá acarretar atrasos, fazer com que incorramos em custos substanciais e poderá proibir ou restringir significativamente as nossas atividades de *Shopping Center*. A regulamentação que disciplina o setor imobiliário brasileiro, assim como as leis ambientais, tendem a se tornar mais rigorosas, e essas restrições poderão ter um efeito adverso relevante sobre nossas estratégias de expansão.

Perdas não cobertas pelos seguros contratados pelos Shopping Centers podem resultar em prejuízos, o que poderá nos causar efeitos adversos.

Existem determinados tipos de risco que podem não estar cobertos pelas apólices de seguro contratadas, tais como responsabilidades por certos danos ou poluição ambiental ou interrupção de certas atividades, guerra, terrorismo, caso fortuito e força maior. Assim, na hipótese de ocorrência de quaisquer desses eventos não cobertos, o investimento realizado no respectivo *Shopping Center* pode ser perdido, obrigando-nos a incorrer em custos adicionais para a sua recomposição e reforma e resultando, portanto, em prejuízos para os *Shopping*

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Centers e para nós. Adicionalmente, não podemos garantir que, mesmo na hipótese da ocorrência de um sinistro coberto por nossas apólices, a indenização paga será suficiente para cobrir os danos decorrentes de tal sinistro.

Ademais, nós podemos não ser capazes de renovar as apólices de seguro em melhores ou nas mesmas condições contratadas, o que pode nos gerar um efeito adverso relevante.

Estamos expostos a riscos associados à aquisição da propriedade do imóvel onde está localizado o Poli Shopping

De acordo com o sistema jurídico brasileiro, a propriedade imobiliária somente é transmitida por meio de registro no Cartório de Registro de Imóveis da circunscrição competente. A Companhia não detém a propriedade da integralidade dos imóveis onde está localizado o Poli Shopping. Os atuais proprietários dos imóveis, Antonio Veronezi e Maria Dirce Poli Veronezi que são usufrutuários de ações representativas de 38% do capital votante da Golf Participações, nosso acionista controlador, e Edna Kratz Poli, Marco Antonio Poli Jr., Ana Flávia Poli e Bruno André Poli, acionistas detentores em conjunto de 50% do capital votante da Poli Empreendimentos, firmaram escrituras públicas de compra e venda dos imóveis, comprometendo-se a transferir a propriedade dos bens à Poli Shopping. Tais escrituras públicas de compra e venda dos imóveis não se encontram registradas perante o Cartório de Registro de Imóveis, e, portanto, não são oponíveis a terceiros (vide seção "Nossos Negócios - Empreendimentos - Poli Shopping", na página 126). Como não podemos garantir que a propriedade dos imóveis será transferida à Companhia, estamos sujeitos ao risco de que os atuais proprietários não tomem as providências necessárias para o registro da transferência da propriedade dos bens perante o Cartório de Registro competente. Ademais, até que seja efetivado o registro da transmissão da propriedade dos imóveis em suas respectivas matrículas perante o Cartório de Registro de Imóveis competente, estaremos sujeitos a riscos inerentes à transferência dos bens imóveis pelos atuais proprietários a terceiros, tais como fraude contra credores, se no momento da transmissão do imóvel os atuais proprietários estiverem insolventes ou com o registro passarem ao estado de insolvência, ou fraude à execução, se no momento da transmissão do imóvel os atuais proprietários do imóvel figurem como réus de demanda judicial capaz de reduzi-los à insolvência, o que, em ambos os casos poderia invalidar o registro da transferência dos imóveis.

RISCOS RELACIONADOS A FATORES MACROECONÔMICOS

O Governo Federal exerceu e continua a exercer influência significativa sobre a economia brasileira. Essa influência, bem como a conjuntura econômica e política brasileira, poderá vir a causar um efeito adverso relevante nas atividades e no preço de mercado das ações de nossa emissão.

O Governo Federal freqüentemente intervém na economia do País e ocasionalmente realiza modificações significativas em suas políticas e normas. As medidas tomadas pelo Governo Federal para controlar a inflação, além de outras políticas e normas, freqüentemente implicaram aumento das taxas de juros, mudança das políticas fiscais, controle de preços, desvalorização cambial, controle de capital e limitação às importações, entre outras medidas. As nossas atividades, situação financeira e resultados operacionais e o preço de mercado das Ações poderão vir a ser afetados de maneira relevante por modificações nas políticas ou normas que envolvam ou afetem certos fatores, tais como:

- taxas de juros;
- controles cambiais e restrições a remessas para o exterior;
- flutuações cambiais;

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- inflação;
- instabilidade social;
- liquidez dos mercados financeiros e de capitais domésticos;
- política de comércio exterior;
- política fiscal; e
- outros acontecimentos políticos, sociais e econômicos que venham a ocorrer no Brasil ou que o afetem.

A incerteza quanto à implementação de mudanças por parte do Governo Federal nas políticas ou normas que venham a afetar esses ou outros fatores no futuro pode contribuir para a incerteza econômica no Brasil e para aumentar a volatilidade do mercado de valores mobiliários brasileiro e dos valores mobiliários emitidos no exterior por companhias brasileiras.

Por fim, o desempenho da economia brasileira tem sido historicamente influenciado pelo cenário político nacional. No passado, as crises políticas afetaram a confiança dos investidores e do público em geral, resultando na desaceleração da economia, prejudicando o preço de mercado das ações de companhias listadas para negociação em bolsas de valores.

A inflação e as medidas governamentais para combatê-la podem contribuir para a incerteza econômica no Brasil.

O Brasil experimentou, no passado, taxas de inflação bastante elevadas, que foram reduzidas com a implementação do Plano Real, em 1994. A adoção da política de câmbio flutuante e a desvalorização do Real em relação ao Dólar podem criar pressões inflacionárias adicionais no Brasil, acarretando a necessidade de adoção de políticas recessivas pelo Governo Federal, que podem afetar a economia como um todo, inclusive a nós e a nossos clientes. Caso as taxas de inflação venham a aumentar, eventual política antiinflacionária adotada pelo Governo Federal poderá vir a resultar em desaceleração no nível de atividade econômica e poder aquisitivo da população, gerando consequências negativas para nossos negócios, nossa condição financeira, e o resultado de nossas operações ou afetar adversamente o preço das Ações.

A instabilidade cambial pode prejudicar a economia brasileira e o valor de mercado das Ações.

Em decorrência de diversas pressões, a moeda brasileira sofreu desvalorizações em relação ao dólar e outras moedas fortes ao longo das últimas quatro décadas. Durante todo esse período, o Governo Federal implementou diversos planos econômicos e utilizou diversas políticas cambiais, incluindo desvalorizações repentinas, mini-desvalorizações periódicas durante as quais a frequência dos ajustes variou de diária a mensal, sistemas de mercado de câmbio flutuante, controles cambiais e mercado de câmbio duplo. De tempos em tempos, houve flutuações significativas da taxa de câmbio entre o real e o dólar e outras moedas. Por exemplo, o real desvalorizou 18,7% em 2001 e 52,3% em 2002 frente ao dólar. Embora o real tenha valorizado 18,2%, 8,1%, 11,8% e 7,2% em relação ao dólar em 2003, 2004, 2005 e 2006, respectivamente, não se pode garantir que o real não sofrerá depreciação ou não será desvalorizado em relação ao dólar novamente.

As desvalorizações do real em relação ao dólar podem criar pressões inflacionárias adicionais no Brasil e acarretar aumentos das taxas de juros, podendo afetar de modo negativo a economia brasileira como um todo e de forma particular os nossos resultados e o valor de mercado de nossas ações. Além disso, uma desvalorização significativa do real pode afetar a nossa capacidade de arcar com os custos denominados em moeda estrangeira e, conseqüentemente, causar um efeito material adverso nos nossos resultados operacionais. Em 31 de março de 2007, nossas dívidas em moeda estrangeira totalizavam R\$7.694 mil (equivalentes à US\$3.753 mil com taxa de conversão de R\$2,0504 por US\$1,00, na mesma data), representando 5% de nosso endividamento total. Todas as

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

nossas dívidas em moeda estrangeira foram realizadas na forma de repasse de empréstimo estrangeiro, nos termos da Resolução do Conselho Monetário Nacional n.º 2.770, de 30 de agosto de 2000.

As flutuações das taxas de juros podem gerar um efeito negativo nos nossos negócios e no valor de mercado das Ações.

O Banco Central estabelece as taxas básicas de juros para o sistema bancário brasileiro em geral, de acordo com a expansão ou redução da economia brasileira, nível da inflação e outras políticas. Em 2002 e 2003, as taxas básicas de juros oscilaram de 18% a 26,5%. A taxa básica de juros permaneceu em alta até junho de 2003, quando o Banco Central iniciou a trajetória de decréscimo da taxa básica de juros. Posteriormente, ao longo do ano de 2004 e nos primeiros meses de 2005, a taxa de juros básica voltou a sofrer majoração por decisão do Banco Central. Contudo, em 2006 a taxa de juros básica voltou a sofrer uma redução, sendo que, em 19 de abril de 2007, a taxa básica de juros era de 12,5% a.a.

As dívidas de companhias do setor de *Shopping Centers*, inclusive as nossas, estão sujeitas à variação das taxas de juros praticadas no mercado. Na hipótese de elevação das taxas de juros, os custos e pagamentos do serviço da nossa dívida serão aumentados. Neste caso, os negócios, a condição financeira, o resultado das nossas operações ou o valor de mercado das Ações poderão vir a ser afetados negativamente.

Em 31 de março de 2007, significativa parte do nosso endividamento era denominado em reais e atrelado a taxas do mercado financeiro brasileiro ou a índices de inflação, tais como TJLP, CDI e IGPM. Em tal data o valor total das nossas dívidas era de R\$153,6 milhões. Portanto, uma elevação das taxas de juros e índices de inflação poderá ter impacto negativo no nosso resultado, na medida em que pode aumentar os custos de nossa dívida.

A deterioração das condições econômicas e de mercado em outros países, principalmente nas economias emergentes, pode afetar negativamente o valor de mercado das Ações.

A economia brasileira, o mercado de capitais brasileiro e as companhias brasileiras são, em diferentes intensidades, impactadas pelas condições econômicas e de mercado do Brasil e de outros países emergentes, bem como pelas reações dos investidores com relação a essas condições. A oferta de crédito a empresas brasileiras é influenciada pelas condições econômicas e de mercado no Brasil e, em graus variáveis, pelas condições de mercado de outros países emergentes, principalmente países da América Latina.

Acontecimentos ou condições de outros países emergentes já afetaram significativamente a disponibilidade de crédito na economia brasileira e resultaram em consideráveis saídas de recursos e queda no volume de investimentos estrangeiros no Brasil. Não há como garantir que futuros acontecimentos em países emergentes, bem como as medidas a serem adotadas pelos governos desses países, não afetarão a oferta de crédito no mercado local e internacional de modo adverso causando efeitos negativos na economia brasileira, e nos nossos negócios e resultados. Considerando que atuamos em setor que exige investimentos de capital significativos, caso nosso acesso ao mercado de capitais e de crédito seja limitado, poderemos enfrentar dificuldades para cumprir nosso plano de investimentos e manter nossa participação de mercado, afetando de forma negativa nossos resultados e nossa condição financeira, bem como o valor de mercado das Ações.

RISCOS RELACIONADOS À OFERTA E ÀS AÇÕES

Um mercado ativo e líquido para as Ações poderá não se desenvolver, limitando a sua possibilidade de venda e a participação de Pessoas Vinculadas na Oferta poderá ter um impacto adverso na liquidez das Ações e na definição de Preço por Ação.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Não existe, atualmente, um mercado ativo ou líquido para as Ações. Não podemos prever em que medida o interesse de investidores por nossa Companhia ocasionará o desenvolvimento de um mercado para a negociação das nossas Ações na BOVESPA, e o quão líquido poderá vir a ser este mercado. O mercado de valores mobiliários brasileiro é substancialmente menor, menos líquido, mais volátil e mais concentrado do que os principais mercados de valores mobiliários internacionais.

Como exemplo, a BOVESPA apresentou capitalização bursátil de aproximadamente R\$1,63 trilhão em 31 de março de 2007 e uma média diária de negociação de R\$4,25 bilhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2007. As dez ações mais negociadas em termos de volume contabilizaram, aproximadamente, 49,9% de todas as ações negociadas na BOVESPA em 2006. Essas características de mercado podem limitar substancialmente a capacidade dos detentores de Ações de vendê-las ao preço e na ocasião em que desejarem fazê-lo e, conseqüentemente, poderão vir a afetar negativamente o preço de mercado das nossas Ações. Além disso, nos termos da regulamentação em vigor, caso não haja excesso de demanda superior a um terço das Ações inicialmente ofertadas (excluídas as Ações Suplementares e as Ações Adicionais), será aceita a participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de *Bookbuilding*, mediante a coleta de intenções de investimento, exceto pela instituições intermediárias que venham adquirir participação no contexto do exercício da garantia firme de liquidação, até o limite máximo de 5% do valor da Oferta. Nesta hipótese, Pessoas Vinculadas poderão adquirir Ações, o que poderá ter um impacto adverso na liquidez esperada das Ações. O Preço por Ação será determinado após a conclusão do Procedimento de *Bookbuilding* e poderá diferir dos preços que prevalecerão no mercado após a conclusão desta Oferta. Ademais, a participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de *Bookbuilding* poderá ter um impacto adverso na definição do Preço por Ação.

Vendas substanciais das nossas Ações depois da Oferta poderão causar uma redução no preço de nossas Ações.

De acordo com as regras do Novo Mercado, os acionistas controladores e os diretores e conselheiros de companhia listada no Novo Mercado não podem vender e/ou ofertar à venda ações de emissão de referida companhia, ou derivativos lastreados nessas ações, durante os primeiros seis meses subseqüentes à primeira distribuição pública de ações da Companhia, após a assinatura do Contrato do Novo Mercado. Após o período inicial de seis meses, os acionistas controladores, conselheiros e diretores não podem vender ou ofertar mais do que 40% de suas ações ordinárias, ou derivativos lastreados em ações de emissão da companhia de que eram titulares, imediatamente após a efetivação da distribuição anteriormente mencionada, por seis meses adicionais.

Adicionalmente, nós, nossos Acionistas Controladores, os membros do nosso Conselho de Administração e os membros da nossa Diretoria nos comprometemos a celebrar acordos de restrição a transferências (*lock-up*) por meio dos quais concordaremos, sujeitos a algumas exceções, a não emitir, oferecer, vender, comprar, contratar a venda ou compra ou de outra forma alienar ou adquirir, dentro de até 180 dias contados da data da publicação do Anúncio de Início, inclusive, qualquer ação, qualquer valor mobiliário conversível em, ou que represente um direito de receber ações de emissão da Companhia. Após o término do período de *lock-up*, todas as Ações sujeitas a tais acordos estarão disponíveis para venda no mercado. A ocorrência ou uma percepção de possibilidade de ocorrência de vendas de um número substancial de nossas Ações poderá afetar adversamente o valor de mercado de nossas Ações.

Após a Oferta, continuaremos sob o controle da Golf Participações, cujos interesses podem diferir dos interesses dos investidores.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Após a conclusão da Oferta e considerando o exercício integral da Opção de ações adicionais e da Opção de ações Suplementares a Golf Participações deterá 53% de nosso capital social. A Golf Participações, como nosso Acionista Controlador, tem poderes para, entre outras coisas, eleger a maioria dos membros do nosso Conselho de Administração e determinar o resultado de qualquer deliberação que exija aprovação de acionistas, desde que não haja conflito de interesses para o exercício de seu voto, inclusive nas operações com partes relacionadas, reorganizações societárias, alienações, parcerias e a época do pagamento de quaisquer dividendos futuros, observadas as exigências de pagamento do dividendo mínimo obrigatório impostas pela Lei das Sociedades por Ações. Embora o investidor seja beneficiado pela obrigação que qualquer adquirente das ações representativas do nosso controle acionário tenha de realizar oferta pública de aquisição das demais ações de sua emissão, nas mesmas condições de aquisição das ações representativas do bloco de controle (*tag-along*), e tenha proteções específicas relativas às operações entre o acionista controlador e partes relacionadas, nosso Acionista Controlador poderá ter interesses em alienações, aquisições, parcerias, financiamentos e operações similares que podem diferir ou conflitar com os interesses dos investidores.

Podemos vir a precisar de capital adicional no futuro, por meio da emissão de valores mobiliários, o que poderá resultar em uma diluição da participação do investidor nas Ações.

Podemos precisar obter recursos adicionais e poderá optar por obtê-los por meio de colocação pública ou privada de títulos de dívida ou de ações. Caso assim decidam os acionistas, tais recursos adicionais poderão ser obtidos por meio de aumento de capital. Qualquer recurso adicional obtido por meio do aumento de capital social poderá diluir a participação do investidor.

O investimento nas Ações poderá ocasionar ao investidor imediata diluição no valor contábil de seu investimento.

O preço por Ação na Oferta deve superar o valor patrimonial das nossas ações ordinárias após a Oferta. Desta forma, o investidor poderá pagar um preço mais alto por ação do que o montante do total dos nossos ativos tangíveis, menos o total dos passivos, dividido pelo número total de nossas ações. Além disso, os investidores que aderirem à Oferta realizarão aproximadamente 73,4% do total de contribuições de capital feitas, mas deterão apenas aproximadamente 39,4% do total das ações de nossa emissão.

Estamos realizando uma oferta pública de distribuição de Ações, o que poderá nos deixar expostos a riscos relativos a uma oferta de valores mobiliários no Brasil e no exterior. Os riscos de potenciais procedimentos judiciais relativos a ofertas de valores mobiliários no exterior são potencialmente maiores do que os riscos relativos a uma oferta de valores mobiliários no Brasil.

A Oferta compreende, simultaneamente, a distribuição pública primária de Ações no Brasil, em mercado de balcão não-organizado, incluindo esforços de venda das Ações nos Estados Unidos, para investidores institucionais qualificados definidos em conformidade com o disposto na Rule 144A, e nos demais países (que não os EUA), para *non-U.S. Persons* com base no Regulamento S, em ambos os casos, que invistam no Brasil em conformidade com os mecanismos de investimento da Resolução CMN 2.689 e da Instrução CVM 325 regulamentados pela legislação brasileira, esforços esses que serão realizados pelos Agentes de Colocação Internacional. Os esforços de colocação de Ações no exterior nos expõem a normas relacionadas à proteção destes investidores estrangeiros por conta de incorreções relevantes ou omissões relevantes no *Preliminary Offering Memorandum* datado da data deste Prospecto, quanto do *Offering Memorandum* a ser datado da data do Prospecto Definitivo, inclusive no que tange aos riscos de potenciais procedimentos judiciais por parte de investidores em relação a estas questões.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Adicionalmente, somos parte do *Placement Facilitation Agreement*, que regula os esforços de colocação de Ações no exterior. O *Placement Facilitation Agreement* contém uma cláusula de indenização em favor dos Agentes de Colocação Internacional para indenizá-los caso eles venham a sofrer perdas no exterior por conta de incorreções relevantes ou omissões relevantes no *Preliminary Offering Memorandum* ou no *Offering Memorandum*. Caso os Agentes de Colocação Internacional venham a sofrer perdas no exterior em relação a estas questões, eles poderão ter direito de regresso contra nós por conta desta cláusula de indenização. Adicionalmente, o *Placement Facilitation Agreement* possui declarações específicas em relação à observância de isenções das leis de valores mobiliários dos Estados Unidos, as quais, se descumpridas, poderão dar ensejo a outros potenciais procedimentos judiciais.

Em cada um dos casos indicados acima, procedimentos judiciais poderão ser iniciados contra nós no exterior. Estes procedimentos no exterior, em especial nos Estados Unidos, poderão envolver valores substanciais, em decorrência do critério utilizado nos Estados Unidos para o cálculo das indenizações devidas nestes processos. Além disso, devido ao sistema processual dos Estados Unidos, as partes envolvidas em um litígio são obrigadas a arcar com altos custos na fase inicial do processo, o que penaliza companhias sujeitas a tais processos mesmo que fique provado que nenhuma improbidade foi cometida. Nossa eventual condenação em um processo no exterior em relação a incorreções relevantes ou omissões relevantes no *Preliminary Offering Memorandum* ou no *Offering Memorandum*, se envolver valores elevados, poderá ter um impacto significativo e adverso para nós.

Nosso Estatuto Social contém disposições que podem dissuadir nossa aquisição por terceiros e dificultar ou atrasar operações que poderiam ser do interesse dos investidores

Nosso Estatuto Social contém disposições que têm o efeito de evitar a concentração de nossas ações em um grupo de investidores, de modo a promover uma base acionária mais dispersa. Uma dessas disposições exige que o acionista adquirente (com exceção dos acionistas que o sejam na data de publicação do Anúncio de Início e de outros investidores que se tornem nossos acionistas em certas operações especificadas no nosso Estatuto Social) que se tornar titular de direitos relativos a 15% ou mais do total de ações de emissão da Companhia (excluídos os acréscimos involuntários de participação acionária especificados no Estatuto Social), deverá, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias a contar da aquisição ou da data do evento que resultou na titularidade de ações nessa quantidade, realizar uma oferta pública de aquisição da totalidade de nossas ações, observando-se o disposto na regulamentação aplicável da CVM, pelo valor estabelecido no nosso Estatuto Social. Esta disposição pode ter o efeito de desencorajar, atrasar ou impedir a fusão ou aquisição de nossa Companhia, incluindo operações nas quais o investidor poderia receber um prêmio sobre o valor de mercado de suas ações. Este mecanismo, apesar de constar do Estatuto Social de outras companhias atualmente listadas na BOVESPA, ainda não foi testado na prática e poderá vir a apresentar questionamentos legais, no todo ou em parte, quando de sua efetiva implementação.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

DESTINAÇÃO DOS RECURSOS

Estimamos receber recursos líquidos de aproximadamente R\$290.302.330,00 provenientes da emissão de 19.500.000 Ações no âmbito da Oferta Primária, com base no preço de R\$16,00 por Ação, correspondente ao ponto médio da faixa indicativa de preço entre R\$14,00 e R\$18,00 por Ação, sem considerar o exercício da Opção de Ações Adicionais e da Opção de Ações Suplementares pela Companhia, após a dedução das comissões de distribuição e das despesas estimadas relativas à Oferta e devidas por nós.

Pretendemos utilizar os recursos líquidos da Oferta para financiar (i) a aquisição de participação em *Shopping Centers* de terceiros ainda não identificados; (ii) a expansão das operações dos *Shopping Centers* nos quais somos titulares de participação e o desenvolvimento de novos *Shopping Centers*; e (iii) usos corporativos diversos.

Pretendemos utilizar os recursos líquidos recebidos em razão da Oferta conforme tabela abaixo:

Destinação	Valor	Percentual
Aquisição de participações em <i>Shopping Centers</i>	145.151.165,00	50%
Expansão de nossos <i>Shopping Centers</i> e desenvolvimento de novos <i>Shopping Centers</i>	116.120.932,00	40%
Usos corporativos	29.030.233,00	10%
Total.....	290.302.330,00	100%

A aplicação dos recursos captados conforme acima exposto depende de vários fatores que não podemos garantir que venham a se concretizar, dentre os quais, o comportamento do mercado em que atuamos e nossa habilidade de negociar aquisições de novos *Shopping Centers* e aumentar participação em nossos *Shopping Centers* em condições aceitáveis e, ainda, os demais fatores descritos na seção "Considerações Sobre Estimativas e Declarações Acerca do Futuro".

PRESTADORES DE SERVIÇO

Na prestação de serviços de administração dos nossos *Shopping Centers*, ficamos responsáveis pela contratação de empresas para realização de serviços de pesquisa mercadológica, planejamento de *shoppings*, consultoria na área de luminotécnica, elaboração dos projetos de sistemas elétricos, projetos hidráulicos, combate a incêndio, projeto dos sistemas de ar condicionado, ventilação mecânica, administração de bens e direitos, projetos paisagísticos, gerenciamento e implantação de unidades comerciais, vigilância, segurança, conservação e limpeza, bem como serviços arquitetônicos. Esses serviços são contratados pela ASG Adm. ou pela ISG Adm., conforme o caso, em nome dos condôminos de nossos *Shopping Centers*, sendo que referidas empresas prestadoras de serviços ficam responsáveis pelos contratos de trabalho com seus respectivos

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

empregados e nós arcamos com a responsabilidade subsidiária, nos termos do Enunciado 331 do Tribunal Superior do Trabalho.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E PATROCÍNIO E INCENTIVO CULTURAL

Desenvolvemos diversos projetos sociais focados na formação educacional, cultural e social das comunidades em que atuamos, dentre os quais se destacam: (i) Projeto Primeiras Aulas: alfabetização de adultos, em parceria com a Universidade de Guarulhos; (ii) Campanha do Agasalho: coleta de agasalhos ao longo do mês de junho; e (iii) Semana de Responsabilidade Social Universidade de Guarulhos: prestação de serviços médicos, odontológicos e sociais para a comunidade no mês de novembro.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

PRÊMIOS

Ao longo dos últimos anos, recebemos diversos prêmios, dentre os quais se destacam: (i) Medalha de Reconhecimento do Senac - SP - "Empresa que Educa - Jovens para o Trabalho" um reconhecimento do SENAC/SP para as empresas engajadas no trabalho comunitário e que participaram do Bolsa de Talentos; (ii) Troféu Expressão 2003 do Jornal Opção Guarulhos para Antonio Veronezi - Homenagem do Jornal aos profissionais de destaque em suas áreas de atuação; (iii) Prêmio Alshop Visa 2003 - Superintendente Destaque, destinado aos profissionais que desempenharam a função com destaque no ano de 2002; (iv) Prêmio Alshop Visa 2003 - Marketing Comunidade, destinado às melhores ações de marketing social realizadas no ano de 2002; e (v) Troféu Radar - Destaque do Ano - 2006 Auto Shopping Internacional Shopping Guarulhos, homenagem do programa Radar Noticioso a personalidades, empresas e entidades que se destacaram durante o ano em suas áreas de atuação.

EMPREGADOS E ASPECTOS TRABALHISTAS

Em 31 de março de 2007, contávamos com 163 empregados.

A tabela a seguir apresenta o número de empregados por categoria de atividade nas datas indicadas:

Área	Em 31 de dezembro de			Em 31 de março de
	2004	2005	2006	2007
Executivos	4	8	7	7
Administrativos	18	23	27	26
Operacionais	44	109	134	130
<i>Total</i>	66	140	168	163

Todos os nossos empregados estão localizados no Brasil, majoritariamente na cidade de Guarulhos, SP.

Nossa política salarial é baseada na média das remunerações praticadas no mercado, sendo que efetuamos o reajuste das faixas salariais sempre que necessário e em conformidade com a legislação trabalhista, na data base dos dissídios coletivos inerentes à categoria dos empregados. Por sua vez, nossa política de promoção é baseada exclusivamente no mérito dos empregados, sendo concedidos reajustes salariais também nesses casos.

Concedemos assistência médica a todos os nossos empregados, além dos benefícios assegurados pela legislação trabalhista.

Promovemos constantemente treinamentos técnicos e cursos de reciclagem aos nossos empregados.

Somos representados pelo Sindicato das Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis de São Paulo - SECOVI-SP. Os nossos empregados, em sua maioria, são representados pelo Sindicato dos Empregados em Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Residenciais e Comerciais de São Paulo, Guarulhos, Barueri, Diadema e São Caetano do Sul, Estado de São Paulo - SEECOV. A nossa relação com os sindicatos é marcada pela análise e discussão das propostas, objetivando sempre o consenso para melhoria das condições de trabalho dos nossos empregados. Importante ressaltar que

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

nunca houve greve envolvendo nossos empregados. Acreditamos que isso decorre da boa relação que mantemos com os nossos empregados e com as entidades que os representam.

A convenção coletiva de trabalho mais recente, firmada entre o SECOVI - SP e o SEECovi, foi celebrada em 17 de maio 2006 com vigência até 30 de abril de 2007, prevendo reajuste salarial de 5% sobre os salários praticados em 1º de maio 2005, compensados os reajustes já antecipados.

A convenção coletiva de trabalho firmada entre o SINDEPARK e o SINDEG, celebrada em 11 de outubro de 2006, com vigência até 31 de agosto de 2008, prevê que em 1º de setembro de 2007 será aplicado aos salários um percentual de reajuste igual à integralidade da variação de 12 (doze) meses - 2006/2007- do INPC.

A convenção coletiva firmada entre o SINDEPARK e o SINDEG prevê o pagamento de participação nos lucros e resultados, no importe de R\$ 170,00 (cento e setenta reais) divididos em 3 (três) parcelas.

As convenções coletivas firmadas entre o SECOVI-SP e o SEECovi, e o Sindicato do Comércio Varejista de Garulhos e Sindicato dos Empregados no Comércio de Guarulhos dispõem que a participação nos lucros ou resultados da empresa fica sujeita ao disposto na Lei nº 10.101 de 19 de dezembro de 2000.

Terceirizamos as atividades que não estão relacionadas com nossa atividade principal, tais como limpeza, segurança, vigilância, manutenção, engenharia, paisagismo e ambulatório médico. Além desses, terceirizamos os serviços de corretagem.

Não possuímos áreas e/ou atividades insalubres ou perigosas, de acordo com a legislação aplicável. De toda forma, de acordo com a legislação em vigor, mantemos o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais e o Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional devidamente atualizados, conforme legislação aplicável. Historicamente, houve apenas três acidentes de trabalho envolvendo empregados de nosso quadro.

Planos de Opção de Compra de Ações

Não há Plano de Opção de Compra de Ações para nossos empregados ou membros da Administração.

PENDÊNCIAS JUDICIAIS E ADMINISTRATIVAS

Em 31 de março de 2007 tínhamos provisionado em nossas demonstrações financeiras o valor de R\$10,6 milhões para contingências totais de natureza cível, trabalhista e fiscal referentes a processos judiciais e administrativos em curso em 31 de março de 2007 bem como para contingências decorrentes de atos passados que não eram objeto de processos judiciais ou administrativos. O cálculo dos valores a serem provisionados é feito com base no parecer de nossos advogados externos e internos, sendo que somente são provisionados os valores relativos aos processos ou outros tipos de contingências que entendemos ser de perda provável.

O quadro a seguir apresenta a posição consolidada das nossas contingências, provisões e depósitos judiciais em 31 de dezembro de 2006 e em 31 de março de 2007:

(em R\$ milhões)	Em 31 de dezembro de 2006		Em 31 de março de 2007	
	Contingência	Provisão	Contingência	Provisão
Trabalhista	0,9	0,3	0,9	0,3
Cível	10,8	0,3	10,8	0,3
Fiscal	9,6	9,6	10,0	10,0
Total	21,3	10,2	21,7	10,6

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Apresentamos a seguir uma breve descrição dos processos em que figuramos como parte, de acordo com sua natureza.

Cível

Em 31 de março de 2007, figurávamos como Réus em aproximadamente 83 processos judiciais envolvendo matéria cível. De acordo com as nossas estimativas o conteúdo econômico das referidas ações judiciais alcança aproximadamente R\$10,8 milhões, sendo que se encontram provisionados aproximadamente R\$340 mil.

De uma maneira geral, os referidos processos em que figuramos no pólo passivo são ações indenizatórias por danos materiais e morais, ações renovatórias de contrato de locação, ações de cobrança e ações de rescisão contratual. Já os processos em que figuramos como Autores são ações de despejo por falta de pagamento e execuções de quantias certas.

Dos processos em que figuramos como Réus, devem ser destacados os seguintes:

Ações de Cobrança (saldo devedor de conta corrente)

Existem duas ações de cobrança movidas pelo Banco Pontual em face de Levian e da ABK, nas quais são cobrados saldos devedores decorrentes de contratos de abertura de crédito em contas-correntes. Ambas as ações foram julgadas procedentes em primeira instância e, atualmente, aguarda-se o julgamento dos recursos de apelação interpostos pelas empresas. De acordo com a opinião dos advogados que acompanham os casos, o prognóstico de perda das referidas ações é provável. O valor econômico, em 31 de março de 2007, está estimado em R\$3,5 milhões, tendo sido constituída provisão de R\$2,9 milhões.

Ação de indenização

Existe uma ação de indenização por danos morais e materiais, cumulada com revisão de contrato, movida por Silpa Moda Jovem Ltda. ME e outros 12 autores em face do Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Shopping Center. Alegam os autores que houve descumprimento de contrato de co-participação em lojas de *Shopping* por parte do Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, uma vez que este foi inaugurado posteriormente à data prevista e, ainda, antes de ter sido totalmente concluído. A referida ação foi julgada parcialmente procedente, no tocante ao pedido de revisão do contrato, tendo sido fixado o aluguel das lojas dos autores em 8% do faturamento bruto mensal de cada um e, ainda, para condenar o shopping a restituir eventuais valores cobrados acima do aludido percentual. O Tribunal de Justiça negou provimento às apelações interpostas e, atualmente, aguarda-se julgamento de recursos nos tribunais superiores (STF e STJ). As chances de perda do Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Shopping Center para este caso são classificadas como prováveis no que tange à decisão que fixou o valor dos aluguéis das lojas dos autores em 8% sobre o faturamento bruto de cada um, e remotas com relação aos pedidos de indenização por danos materiais e morais. O valor econômico da referida ação, em 31 de março de 2007, está estimado em R\$1,4 milhão, e não há provisão constituída para essa ação.

Trabalhista

Em 31 de março de 2007, figurávamos como demandados principais ou subsidiários, em 40 processos judiciais trabalhistas. O valor total envolvido nessas reclamações trabalhistas é de R\$0,9 milhões, sendo que

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

desse valor, R\$0,3 milhões se referem a processos cujo risco de perda estimamos como provável, valor este que se encontra integralmente provisionado. De uma maneira geral, esses processos envolvem pedidos de responsabilidade subsidiária, horas extras e reconhecimento de vínculo empregatício, dentre outros.

Tributário

Em 31 de março de 2007, os débitos decorrentes dos processos administrativos e judiciais de natureza tributária envolvendo as empresas do nosso Grupo estavam consolidados em parcelamentos de débitos fiscais. O valor total envolvido nesses parcelamentos era de R\$ 10 milhões. Em relação às demais contingências fiscais decorrentes de nossas atividades foi constituída provisão contábil cujo valor, em 31 de março de 2007, era de aproximadamente R\$ 10,0 milhões, referente a tributos sobre contratos de locação de espaços para lojistas nos *Shopping Centers*, pelas controladas ABK e Levian, e não recolhidos nos últimos cinco exercícios. Nossa administração, baseada na opinião de seus consultores jurídicos externos, entenderam que esses tributos não incidiam sobre essas operações anteriormente à reorganização societária, haja vista as receitas terem sido recebidas por meio de condomínio civil. Não há ação judicial relacionada a essa provisão.

Parcelamentos de Débitos Fiscais

Em setembro de 2006 algumas das empresas de nosso grupo (Levian, ABK, Poli Empreendimentos Ltda., e o Condomínio Civil Internacional Shopping Guarulhos) aderiram ao novo parcelamento de débitos de pessoas jurídicas junto à SRF, à PGFN e ao INSS instituído pela Medida Provisória nº 303/2006 ("PAEX ou Refis III"). O saldo remanescente de tais parcelamentos, em 31 de março de 2007, era de aproximadamente, R\$4,0 milhões. Adicionalmente, as empresas Nova União, Energy e Levian mantêm em vigor parcelamentos ordinários de débitos junto à SRF e ao INSS, cujo saldo remanescente, em 31 de março de 2007, era de aproximadamente R\$1,4 milhões. Por fim, as empresas I Park e Send possuem saldo remanescente a pagar em parcelamentos de débitos Municipais no valor de R\$188 mil.

SEGUROS

De acordo com a natureza e relevância dos riscos que entendemos incorrer em nosso negócio, mantemos apólices de seguro por empreendimento nos valores que julgamos adequados para o setor em que atuamos e junto a seguradoras de primeira linha.

Nesse sentido, possuímos quatro apólices de seguro patrimonial com diversas coberturas, tais como incêndio, roubo de bens, danos elétricos, tumultos, alagamento, lucros cessantes, responsabilidade civil e quebra de máquinas, contratadas em nome de: Consórcio Shopping Light, Poli Empreendimentos, ISG Adm., ASG Adm. e Levian. Tais apólices de seguro são renovadas anualmente e apresentam especificações e franquias usuais para a cobertura contratada. Abaixo segue a descrição da importância segurada para cada modalidade:

Modalidade de Seguros Contratada	Importância segurada (Em R\$ mil)
Responsabilidade civil	2.000

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Compreensivo de Incêndio Comum	31.920
Lucros cessantes	63.629
Vendaval/Fumaça	3.500
Operações de <i>Shopping Center</i>	10.701
Danos morais	3.852
Danos materiais	233.484
Empregador	2.140

CONTRATOS RELEVANTES

Contratos Financeiros

Contrato de Financiamento Mediante Abertura de Crédito com BNDES

Em 30 de junho de 1998, a Levian, juntamente com a ABK, na qualidade de devedoras solidárias, celebraram Contrato de Financiamento Mediante Abertura de Crédito com o BNDES, conforme aditado em 23 de janeiro de 2001 e 18 de dezembro de 2002, no valor de R\$91 milhões, dividido em dois subcréditos, sendo 50% para a Levian e 50% para a ABK, com juros de 7,5% ao ano que podem variar de acordo com alterações na Taxa de Juros de Longo Prazo - TJLP. O empréstimo é garantido por fiança outorgada pela Golf, Send, Antonio Veronezi, Maria Dirce Veronezi, Alessandro Veronezi, Henrique Varesio e Alayde Varesio. O contrato prevê o pagamento de parcelas mensais e o pagamento de quantias específicas em determinadas datas, sendo que o vencimento da última parcela ocorrerá em 15 de julho de 2010. Os dois imóveis onde estão localizados o Internacional Shopping Guarulhos e o Auto Shopping foram dados em hipoteca de primeiro grau. Há cláusula de vencimento antecipado nas hipóteses alterações nos documentos societários das devedoras ou de suas controladoras que impliquem em: (i) limitação do controle de qualquer dessas sociedades; (ii) restrições à capacidade de crescimento das devedoras; (iii) restrição de acesso das devedoras a novos mercados; e (iv) restrições ao pagamento do principal deste financiamento, entre outras. Adicionalmente, aplicam-se a este contrato as "Disposições Aplicáveis aos Contratos do BNDES", que incluem diversas obrigações de fazer e não fazer e hipóteses de vencimento antecipado tais como a modificação do controle direto ou indireto da Levian e/ou da ABK sem prévia e expressa autorização do BNDES, inadimplemento de obrigações, entre outras usuais para esses tipos de operação.

Cédula de Crédito Imobiliário

Em 26 de abril de 2006, a Nova União emitiu Cédula de Crédito Imobiliário ("CCI") registrada na CETIP, representativa de Certificados de Recebíveis Imobiliários, no valor de aproximadamente R\$15,4 milhões em favor da CSA - Companhia Securitizadora de Ativos, em operação de securitização dos recebíveis referente aos aluguéis devidos pela I Park, na qualidade de locatária, do terreno em que está localizado o estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos, conforme contrato de locação celebrado em 1º de março de 2006 com a Nova União, na qualidade de locadora. Sobre o montante captado, incidirão juros correspondentes à variação do IGPM, acrescida de juros de 11% ao ano. A CCI será paga em 120 parcelas mensais, sendo que o vencimento da primeira parcela ocorreu em junho de 2006 e o da última ocorrerá em 1º de maio de 2016. A CCI apresenta cláusulas usuais para esse tipo de instrumento financeiro sendo vedado aos garantidores alterar o capital social, ceder o controle acionário, reduzir o prazo de duração ou liquidar a Nova União até que a CCI tenha sido paga. Em 31 de março de 2007, o saldo devedor era de R\$15,4 milhões.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

As seguintes garantias foram constituídas em favor da CSA - Companhia Securitizadora de Ativos: (i) alienação fiduciária dos imóveis objeto do referido contrato de locação (cinco terrenos localizados na Cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo onde se localiza o estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos); (ii) regime fiduciário sobre os créditos imobiliários representados pela CCI, decorrentes do referido contrato de locação (iii) cessão fiduciária dos créditos do contrato de locação em referência; (iv) penhor da receita do estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos; (v) co-obrigação da Nova União frente à CSA - Companhia Securitizadora de Ativos, pelo pagamento dos aluguéis devidos pela I Park no contrato de locação; e (vi) penhor das ações representativas da totalidade do capital social da Nova União de titularidade da Levian, ABK e Antonio Veronezi. A cédula apresenta hipóteses de vencimento antecipado usuais para esse tipo de operação, incluindo alienação de controle e reestruturações societárias da Nova União.

Cédulas de Crédito Bancário Emitidas em Favor do Banco Bradesco S.A.

Para fins de financiamento de suas atividades, a Levian e a ABK emitiram cédulas de crédito bancário em favor do Banco Bradesco S.A., com cláusulas e condições padrão de mercado, tais como pagamento em parcelas mensais e sucessivas, outorga de garantias, obrigação de manutenção de seguro do bem oferecido em garantia e previsão de vencimento antecipado em caso de alienação de controle ou reestruturações societárias da Levian ou ABK, conforme o caso, entre outras.

A tabela a seguir contém os principais termos e condições gerais de tais cédulas:

Cédula	Emitente	Data de Emissão	Valor na Data de Emissão (em R\$)	Taxa de Juros (a.a.)	Pagamento (nº de parcelas)	Vencimento (última parcela)	Garantia
Cédula de Crédito Bancário	Levian	31/01/07	1,5 milhão	3%	24	02/02/09	Hipoteca de dois imóveis localizados na Cidade de São Paulo; aval de Antonio Veronezi e Alessandro Poli Veronezi.
Cédula de Crédito Bancário	Levian	30/03/05	650 mil	3%	6	01/08/07	Hipoteca de dois imóveis localizados na Cidade de São Paulo; e aval de Antonio Veronezi e Alessandro Poli Veronezi.
Cédula de Crédito Bancário	Levian	30/06/05	1,2 milhão	3%	22	30/07/07	Hipoteca de dois imóveis localizados na Cidade de São Paulo; e aval de Antonio Veronezi e Alessandro Poli Veronezi.
Cédula de Crédito Bancário	ABK	31/01/07	1,5 milhão	3%	24	02/02/09	Hipoteca de dois imóveis um localizados na Cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo e outro na Cidade de São Paulo; aval de Antonio Veronezi e Alessandro Poli Veronezi.
Cédula de Crédito Bancário	ABK	30/03/06	650 mil	3%	6	01/08/07	Hipoteca de dois imóveis um localizados na Cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo e outro na Cidade de São Paulo; aval de Antonio Veronezi e Alessandro Poli Veronezi.
Cédula de Crédito Bancário	ABK	30/06/05	1,2 milhão	3%	22	30/07/07	Hipoteca de dois imóveis um localizados na Cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo e outro na Cidade de São Paulo aval de Antonio Veronezi e Alessandro Poli Veronezi.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

O saldo devedor dessas cédulas, em 31 de março de 2007, era de aproximadamente R\$5,3 milhões.

Cédulas de Crédito Bancário Emitidas em Favor do Banco Itaú S.A.

Para fins de financiamento de suas atividades, a Levian e a Energy emitiram cédulas de crédito bancário e comercial em favor do Banco Itaú S.A., com cláusulas e condições padrão de mercado, tais como pagamento em parcelas mensais e sucessivas, previsão de aval e/ou de garantia hipotecária, bem como seguro do bem oferecido em garantia, previsão de vencimento antecipado em caso de alienação de controle ou reestruturações societárias, entre outras.

A tabela a seguir contém os termos e condições gerais de tais cédulas:

Cédula	Emitente	Data	Valor na Data de Emissão (em R\$)	Taxa de Juros (a.a.)	Pagamento (nº de parcelas)	Vencimento (última parcela)	Garantia
Cédula de Crédito Bancário	Levian	17/07/06	121,7 mil	6,9% ⁽¹⁾	1	12/07/07	Aval de Antonio Veronezi e Maria Dirce Poli Veronezi (devedores solidários).
Cédula de Crédito Bancário	Levian	17/07/06	2,9 milhões	6,9% ⁽¹⁾	1	12/07/07	Aval de Antonio Veronezi e Maria Dirce Poli Veronezi (devedores solidários).
Cédula de Crédito Bancário	Levian	29/09/06	1,2 milhões	6,8% ⁽¹⁾	1	09/10/07	Há aval de Antonio Veronezi e Maria Dirce Poli Veronezi (devedores solidários).
Cédula de Crédito Bancário	Levian	25/10/06	3,0 milhões	6,3%	1	10/05/07	Aval de Antonio Veronezi e Maria Dirce Poli Veronezi (devedores solidários).
Cédula de Crédito Bancário	Levian	10/11/06	1,6 milhão	7,4%	1	06/11/07	Aval de Antonio Veronezi e Maria Dirce Poli Veronezi (devedores solidários).
Cédula de Crédito Comercial	Energy Comércio	18/06/09	1,0 milhão	4%	48	15/01/09	Há aval de Antonio Veronezi e Primo Poli (devedores solidários).

⁽¹⁾ Os valores de principal são indexados ao dólar.

O saldo em aberto dessas cédulas em 31 de março de 2007, era de aproximadamente R\$6,0 milhões.

Cédula de Crédito Bancário Emitida em Favor do Banco Industrial e Comercial S.A.

Para fins de financiamento de suas atividades, a ASG Adm emitiu cédula de crédito bancário em favor do Banco Industrial e Comercial S.A. em 26 de fevereiro de 2007, no valor de R\$2 milhões, com taxa de juros de 12,68% ao ano, com pagamento previsto em 12 parcelas mensais e sucessivas, com vencimento da última parcela em 21 de fevereiro de 2008. Há aval de Antonio Veronezi e Alessandro Poli Veronezi. A cédula apresenta hipóteses usuais de vencimento antecipado para esse tipo de operação, inclusive em caso de alienação de controle ou reestruturações societárias da Internacional Guarulhos Shopping, sem o consentimento expresso do credor, entre outras. O saldo em aberto dessa cédula em 31 de março de 2007, era de aproximadamente R\$3,6 milhões.

Contrato de Compra de Imóvel do Internacional Shopping Guarulhos

Em 10 de dezembro de 2004, a Levian, juntamente com a ABK, celebraram Escritura de Transação e Outras Avencas com a Olivetti do Brasil S.A., segundo a qual as partes transacionaram e novaram dívida anterior

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

referente a compra e venda de imóveis, sendo que a Levian e a ABK confessaram dever à Olivetti do Brasil S.A. o valor de R\$19,5 milhões, que representa parte da dívida contraída na aquisição de imóveis onde foi construído o Internacional Shopping Guarulhos. Um prédio industrial e respectivo terreno, quatro prédios residenciais e respectivos terrenos e vinte terrenos sem benfeitorias localizados no Município de Guarulhos, Estado São Paulo (imóveis onde foi construído o Internacional Shopping Guarulhos) foram hipotecados em favor da Olivetti do Brasil S.A., Antonio Veronezi, Maria Dirce Veronezi, Alessandro Veronezi e Renata Veronezi são fiadores/avalistas e devedores solidários. O contrato prevê amortizações mensais de R\$345 mil, corrigidas pelo IGPM, com vencimento final em 31 de janeiro 2009. A Levian e a ABK emitiram notas promissórias à Olivetti do Brasil S.A. referentes a cada pagamento. Além das cláusulas usuais de vencimento antecipado, há cláusula de vencimento antecipado na hipótese de mudança de controle acionário da ABK e/ou da Levian, inclusive por meio de acordo de acionistas. O saldo em aberto desse contrato em 31 de março de 2007, era de aproximadamente R\$7,6 milhões.

Contratos de Aquisição do Shopping Light

Em 6 de junho de 2007, Lumen, na qualidade de cessionária, celebrou com Núcleos Instituto de Seguridade Social, Ceres - Fundação de Seguridade Social, Funterra - Fundação da Previdência Privada da Terracap e Birmann S.A. Comércio e Empreendimentos, na qualidade de cedentes de quotas partes ideais sobre o direito real de uso do Shopping Light (prédios e terreno), um instrumento particular, duas Escrituras Públicas de Cessão e Transferência e duas Escrituras Públicas de Promessa de Cessão e Transferência relativas a aproximadamente 50,1% do total das quotas partes do direito real de uso do Shopping Light. O pagamento total por tais quotas é de R\$8,6 milhões, parcialmente representado por meio de notas promissórias *pro-soluto*, corrigidas pelo índice do INPC/IBGE acrescido de 6% a 10% ao ano, com vencimento final em 2014. A Lumen terá direito à participação no proveito resultante dos aluguéis a serem pagos pelos lojistas, proporcional à sua participação adquirida. A Lumen declarou ter ciência de que a Birmann S.A. Comércio e Empreendimentos tem direito ao recebimento do primeiro aluguel pago por cada novo inquilino em contrapartida à promoção, publicidade e cessão do uso da infra-estrutura técnica desenvolvida para o Shopping Light. O saldo em aberto de tais contratos de cessão é de aproximadamente R\$5,6 milhões em 7 de junho de 2007.

Além disso, em 26 de junho de 2007, a Lúmen adquiriu da Funesp - Fundação CESP, mediante um Instrumento Particular de Compromisso Quitado de Venda e Compra de Imóvel e Cessão de Direito Real de Uso do Imóvel em que se encontra o Shopping Light, incluindo todas as suas acessões, melhoramentos, instalações, e outros. Com isso, a Lumen também adquiriu o direito a receber um percentual de 28% da receita bruta auferida pelo Shopping Light, por ter se tornado proprietária do referido imóvel. O pagamento pela compra do imóvel foi realizado à vista, no valor de R\$20,1 milhões. A efetivação da transferência de propriedade será efetuada assim que a vendedora obtiver as certidões negativas necessárias à lavratura da escritura definitiva de venda e compra.

Contratos de Aquisição de Terreno para a Construção do Shopping Center Sulacap

Em 25 de junho de 2007, a Fonte Administradora Incorporadora Ltda. ("Fonte"), sociedade de nosso grupo, e Rubicon Empreendimentos Imobiliários Ltda., na qualidade de promitentes compradoras, celebraram uma Escritura de Promessa de Compra e Venda com a Embrasa - Engenharia e Mineração Brasileira S.A., na qualidade de promitente vendedora de imóvel de 60.000 m² localizado no Jardim Sulacap, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, estado do Rio de Janeiro, onde será construído um *Shopping Center* com capacidade para até 32.000 m² de ABL, a ser inaugurado até janeiro de 2009. Fonte compromete-se a pagar pela totalidade do imóvel, sendo que a Fonte será proprietária de 90% do imóvel e a Rubicon Empreendimentos Imobiliários Ltda., proprietária de 10% do imóvel. O preço total do imóvel é de R\$10 milhões, a ser pago da seguinte forma: (i) R\$0,1 milhão pago em 17 de maio de 2007; (ii) R\$4,9 milhões pagos em 25 de junho de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

2007; e (iii) R\$5 milhões em sete parcelas mensais e sucessivas a serem representadas por respectivas notas promissórias *pro solvendo*, vencendo-se a primeira em 25 de julho de 2007 e a última em 25 de janeiro de 2008. O pagamento do preço ficará suspenso a partir da segunda parcela mensal referida no item (iii) acima, caso não tenha havido o pronunciamento do Município do Rio de Janeiro quanto às diretrizes urbanísticas relativas à área onde está localizado o imóvel. Após o pagamento integral do preço, a promitente vendedora compromete-se a outorgar em favor da promitente compradora, a respectiva escritura de compra e venda do imóvel.

Adicionalmente, em 11 de julho de 2007, a Golf Participações e Alessandro Poli Veronezi, titulares do total das quotas de emissão da Fonte, outorgaram uma opção de compra do total das quotas de emissão da Fonte à Levian. Essa opção poderá ser exercida pela Levian, ou por outra parte que a Levian venha a indicar, a seu exclusivo critério, em até 365 dias a partir da data de assinatura do contrato de opção, após auditoria legal e contábil da Fonte a ser efetuada pela Levian. Caso a Levian venha a exercer tal opção, deverá pagar à Fonte, pela aquisição de tais quotas, o mesmo valor e observadas as mesmas condições de pagamento da promessa de compra do terreno acima descrito, considerando que a Fonte foi constituída especificamente para tal fim e que possui esse terreno como seu único ativo.

Contrato de Aquisição do Suzano Shopping

Em 6 de julho de 2007, a América Shopping Administradora e Incorporadora Ltda. ("América"), sociedade de nosso grupo, na qualidade de compradora, e JC Empreendimentos Imobiliários e Participações Ltda., na qualidade de vendedora de imóvel de 49.500 m², com área construída de 20.600 m², localizado na cidade de Suzano, Estado de São Paulo, onde se encontra o Suzano Shopping, celebraram Instrumento Particular de Arras. O preço total do imóvel é de aproximadamente R\$42,4 milhões, a ser pago da seguinte forma: (i) R\$8 milhões na data de assinatura; e (ii) R\$34,4 milhões em 10 de agosto de 2008, com taxa de juros de 0,8% ao mês, quando da outorga da escritura pública de compra e venda e após comprovado o levantamento da hipoteca sobre o imóvel, que deverá ocorrer até 5 de agosto de 2007. A América tem direito ao arrependimento da compra até 5 de agosto de 2007, podendo vir a optar entre: (i) prorrogar a compra e venda até 10 de setembro de 2007; ou (ii) imitir-se na posse precária do imóvel e depositar R\$30 milhões referentes ao pagamento à JC Empreendimentos Imobiliários e Participações Ltda., em *escrow*, até que a escritura de compra e venda do imóvel seja lavrada em favor da América.

Adicionalmente, em 11 de julho de 2007, a América outorgou uma opção de compra do imóvel descrito acima em favor da Levian. Essa opção poderá ser exercida pela Levian, ou por outra parte que a Levian venha a indicar a seu exclusivo critério, em até 365 dias a partir de 10 de agosto de 2007, após auditoria legal a ser efetuada pela Levian. Caso a Levian venha a exercer tal opção, deverá pagar à América pela aquisição do imóvel, o mesmo valor e observadas as mesmas condições de pagamento referentes à aquisição do imóvel pela América frente à JC Empreendimentos Imobiliários e Participações Ltda.

Contratos de Compra e Venda do Santana Parque Shopping

Em 14 de dezembro de 2006, a Park Shopping Adm., na qualidade de promitente vendedora, celebrou a Escritura de Compromisso de Venda e Compra de Benfeitorias, Acessões e Outras Avenças com a Acapurana, na qualidade de promitente compradora de 50% das benfeitorias e acessões que irão compor o Santana Parque Shopping, pelo valor de R\$39,0 milhões, que será utilizado para a construção das benfeitorias que comporão o Santana Parque Shopping e para as despesas relacionadas à implementação do Santana Parque Shopping até a data de sua inauguração. O pagamento desse valor obedece ao seguinte: (i) R\$6,0 milhões pagos em 16 de novembro de 2006; e (ii) saldo de R\$33,0 milhões a ser pago em 11 parcelas mensais, iguais e sucessivas de R\$3,0 milhões cada, corrigidas pela variação do IGP-DI (Índice Geral de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Preços - Disponibilidade Interna da Fundação Getúlio Vargas), com vencimento da primeira parcela em 1 de dezembro de 2006. Tal pagamento está vinculado ao cronograma de implementação do empreendimento. Incide multa de 10% sobre o valor de parcela em atraso. A Park Shopping Adm. obrigou-se a indicar a Acapurana como beneficiária das apólices de seguro de desempenho de execução de construção civil no valor total de R\$7,8 milhões. Essas apólices cobrem o risco de atraso da obra, ficando a Park Shopping Adm. responsável pela indenização decorrente do atraso da obra não coberto pelas apólices. Caso (i) as seguradoras não indenizem a Acapurana ou não façam com que a obra seja continuada; ou (ii) em caso de rescisão do compromisso por atraso de qualquer etapa da obra superior a 6 meses, a Acapurana terá o direito de vender a sua participação no empreendimento à Park Shopping Adm., pela soma dos valores até então desembolsados pela Acapurana, sendo que o pagamento deverá ser feito em até 60 dias, sob pena de multa de 25% da variação da taxa SELIC calculado do vencimento até o efetivo pagamento. Em caso de atraso de pagamento superior a 60 dias, a Park Shopping Adm. terá o direito de rescindir o compromisso de venda e compra e de devolver 80% do valor até então desembolsado pela Acapurana.

Em 14 de dezembro de 2006, a Park Shopping Adm., na qualidade de promitente vendedora, celebrou a Escritura de Compromisso de Venda e Compra com a Acapurana, na qualidade de promitente compradora de 50% do total dos imóveis onde está sendo construído o Santana Parque Shopping, pelo valor de R\$12,0 milhões, dividido em (i) duas parcelas de R\$3,0 milhões já pagas em 8 e 16 de novembro de 2006; e (ii) uma parcela de R\$6,0 milhões, atualizada pela variação positiva do IGP-DI a partir de 8 de novembro de 2006 até o seu pagamento, a ser paga na data de inauguração do Santana Parque Shopping. Incide taxa de juros com base na SELIC e multa de 10% sobre o valor da parcela em atraso. As anuentes, Sulishopping e Send, cedem à Acapurana, os direitos de crédito que venham a ter sobre o direito de uso das unidades comerciais que comporão o Santana Parque Shopping, de modo que a Acapurana seja titular de 41,2% e a Park Shopping Adm. seja titular de 58,8% de tais direitos. A Park Shopping Adm. terá prioridade para ser contratada a exercer a administração do condomínio do Santana Parque Shopping bem como a comercializar as primeiras locações até a inauguração do Santana Parque Shopping, mediante contratação não inferior a 5 anos, renovável por iguais períodos, sendo que a taxa de contratação será de 3% sobre o resultado operacional líquido do Santana Parque Shopping. A I Park terá preferência para locar ou explorar o estacionamento do Santana Parque Shopping, por prazo de 5 anos, renovável por igual período.

Contratos de Empreitada do Santana Parque Shopping

Em outubro e novembro de 2006, Send e o Condomínio Civil do Santana Parque Shopping celebraram quatro contratos de empreitada global com fornecimento de materiais e mão-de-obra, com Construcap CCPS Engenharia e Comércio S.A., Temon Técnica de Montagens e Construções Ltda., Heating & Cooling Tecnologia Técnica Ltda. e Qualieng Engenharia de Montanges Ltda., para a execução das obras de construção e de instalações do Santana Parque Shopping, com fornecimento de materiais, mão-de-obra, equipamentos e ferramentas e prestação de serviços de administração da obra. O preço global de tais contratos é de R\$ 37,1 milhões, reajustado pelo INCC-DI da FGV. O prazo de conclusão da obra é 30 de setembro de 2007. Há previsão de contratação, pelas contratadas, de seguro de execução dos serviços no valor de 20 a 25% do preço global, além de seguro de responsabilidade civil para seus empregados e de terceiros, no valor de R\$200 a R\$300 mil por evento. Há previsão de multa de: (i) 0,07% sobre o preço global por dia de atraso, nos primeiros 30 dias de atraso; (ii) multa de 0,10% sobre o preço global por dia de atraso, após 30 dias de atraso; e (iii) 0,15% sobre o preço global por dia de atraso, caso a obra não seja concluída até 30 de setembro de 2007, limitada ao teto de 10%. É permitida a rescisão dos contratos pelas contratantes, principalmente, nos seguintes casos: (i) descumprimento de obrigações das contratadas; (ii) se as instalações forem executadas em desacordo com o ajustado nos contratos; (iii) atrasos injustificados e superiores a 30 dias na execução das

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

obras; (iv) interrupções ou suspensões da execução das obras; e (v) se laudo técnico comprovar que os serviços não foram executados de acordo com especificações técnicas.

Condomínio Civil do Santana Parque Shopping

Em 14 de dezembro de 2006, a Park Shopping Adm., a Acapurana, a Sulshopping e a Send celebraram o Condomínio Voluntário do Santana Parque Shopping, sob a Escritura de Compromisso de Venda e Compra, na qualidade de co-proprietárias do imóvel onde está sendo construído o Santana Parque Shopping. Tal condomínio é constituído pelas frações de terrenos, unidades autônomas, edificações, áreas comuns e demais instalações do Santana Parque Shopping, e dividido em 31,7% da Send, 2,1% da Park Shopping Adm., 16,2% da Sulshopping e 50% da Acapurana. Há direito de preferência dos condôminos em caso de alienação de qualquer participação. O resultado líquido das receitas mensais (aluguéis, co-participações, resultado de aplicações financeiras, entre outros) será distribuído mensalmente aos condôminos na proporção de suas participações. É necessária a aprovação de condôminos que representem a maioria da participação no condomínio para: (i) alteração da convenção de condomínio; (ii) alienação ou oneração de bens imóveis do condomínio; (iii) autorização para alienação de partes ideais do Santana Parque Shopping; (iv) escolha de administrador do condomínio; (v) expansão do Santana Parque Shopping; ou (vi) aprovação de contratação de seguro. A Aliance Administração de Empreendimentos Comerciais Ltda. é a administradora do condomínio.

Contratos de Locação

De uma maneira geral, os contratos de locação dos nossos *Shopping Centers* apresentam termos e condições padronizados, com prazo de vigência que varia de 3 a 5 anos, exceto pelo Auto Shopping cujos contratos prevêem prazos que variam de 1 a 3 anos. Ademais, nossos contratos de locação prevêem um aluguel variável, calculado a partir de uma porcentagem entre 4% e 8% do faturamento bruto do estabelecimento, não inferior a um valor mínimo mensal ajustado, exceto pelos contratos de locação do Auto Shopping, em que o valor do aluguel é fixo. De uma maneira geral, o valor de aluguel mínimo sofre um aumento cumulativo de 5% a cada 12 meses, além do reajuste decorrente da aplicação da correção monetária. Normalmente, nossos contratos de locação contam com fiança pessoal caução.

INFORMAÇÕES SOBRE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS EMITIDOS

Anteriormente à presente Oferta não emitimos publicamente quaisquer títulos ou valores mobiliários, nem tampouco realizamos oferta pública para aquisição de títulos ou valores mobiliários de outra companhia. Em [●] de [●] de 2007, obtivemos o nosso registro de companhia aberta junto à CVM sob o número [●].

Não havia mercado de bolsa ou de balcão organizado para as nossas Ações previamente à presente Oferta.

O principal mercado de negociação de nossas Ações será a BOVESPA, onde serão listadas as nossas Ações.

Em 2 de julho de 2007, celebramos com a BOVESPA o Contrato de Participação no Novo Mercado, o qual entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início da Oferta, de acordo com o qual nossas Ações serão admitidas à negociação no Novo Mercado. As Ações passarão a ser negociadas no Novo Mercado da BOVESPA no dia útil seguinte à data de publicação do Anúncio de Início, sob o código "GSHP3".

Com o intuito de promover um melhor ambiente para a negociação das nossas ações, poderemos vir a contratar uma corretora de valores membro da BOVESPA como formador de mercado, por um período a ser determinado e definido em contrato de prestação de serviços de acordo com regulamentação específica da

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

BOVESPA, CVM, e/ou outras entidades reguladoras. O formador de mercado é um agente que se compromete a manter ofertas de compra e venda de forma regular e contínua a um *spread* máximo estabelecido, facilitando os negócios e atenuando movimentos bruscos no preço da ação causados por falta de liquidez.

ADMINISTRAÇÃO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O Conselho de Administração é o nosso órgão de deliberação colegiada, responsável pelo estabelecimento das nossas políticas e diretrizes gerais de negócio, incluindo a nossa estratégia de longo prazo, o controle e a fiscalização de nosso desempenho. É responsável também, dentre outras atribuições, pela supervisão da gestão dos nossos diretores. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, cada conselheiro deve ser titular de, pelo menos, uma ação de emissão da Companhia.

Nosso Estatuto Social estabeleceu um número mínimo de cinco e máximo de oito membros, dos quais um será o Presidente e outro o Vice-Presidente, todos acionistas. Os conselheiros são eleitos em Assembléia Geral para um mandato unificado de dois anos, podendo ser reeleitos e destituídos a qualquer momento, devendo permanecer em exercício nos respectivos cargos, até a investidura de seus sucessores. Segundo o Regulamento do Novo Mercado e nosso estatuto, no mínimo, 20% de nossos conselheiros deverão ser conselheiros independentes.

A posse de novos membros do Conselho de Administração estará condicionada à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Administradores previsto no Regulamento do Novo Mercado.

Nosso Conselho de Administração reúne-se, ordinariamente, três vezes por ano, e extraordinariamente, sempre que necessário. As reuniões do Conselho de Administração somente se instalarão com a presença da maioria de seus membros em exercício, sendo que qualquer deliberação deverá ser tomada mediante o voto favorável da maioria dos membros em exercício, observados os casos de ausências temporárias e vacâncias, nos termos do nosso Estatuto Social, cabendo ao Presidente do nosso Conselho de Administração o voto de qualidade.

A Assembléia Geral determinará, pelo voto da maioria absoluta, não se computando os votos em branco, previamente à sua eleição, o número de cargos do Conselho de Administração da Companhia a serem preenchidos em cada exercício, observado o mínimo de cinco membros.

A Lei das Sociedades por Ações e a Instrução CVM nº 282, de 26 de junho de 1998, permitem a adoção do processo de voto múltiplo, mediante requerimento por acionistas que representem, no mínimo, 8% de nosso capital social votante.

A Lei das Sociedades por Ações, conforme interpretada pela CVM, permite que acionistas minoritários que, individualmente ou em grupo, detenham pelo menos 10,0% de nossas ações ordinárias subscritas e integralizadas indiquem, em votação em separado, um membro do Conselho de Administração em nossa Assembléia Geral Ordinária.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

A Lei das Sociedades por Ações não permite que seja eleito para o Conselho de Administração, salvo dispensa da Assembléia Geral, aquele que (i) ocupar cargo em sociedades consideradas nossas concorrentes; ou (ii) tiver interesse conflitante com a nossa Companhia.

O nosso Conselho de Administração é formado por seis membros, eleitos na Assembléia Geral Extraordinária realizada em 31 de maio de 2007, com mandato de dois anos. Os membros do nosso Conselho de Administração possuem endereço comercial na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida Angélica, 2466, 22º andar, conjunto 221, CEP 01228-200.

A tabela a seguir apresenta os nomes, cargos e mandato dos atuais membros de nosso Conselho de Administração.

Membros do Conselho de Administração	Cargo	Data de eleição	Término do mandato
Alessandro Poli Veronezi	Presidente	31/05/07	31/05/09
Victor Poli Veronezi	Vice Presidente	31/05/07	31/05/09
Ana Beatriz Poli Veronezi	Conselheira	31/05/07	31/05/09
Francisco José Ritondaro	Conselheiro	31/05/07	31/05/09
Antonio Dias Neto	Conselheiro	31/05/07	31/05/09
Edgard Antonio Pereira	Conselheiro Independente	31/05/07	31/05/09

COMITÊS DE ACESSORAMENTO AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Nosso Conselho de Administração, para seu assessoramento, poderá estabelecer a formação de comitês técnicos e consultivos, com objetivos e funções definidos, sendo integrados por membros dos órgãos de nossa administração ou não, observado que caberá ao nosso Conselho de Administração estabelecer as normas aplicáveis aos comitês, incluindo regras sobre composição, prazo de gestão, remuneração e funcionamento. Atualmente não temos comitês técnicos ou consultivos.

DIRETORES

Nossa Diretoria é composta por cinco membros, acionistas ou não, residentes no País, eleitos pelo Conselho de Administração, sendo um Diretor Presidente, um Diretor Financeiro, um Diretor de Relações com Investidores e dois Diretores sem designação específica. Cabe ao Conselho de Administração escolher um dos Diretores para o exercício das funções de Diretor de Relações com Investidores. O mandato dos Diretores é de dois anos, admitida a recondução. Os Diretores deverão permanecer em seus cargos até a eleição e posse de seus sucessores. A posse de novos membros da Diretoria estará condicionada à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Administradores previsto no Regulamento do Novo Mercado. Os membros da nossa Diretoria possuem endereço comercial na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida Angélica, 2466, 22º andar, conjunto 221, CEP 01228-200.

Nossa Diretoria é responsável pela administração dos negócios em geral e pela prática de todos os atos necessários ou convenientes para tanto, ressalvados aqueles para os quais seja por lei ou pelo nosso Estatuto Social atribuída competência à Assembléia Geral ou ao Conselho de Administração.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

A Diretoria reúne-se, ordinariamente, pelo menos uma vez por mês e, extraordinariamente, sempre que assim exigirem os negócios sociais. As reuniões da Diretoria são convocadas pelo Diretor Presidente ou por dois terços dos Diretores, somente sendo instaladas com a presença da maioria de seus membros. As deliberações de nossa Diretoria serão tomadas por maioria de votos dos presentes na reunião ou que tenham manifestado seu voto na forma de nosso Estatuto Social, observados os casos de vacância ou ausência temporária previstos em nosso Estatuto Social, cabendo ao Diretor Presidente o voto de qualidade.

As responsabilidades individuais de nossos Diretores são atribuídas pelo nosso Conselho de Administração e pelo Estatuto Social.

A tabela a seguir apresenta os nomes, cargos e mandato dos atuais membros de nossa Diretoria:

Diretores	Cargo	Data de eleição	Término do mandato
Waldemar Jezler Filho	Diretor Presidente	31/05/07	30/04/09
Alessandro Poli Veronezi	Diretor de Relações com Investidores	31/05/07	30/04/09
Ricardo Castro da Silva	Diretor Financeiro	31/05/07	30/04/09
Alexandre Lopes Dias	Diretor de Marketing e Relação com Varejo	31/05/07	30/04/09
Victor Poli Veronezi	Diretor de Planejamento e Expansão	31/05/07	30/04/09

CONSELHO FISCAL

Atualmente, não temos um Conselho Fiscal instalado.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o Conselho Fiscal é um órgão independente da administração e da auditoria externa de uma companhia. A responsabilidade principal do Conselho Fiscal é fiscalizar os atos dos administradores e analisar as demonstrações financeiras, relatando suas observações aos acionistas.

Nosso Conselho Fiscal não é permanente, mas pode ser instalado em qualquer exercício social nos termos da legislação vigente, sendo seus membros eleitos pela Assembléia Geral Ordinária. Sempre que instalado, será constituído de três a cinco membros efetivos e igual número de suplentes, acionistas ou não. Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, quando seu funcionamento não for permanente, o Conselho Fiscal poderá ser instalado pela Assembléia Geral, a pedido de acionistas que representem, no mínimo, 10% das ações ordinárias, com mandato até a primeira Assembléia Geral Ordinária seguinte à sua instalação. A posse dos membros do Conselho Fiscal estará condicionada à prévia subscrição do Termo de Anuência dos membros do Conselho Fiscal previsto no Regulamento do Novo Mercado.

Adicionalmente, acionistas minoritários que representem, no mínimo, 10% das ações ordinárias, também têm direito de eleger separadamente um membro do Conselho Fiscal e seu suplente. O Conselho Fiscal não pode ter membros que façam parte do Conselho de Administração, da Diretoria ou do nosso quadro de empregados ou do quadro de empregados de uma empresa controlada ou de uma empresa do mesmo grupo, tampouco um cônjuge ou parente dos nossos administradores. Além disso, a Lei das Sociedades por Ações exige que os membros do Conselho Fiscal recebam, a título de remuneração, no mínimo, 10% da média da remuneração paga aos Diretores, excluindo benefícios, verbas de representação e participações nos lucros e resultados.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

REMUNERAÇÃO

De acordo com o nosso Estatuto Social e observados os limites previstos na legislação aplicável, a Assembleia Geral poderá determinar anualmente, nos termos do artigo 152, parágrafo 1º da Lei das Sociedades por Ações, o pagamento aos administradores, a título de participação nos lucros, de até 10% do resultado do exercício, depois de deduzidos do resultado do exercício os prejuízos acumulados, a provisão para o imposto sobre a renda e a provisão para a CSLL, e de acordo com o critério determinado pelo nosso Conselho de Administração. O pagamento de participação nos lucros aos administradores da Companhia somente poderá ocorrer após o pagamento do dividendo obrigatório aos nossos acionistas. No caso de ser fixada remuneração global caberá ao Conselho de Administração deliberar sobre a sua distribuição entre seus membros e os membros da Diretoria.

Nossa Assembleia Geral Extraordinária realizada em 31 de maio de 2007 aprovou o valor correspondente a R\$5.000.000,00 como remuneração global de nossos administradores, com relação ao exercício social de 2007, sendo que nosso Conselho de Administração deverá deliberar sobre a distribuição de referida remuneração global entre nossos administradores.

PLANO DE OPÇÃO DE COMPRA DE AÇÕES

Não outorgamos e não pretendemos outorgar tão logo a Oferta seja realizada, qualquer Plano de Opção de Compra de Ações para nossos empregados ou membros da Administração.

CONTRATOS COM ADMINISTRADORES

A Companhia não é parte em contrato ou outra obrigação relevante com os membros do nosso Conselho de Administração e Diretoria. Entretanto, nosso conselheiro e diretor, Alessandro Poli Veronezi, é avalista em cédulas de crédito bancário emitidas por sociedades de nosso grupo em favor de instituições financeiras. Tais avais foram prestados gratuitamente.

AÇÕES DE TITULARIDADE DE NOSSOS ADMINISTRADORES

A tabela abaixo indica a quantidade de ações detidas diretamente pelos nossos Conselheiros e Diretores, e o percentual que suas participações individuais representam na quantidade total de ações ordinárias emitidas, antes e após a Oferta:

Nome	Cargo	Quantidade de Ações antes da		Quantidade de Ações após	
		Oferta	%	a Oferta	%
Alessandro Poli Veronezi	Conselheiro e Diretor de Relações com Investidores	2.895	*	2.895	*
Victor Poli Veronezi	Conselheiro e Diretor de Planejamento e Expansão	2.895	*	2.895	*
Ana Beatriz Poli Veronezi	Conselheiro	2.895	*	2.895	*
Antonio Dias Neto	Conselheiro	1	*		
Francoise José Ritondaro	Conselheiro	1	*	1	*
Edgard Antonio Pereira	Conselheiro Independente	1	*	1	*
Total		8.688	*	8.688	

* Representa menos de 0,01%

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Nosso principal acionista é a Golf Participações, cuja composição acionária está descrita na tabela abaixo:

Acionista ¹	Quantidades de Quotas da Golf Participações e percentagens	
	Quotas	(%)
Alessandro Poli Veronezi	1.633.191 ²	33,4
Victor Poli Veronezi	1.633.191 ³	33,3
Ana Beatriz Poli Veronezi	1.633.190 ⁴	33,3
Total	4.899.572	100,0

¹ Os Srs. Alessandro, Victor e Ana Beatriz são irmãos.

² Do total de quotas (i) 315.000 quotas foram doadas ao Sr. Alessandro com reserva de usufruto dos direitos políticos e patrimoniais em favor da Sra. Maria Dirce Poli Veronezi, mãe do Sr. Alessandro; e (ii) 315.000 quotas foram doadas ao Sr. Alessandro com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor do Sr. Antonio Veronezi, pai do Sr. Alessandro.

³ Do total de quotas (i) 315.000 quotas foram doadas ao Sr. Victor com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor da Sra. Maria Dirce Poli Veronezi, mãe do Sr. Victor; e (ii) 315.000 quotas foram doadas ao Sr. Victor com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor do Sr. Antonio Veronezi, pai do Sr. Victor.

⁴ Do total de quotas (i) 315.000 quotas foram doadas à Sra. Ana Beatriz com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor da Sra. Maria Dirce Poli Veronezi, mãe da Sra. Ana Beatriz; e (ii) 315.000 quotas foram doadas à Sra. Ana Beatriz com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor do Sr. Antonio Veronezi, pai da Sra. Ana Beatriz.

DESCRIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

GERAL

Somos uma sociedade por ações de capital autorizado, constituída de acordo com as leis do Brasil, registrada perante a JUCESP sob o NIRE 35.3.00340.833, desde 06 de março de 2007.

CAPITAL SOCIAL

Na data deste Prospecto Preliminar, o nosso capital social é de R\$31.084.763,00, totalmente subscrito e integralizado, dividido em 30.000.000 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal. De acordo com o nosso Estatuto Social, por deliberação do Conselho de Administração, nosso capital social poderá ser aumentado, independentemente de reforma estatutária, até o limite de 35.000.000 novas ações ordinárias, totalizando um capital social representado por até 65.000.000 ações ordinárias nominativas. Os nossos acionistas deverão aprovar em Assembléia Geral qualquer aumento de capital que exceda o limite do capital autorizado acima mencionado.

De acordo com as regras do Novo Mercado, nosso capital social deve ser representado exclusivamente por ações ordinárias e, portanto, não estamos autorizados a emitir ações preferenciais. Em 21 de junho de 2007, realizamos uma Assembléia Geral Extraordinária que aprovou as últimas alterações em nosso Estatuto Social, o qual reflete as regras do Novo Mercado. Em 2 de julho de 2007, celebramos um contrato com a BOVESPA, regulando a listagem das nossas ações ordinárias no Novo Mercado da BOVESPA.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

HISTÓRICO DO CAPITAL SOCIAL

A tabela a seguir apresenta as alterações de nosso capital social desde nossa constituição em março de 2007, bem como as alterações ocorridas até a data deste Prospecto Preliminar:

Data	Valor da alteração	Valor do capital social	Alteração
31/03/2007	R\$31.075.763,00	R\$31.084.763,00	Aumento do capital social, mediante conferência de 135.038.839 quotas representativas do capital social da Levian e de 3.816.399 quotas representativas do capital social da Atlas

Objeto Social

De acordo com o artigo 2º de nosso Estatuto Social, temos como objeto social a administração de bens próprios e de terceiros, a participação em negócios mobiliários e imobiliários, incorporações imobiliárias; e atividades correlatas ou assemelhadas.

Direitos das Ações Ordinárias

Cada Ação Ordinária confere ao respectivo titular direito a um voto nas nossas assembleias gerais ordinárias e extraordinárias de acionistas. De acordo com o Regulamento do Novo Mercado, o nosso capital social deve ser representado exclusivamente por ações ordinárias. No caso da nossa liquidação, é conferido aos titulares das Ações Ordinárias direito ao recebimento do capital, na proporção das ações detidas por cada um, após o cumprimento de todas as obrigações sociais. Os titulares das Ações Ordinárias têm o direito de participar dos aumentos do nosso capital social, na proporção das ações detidas por cada um deles. Exceto em situações específicas, previstas na Lei das Sociedades por Ações e em "*Direito de Preferência*" abaixo, referido direito de preferência na subscrição de ações dos acionistas titulares de Ações Ordinárias poderá ser excluído ou ter seu prazo de exercício reduzido.

Nossas ações ordinárias têm direito de serem incluídas em oferta pública de aquisição de ações em decorrência da alienação do nosso controle, nas mesmas condições obtidas pelo acionista controlador alienante, de forma a assegurar a nossos demais acionistas tratamento igualitário àquele dado ao acionista controlador alienante.

As Ações garantirão aos seus titulares o direito de recebimento integral dos dividendos que venham a ser por nós distribuídos.

Assembleias Gerais

Nas assembleias gerais regularmente convocadas e instaladas, nossos acionistas estão autorizados a decidir sobre todos os negócios relativos ao nosso objeto e a tomar todas as deliberações que julgarem convenientes aos nossos interesses. Compete exclusivamente aos nossos acionistas aprovar, em Assembleia Geral Ordinária, as nossas demonstrações financeiras, e deliberar sobre a destinação do nosso lucro líquido e o pagamento de dividendos relativos ao exercício social imediatamente anterior. Nossos conselheiros são, em regra, eleitos em Assembleias Gerais Ordinárias, ainda que de acordo com a Lei das Sociedades por Ações

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

eles possam também ser eleitos em Assembléia Geral Extraordinária. Os membros do Conselho Fiscal, na hipótese em que a sua instalação tenha sido solicitada por número suficiente de acionistas, podem ser eleitos em qualquer assembléia geral.

Uma Assembléia Geral Extraordinária pode ser realizada ao mesmo tempo em que a Assembléia Geral Ordinária. Compete aos nossos acionistas decidir em Assembléia Geral sobre as matérias abaixo relacionadas, sem prejuízo de outras matérias de sua competência:

- reforma do nosso Estatuto Social;
- eleição e destituição dos membros do nosso Conselho de Administração e do Conselho Fiscal, se instalado;
- fixação dos honorários globais dos membros do nosso Conselho de Administração e da nossa Diretoria, assim como da remuneração dos membros do Conselho Fiscal, quando instalado;
- atribuição de bonificações em ações;
- desdobramentos ou grupamentos de ações de nossa emissão;
- aprovação de planos de opção de compra de ações;
- tomada das contas dos administradores e deliberação sobre as demonstrações financeiras por eles apresentadas;
- destinação do lucro líquido do exercício e pagamento de dividendos, de acordo com proposta apresentada pela nossa administração;
- eleição do liquidante, bem como dos membros do Conselho Fiscal, o qual deverá funcionar no período de liquidação;
- saída do Novo Mercado;
- escolha de empresa especializada responsável pela determinação do valor econômico da nossa Companhia para fins das ofertas públicas previstas no nosso Estatuto Social, dentre as empresas indicadas pelo nosso Conselho de Administração;
- emissão de debêntures conversíveis e/ou com garantia real de nossa emissão;
- suspensão do exercício dos direitos de acionista que deixou de cumprir obrigação prevista em lei ou em nosso Estatuto Social;
- avaliação de bens através dos quais um acionista pretende subscrever ações do nosso capital social;
- nossa transformação em uma sociedade limitada ou qualquer outra forma prevista na legislação societária;
- nossa fusão e incorporação em outra sociedade ou cisão;
- nossa dissolução e liquidação, eleição e destituição dos liquidantes, bem como aprovação das contas por estes apresentadas; e

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- autorização para que nossos administradores confessem nossa falência ou requeiram nossa recuperação judicial ou extrajudicial.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o nosso Estatuto Social e as deliberações aprovadas em assembléia geral não podem privar os nossos acionistas dos seguintes direitos:

- direito de votar nas assembléias gerais;
- direito de participar na distribuição dos lucros;
- direito de participar, na proporção da sua participação no nosso capital social, na distribuição de quaisquer ativos remanescentes na hipótese da nossa liquidação;
- direito de preferência na subscrição de ações, debêntures conversíveis em ações e bônus de subscrição, exceto em determinadas circunstâncias previstas na Lei das Sociedades por Ações descritas em "Direito de Preferência"; e
- direito de retirar-se da nossa Companhia nos casos previstos na Lei das Sociedades por Ações, conforme descrito em "Direito de Retirada e Resgate".

Em relação ao exercício do direito de voto de nossos acionistas em assembléia geral, nosso Estatuto Social limita tal direito de voto nos casos em que qualquer de nossos acionistas descumpra o previsto em nosso Estatuto Social relacionado (i) à obrigação de oferta pública quando adquira participação em quantidade igual ou superior a 15% (quinze por cento) do nosso capital social; e (ii) às obrigações na hipótese em que o controle da Companhia passe a ser qualificado como controle difuso e qualquer um de nossos acionistas atinja, direta ou indiretamente, participação em nossas ações em circulação, igual ou superior a 5% (cinco por cento) do nosso capital social; casos em que nosso Conselho de Administração convocará assembléia geral extraordinária, na qual o acionista que esteja em descumprimento de tais obrigações, conforme o caso, não poderá votar para deliberar sobre a suspensão do exercício dos direitos desse acionista por descumprimento de qualquer dessas obrigações impostas por nosso Estatuto Social.

Quorum

Como regra geral, a Lei das Sociedades por Ações prevê que a assembléia geral será instalada, em primeira convocação, com a presença de acionistas que detenham, pelo menos, 25% do capital social com direito a voto e, em segunda convocação, com qualquer número de acionistas titulares de ações com direito a voto. Caso os acionistas tenham sido convocados para deliberar sobre a reforma do nosso Estatuto Social, o quorum de instalação em primeira convocação será de pelo menos dois terços dos acionistas titulares de Ações Ordinárias e, em segunda convocação, de qualquer número de acionistas.

De modo geral, para a aprovação de qualquer matéria pela Assembléia Geral, são necessários votos favoráveis da maioria absoluta dos acionistas presentes na Assembléia Geral, sendo que as abstenções não são levadas em conta para efeito deste cálculo. Destacamos que os acionistas devem comparecer pessoalmente à Assembléia Geral ou serem representados por procurador constituído de acordo com as exigências da Lei das Sociedades por Ações

Contudo, as matérias descritas abaixo, dependem da aprovação de acionistas que representem metade, no mínimo, das Ações Ordinárias:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- redução do dividendo obrigatório a ser distribuído aos nossos acionistas;
- mudança do nosso objeto social;
- nossa fusão ou incorporação em outra sociedade;
- nossa cisão;
- nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido da Lei das Sociedades por Ações);
- cessação do nosso estado de liquidação;
- nossa dissolução;
- incorporação de todas as nossas ações por outra sociedade brasileira, de modo a nos tornarmos uma subsidiária integral da mesma; e
- saída do Novo Mercado.

Enquanto estivermos no Novo Mercado, o nosso capital social deve ser representado exclusivamente por Ações Ordinárias e, para sairmos do Novo Mercado e passarmos a ter registro para negociação fora do Novo Mercado, o nosso acionista controlador deverá efetivar uma oferta pública de aquisição das ações dos demais acionistas. Para mais informações vide seção "Saída do Novo Mercado" na página [•].

Convocação

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, as nossas assembleias gerais são convocadas mediante anúncio publicado por três vezes no Diário Oficial do Estado de São Paulo, veículo oficial do Governo do Estado de São Paulo, bem como em outro jornal de grande circulação. A primeira convocação deve ser feita, no mínimo, quinze dias antes da realização da assembleia geral, e a segunda convocação deve ser feita com, no mínimo, oito dias de antecedência. A CVM poderá, todavia, a pedido de qualquer acionista e ouvida a nossa Companhia, em determinadas circunstâncias, requerer que a primeira convocação para nossas assembleias gerais seja feita em até trinta dias antes da realização da respectiva assembleia geral.

Local da Realização de Assembleia Geral

Nossas assembleias gerais são realizadas em nossa sede, na cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo. A Lei das Sociedades por Ações permite que nossas assembleias gerais sejam realizadas fora de nossa sede, nas hipóteses de força maior, desde que elas sejam realizadas na localidade da sede e a respectiva convocação contenha uma indicação expressa e inequívoca do local em que a assembleia geral deverá ocorrer.

Competência para Convocar Assembleias Gerais

Compete, ordinariamente, ao nosso Conselho de Administração convocar as assembleias gerais, ainda que as mesmas possam ser convocadas pelas seguintes pessoas ou órgãos:

- qualquer acionista, quando nossos administradores retardarem a convocação por mais de 60 dias da data em que deveriam tê-la realizado, nos termos da Lei das Sociedades por Ações;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- acionistas que representem 5%, no mínimo, do nosso capital social, caso nossos administradores deixem de convocar, no prazo de oito dias, uma assembléia solicitada pelos mesmos, através de pedido que apresente as matérias a serem tratadas e esteja devidamente fundamentado;
- acionistas que representem 5%, no mínimo, do nosso capital social quando nossos administradores não atenderem, no prazo de oito dias, um pedido de convocação de assembléia que tenha como finalidade a instalação do Conselho Fiscal;
- Conselho Fiscal, quando instalado, caso os órgãos da administração retardarem a convocação da Assembléia Geral Ordinária por mais de um mês da data prevista para a sua realização; e
- Conselho Fiscal, quando instalado, poderá, ainda, convocar Assembléia Geral Extraordinária, sempre que ocorrerem motivos graves ou urgentes a serem tratados.

Legitimação e Representação

Os acionistas presentes à assembléia geral deverão provar a sua qualidade de acionista e sua titularidade das ações com relação às quais pretendem exercer o direito de voto.

Nossos acionistas podem ser representados na assembléia geral por procurador constituído há menos de um ano, que seja nosso acionista, nosso administrador ou advogado, ou ainda por uma instituição financeira. Fundos de investimento devem ser representados pelo seu administrador.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Eleição

De acordo com o nosso Estatuto Social, nosso Conselho de Administração deve ser composto de, no mínimo cinco e, no máximo, oito membros, todos acionistas, eleitos em Assembléia Geral para um mandato de dois anos, podendo ser reeleitos. O número dos membros do Conselho de Administração será definido nas assembléias gerais pelo voto da maioria absoluta dos titulares das nossas Ações Ordinárias. Com base em nosso capital social atual, a Lei das Sociedades por Ações, em conjunto com a Instrução CVM nº 282, de 26 de junho de 1998, permite a adoção do processo de voto múltiplo, mediante requerimento por acionistas representando, no mínimo, 8% do nosso capital votante. Em não sendo solicitada a adoção do voto múltiplo, os conselheiros serão eleitos pelo voto majoritário de acionistas titulares de nossas Ações Ordinárias, presentes ou representados por procurador, sendo assegurado aos acionistas que detenham, individualmente ou em bloco, pelo menos 10% de nossas Ações Ordinárias (excluído o acionista controlador), o direito de indicar, em votação em separado, um conselheiro e seu suplente. Esses direitos somente poderão ser exercidos pelos acionistas que comprovarem a titularidade ininterrupta da participação acionária exigida durante o período de três meses, no mínimo, imediatamente anterior à realização da assembléia geral.

Nos termos do Regulamento do Novo Mercado, no mínimo 20% dos membros do Conselho de Administração de uma companhia listada no Novo Mercado devem ser "independentes". O Regulamento do Novo Mercado define como "independente" o membro do Conselho de Administração que: (i) não tem qualquer vínculo com a companhia, exceto participação de capital; (ii) não é acionista controlador, cônjuge ou parente até segundo grau daquele, ou não é ou não foi, nos últimos três anos, vinculado a sociedade ou entidade relacionada ao acionista controlador (à exceção de pessoas vinculadas a instituições públicas de ensino e/ou pesquisa); (iii)

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

não foi, nos últimos três anos, empregado ou diretor da companhia, do acionista controlador ou de sociedade controlada pela companhia; (iv) não é fornecedor ou comprador, direto ou indireto, de serviços e/ou produtos da companhia, em magnitude que implique perda de independência; (v) não é funcionário ou administrador de sociedade ou entidade que esteja oferecendo ou demandando serviços e/ou produtos à companhia; (vi) não é cônjuge ou parente até segundo grau de algum administrador da companhia; (vii) não recebeu outra remuneração da companhia além da remuneração de conselheiro (proventos em dinheiro oriundos de participação no capital estão excluídos desta restrição).

Operações nas Quais os Conselheiros tenham Interesse

A Lei das Sociedades por Ações proíbe o membro do Conselho de Administração de:

- realizar qualquer ato de liberdade às custas da companhia, bem como tomar por empréstimo recursos ou bens da companhia ou usar, em proveito próprio, de sociedade em que tenha interesse ou de terceiros, os seus bens, serviços ou crédito, sem prévia autorização da assembleia geral ou do Conselho de Administração;
- receber, em razão do exercício de seu cargo, qualquer tipo de vantagem pessoal direta ou indireta de terceiros, sem autorização estatutária ou concedida através de assembleia geral; e
- intervir em qualquer operação social em que tiver interesse conflitante com o da companhia, ou nas deliberações que a respeito tomarem os demais administradores da companhia.

DIREITO DE RETIRADA E RESGATE

Direito de Retirada

Quaisquer de nossos acionistas dissidentes de certas deliberações tomadas em assembleia geral poderá retirar-se da nossa Companhia, mediante o reembolso do valor patrimonial de suas ações.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o direito de retirada poderá ser exercido, dentre outras, nas seguintes circunstâncias:

- nossa cisão (em situações específicas, conforme descritas no parágrafo abaixo);
- redução do dividendo obrigatório a ser distribuído aos nossos acionistas;
- mudança do nosso objeto social;
- nossa fusão ou incorporação em outra sociedade (em situações específicas, conforme descritas no parágrafo abaixo);
- nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações, e em situações específicas, conforme descritas abaixo);
- nossa transformação societária;
- incorporação de todas as nossas ações por outra sociedade brasileira, de modo a nos tornar uma subsidiária integral da mesma; e

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- aquisição do controle de outra companhia por um preço que exceda determinados limites previstos em lei.

A Lei das Sociedades por Ações estabelece que a nossa cisão somente ensejará direito de retirada nos casos em que ela ocasionar:

- a mudança do nosso objeto, salvo quando o patrimônio cindido for vertido para sociedade cuja atividade preponderante coincida com a decorrente do nosso objeto social;
- a redução do dividendo obrigatório a ser distribuído aos nossos acionistas;
- a nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações); ou
- se a sucessora não for companhia aberta e não obtiver o registro de companhia aberta no prazo de 120 dias contados da data da Assembléia Geral que aprovou a respectiva operação.

Caso ocorra a (i) nossa fusão ou incorporação em outra companhia; ou (ii) nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações), nossos acionistas não terão direito de retirada caso as Ações Ordinárias tenham as seguintes características:

- liquidez, ou seja, integrem o índice geral da BOVESPA ou o índice de qualquer outra bolsa, conforme definido pela CVM; e
- dispersão no mercado, de forma que o nosso acionista controlador, a sociedade controladora ou outras sociedades sob seu controle detenham menos da metade das nossas Ações Ordinárias.

O direito de retirada deverá ser exercido no prazo de 30 dias, contados da publicação da ata da assembléia geral que tiver aprovado o ato que deu origem ao recesso. Adicionalmente, temos o direito de reconsiderar qualquer deliberação que tenha ensejado direito de retirada nos dez dias subsequentes ao término do prazo de exercício desse direito, se entendermos que o pagamento do preço do reembolso das ações aos acionistas dissidentes colocaria em risco nossa estabilidade financeira.

No caso de exercício do direito de retirada, os nossos acionistas terão o direito de receber o valor patrimonial de suas ações, com base no nosso último balanço aprovado pela assembléia geral. Se, todavia, a deliberação que ensejou o direito de retirada tiver ocorrido há mais de 60 dias da data do último balanço aprovado, o acionista poderá solicitar, juntamente com o reembolso, o levantamento de balanço especial em data que atenda tal prazo, para avaliação do valor de suas ações. Neste caso, devemos pagar imediatamente 80% do valor de reembolso calculado com base no último balanço aprovado por nossos acionistas, e o saldo no prazo de 120 dias a contar da data da deliberação da assembléia geral.

Resgate

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, nossas ações podem ser resgatadas mediante determinação dos nossos acionistas em Assembléia Geral Extraordinária.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

DIREITO DE PREFERÊNCIA

Exceto conforme descrito no parágrafo abaixo, nossos acionistas possuem direito de preferência na subscrição de Ações Ordinárias em qualquer aumento de capital, na proporção de sua participação acionária, à época do referido aumento de capital. Nossos acionistas também possuem direitos de preferência na subscrição de debêntures conversíveis em ações e bônus de subscrição. Concede-se prazo não inferior a 30 dias contados da publicação do aviso aos acionistas referente ao aumento de capital, para o exercício do direito de preferência, sendo que este direito pode ser alienado pelo acionista.

Contudo, de acordo com a Lei das Sociedades por Ações e com o nosso Estatuto Social, o nosso Conselho de Administração poderá excluir o direito de preferência ou reduzir o prazo do exercício do direito de preferência dos nossos acionistas, nos aumentos de capital mediante emissões de ações ordinárias e emissão de bônus de subscrição dentro do limite do capital autorizado e, cuja colocação seja feita mediante venda em bolsa de valores ou subscrição pública ou através de permuta por ações, em oferta pública de aquisição de controle.

REGISTRO DE NOSSAS AÇÕES ORDINÁRIAS

Nossas Ações Ordinárias são mantidas sob a forma escritural junto ao Banco Itaú S.A.. A transferência de nossas ações é realizada por meio de um lançamento pelo Banco Itaú S.A.. em seus sistemas de registro a débito da conta das ações do alienante e a crédito da conta das ações do adquirente, mediante ordem por escrito do alienante ou mediante ordem ou autorização judicial.

NEGOCIAÇÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS DE NOSSA EMISSÃO PELOS NOSSOS ACIONISTAS CONTROLADORES, CONSELHEIROS E DIRETORES E PELA NOSSA COMPANHIA

Estamos sujeitos às regras estabelecidas na Instrução CVM 358, quanto à negociação de valores mobiliários de nossa emissão. Sendo assim, a nossa Companhia, nossos Acionistas Controladores, diretos ou indiretos, membros do nosso Conselho de Administração, nossos diretores e membros do nosso Conselho Fiscal, quando instalado, membros dos nossos comitês e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas, criados por disposição estatutária (considerados *insiders* para efeito da Lei do Mercado de Valores Mobiliários) são impedidos de negociar valores mobiliários de nossa emissão, incluindo operações com derivativos que envolvam valores mobiliários de emissão da nossa Companhia, nas seguintes condições:

- antes da divulgação ao mercado de ato ou fato relevante ocorrido nos nossos negócios;
- que se afastarem de cargos na nossa administração anteriormente à divulgação de informações relevantes relativas à nossa Companhia, originadas durante o seu período de gestão, estendendo-se a proibição de negociação (i) por um período de seis meses a contar da data em que tais pessoas se afastaram de seus cargos; ou (ii) até a divulgação do fato relevante ao mercado, salvo se a negociação puder interferir nas condições dos referidos negócios, em prejuízo da nossa Companhia ou dos nossos acionistas;
- sempre que estiver em curso processo de aquisição ou venda de ações de nossa emissão pela nossa Companhia, suas controladas, coligadas ou outra sociedade sob controle comum, ou se houver sido outorgada opção ou mandato para o mesmo fim, bem como se existir a intenção de promover a nossa incorporação, cisão total ou parcial, fusão, transformação ou reorganização societária;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- durante o período de 15 dias anteriores à divulgação de nossas informações trimestrais (ITR) e anuais (IAN e DFP) exigidas pela CVM, exceto se realizada em conformidade com o plano de investimentos aprovado por nossa Companhia, nos termos previstos pela regulamentação da CVM aplicável; e
- relativamente aos nossos Acionistas Controladores, membros do nosso Conselho de Administração e diretores, sempre que estiver em curso a aquisição ou a alienação de ações de nossa emissão pela própria Companhia, ou por qualquer uma das nossas controladas, coligadas ou outra companhia sob controle comum ao da nossa Companhia.

Além do disposto acima, nós, os nossos diretores, membros do nosso Conselho de Administração e Acionistas Controladores celebramos acordos de restrição à venda de Ações Ordinárias, por meio dos quais concordamos, sujeitos a algumas exceções, em não emitir, oferecer, vender, contratar a venda ou dar em garantia ou de outra forma alienar, direta ou indiretamente, dentro de até 180 dias contados da data deste Prospecto, qualquer Ação, qualquer valor mobiliário conversível em Ação, ou que represente um direito de receber Ações.

Adicionalmente, de acordo com as regras do Novo Mercado, o acionista controlador e os administradores de companhia listada no Novo Mercado não podem vender e/ou ofertar à venda ações de emissão da companhia, ou derivativos lastreados nestas ações, durante os primeiros seis meses subseqüentes à primeira distribuição pública de ações da companhia após a assinatura do Contrato de Participação no Novo Mercado. Após este período inicial de seis meses, o acionista controlador e os administradores não podem vender ou ofertar mais do que 40% de suas ações ordinárias, ou derivativos lastreados em ações de emissão da companhia de que eram titulares imediatamente após a efetivação da distribuição anteriormente mencionada, por seis meses adicionais.

Operações de Compra de Ações de Nossa Própria Emissão

Nosso Estatuto Social autoriza o nosso Conselho de Administração a aprovar a compra, pela nossa Companhia, de ações de nossa própria emissão. A decisão de comprar ações de nossa própria emissão para manutenção em tesouraria ou para cancelamento não pode, dentre outras coisas:

- resultar na redução do nosso capital social;
- requerer a utilização de recursos superiores ao saldo de lucros ou reservas disponíveis, constantes do último balanço;
- criar por ação ou omissão, direta ou indiretamente, condições artificiais de demanda, oferta ou preço das ações ou envolver práticas não equitativas;
- ter por objeto ações não integralizadas ou pertencentes ao nosso acionista controlador; ou
- ocorrer, enquanto estiver em curso oferta pública de aquisição das nossas ações.

Não podemos manter em tesouraria mais do que 10% da totalidade das ações de nossa emissão, excluídas as ações de titularidade do nosso acionista controlador, incluindo as ações detidas por nossas subsidiárias e coligadas.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Qualquer compra de ações de nossa emissão pela Companhia deve ser realizada em bolsa, exceto se as ações somente estiverem admitidas à negociação em mercado de balcão, não podendo tal compra ser feita por meio de operações privadas, exceto se previamente aprovada pela CVM. Podemos também comprar ações de nossa emissão na hipótese de deixarmos de ser uma companhia aberta. Adicionalmente, podemos comprar ou emitir opções de compra ou de venda das ações de nossa emissão, observada a regulamentação aplicável.

Divulgação de Informações

Como somos uma companhia aberta, devemos atender às exigências relativas a divulgação, previstas na Lei das Sociedades por Ações e nos normativos expedidos pela CVM. Ainda em função da listagem das nossas ações no Novo Mercado, devemos seguir, também, as exigências relativas à divulgação de informações contidas no Regulamento do Novo Mercado.

Divulgação de Informações Eventuais e Periódicas

A legislação do Mercado de Valores Mobiliários estabelece que uma companhia aberta deve fornecer à CVM e à BOVESPA determinadas informações periódicas, que incluem as informações anuais, as informações trimestrais e os relatórios trimestrais da administração e dos auditores independentes. A Lei do Mercado de Valores Mobiliários prevê também a obrigação de arquivarmos junto à CVM acordos de acionistas e avisos de convocação de assembleias gerais, bem como as atas destas assembleias.

Além dos requisitos de divulgação da legislação societária e da CVM, devemos observar também os seguintes requisitos de divulgação:

- no máximo seis meses após a obtenção de autorização para negociar no Novo Mercado, devemos apresentar demonstrações financeiras consolidadas após o término de cada trimestre (excetuado o último) e de cada exercício social, incluindo a demonstração de fluxo de caixa que deverá indicar, no mínimo, as alterações ocorridas no saldo de caixa e equivalentes de caixa, segregados em fluxos operacionais, financiamentos e investimentos;
- a partir da divulgação das demonstrações financeiras referentes ao segundo exercício após a obtenção de autorização para negociar nossos valores mobiliários no Novo Mercado, devemos, no máximo quatro meses após o encerramento do exercício social, (i) elaborar demonstrações financeiras ou demonstrações consolidadas de acordo com os padrões internacionais U.S. GAAP ou IFRS, em reais ou dólares, que deverão ser divulgadas na íntegra, no idioma inglês, acompanhadas (a) do relatório da administração, (b) das notas explicativas que informem, inclusive, o lucro líquido e o patrimônio líquido apurados ao final do exercício, segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e a proposta da destinação do resultado, e (c) do parecer dos auditores independentes; ou (ii) divulgar, em idioma inglês, a íntegra das demonstrações financeiras, relatório da administração e as notas explicativas, preparadas de acordo com a Lei das Sociedades por Ações, acompanhadas (a) de nota explicativa adicional que demonstre a conciliação do resultado do exercício e do patrimônio líquido apurados segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e segundo os padrões internacionais U.S. GAAP ou IFRS, conforme o caso, evidenciando as principais diferenças entre os critérios contábeis aplicados, e (b) do parecer dos auditores independentes; e
- no máximo 15 dias após o prazo estabelecido pela legislação para divulgação das informações trimestrais, devemos (i) apresentar, na íntegra, as informações trimestrais traduzidas para o idioma

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

inglês; ou (ii) apresentar as demonstrações financeiras ou demonstrações consolidadas de acordo com os padrões internacionais US GAAP ou IFRS, acompanhadas de parecer ou relatório de revisão especial dos auditores independentes. Esta apresentação de informações deverá ocorrer após a divulgação da primeira demonstração financeira elaborada de acordo com padrões internacionais.

Divulgação de Informações Trimestrais e Anuais

Em suas informações trimestrais e anuais, além das informações exigidas pela legislação aplicável, uma companhia listada no Novo Mercado, como nós, deverá:

- apresentar o balanço patrimonial consolidado, demonstração de resultado consolidado, e comentário de desempenho consolidado, caso a companhia esteja obrigada a apresentar demonstrações consolidadas ao fim do exercício social;
- informar a posição acionária de todo aquele que detiver mais do que 5% do capital social da companhia, de forma direta ou indireta, até o nível da pessoa física;
- informar de forma consolidada a quantidade e características dos valores mobiliários de emissão da companhia de que sejam titulares, direta ou indiretamente, o acionista controlador, os administradores e os membros do Conselho Fiscal, se instalado;
- informar a evolução da participação do acionista controlador, dos membros do Conselho de Administração, da Diretoria e do Conselho Fiscal, se instalado, em relação aos respectivos valores mobiliários, nos 12 meses imediatamente anteriores;
- incluir em notas explicativas a demonstração de fluxo de caixa;
- informar a quantidade de ações em circulação e sua porcentagem em relação ao total de ações emitidas; e
- informar a existência e a vinculação à cláusula compromissária de arbitragem.

As informações previstas no segundo, terceiro, quarto, sexto e sétimo itens acima deverão também ser incluídas na seção "Outras Informações que a Companhia Entenda Relevantes" das Informações Trimestrais – ITR, bem como as informações previstas no terceiro, quarto e sétimo itens acima deverão ser incluídas nas Informações Anuais – IAN da Companhia, na seção "Outras Informações Consideradas Importante para Melhor Entendimento da Companhia".

Divulgação de Negociação por Acionista Controlador, Membro do Conselho de Administração, Diretor ou Membro do Conselho Fiscal

Nossos administradores e membros do Conselho Fiscal, quando instalado, ou de qualquer outro órgão técnico ou consultivo devem informar a nós, à CVM e à BOVESPA o número, tipo e a forma de negociação dos valores mobiliários de emissão da Companhia, das sociedades controladas por nós e das sociedades que detêm nosso controle, ~~que~~ que são detidos por eles e por seus cônjuges, companheiros (as), dependentes incluídos em sua declaração anual de imposto sobre a renda e de sociedades controladas direta ou indiretamente, bem como quaisquer alterações nas suas respectivas participações. As informações relativas à aquisição de tais valores mobiliários (como, por exemplo, quantidade e característica dos valores mobiliários, preço e data de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

operação) devem ser fornecidas a nós dentro do prazo de ~~10~~ dez dias a contar do final do mês em que tais movimentações ocorreram.

Além disso, as regras do Novo Mercado obrigam o nosso acionista controlador a divulgar as informações acima à BOVESPA, incluindo informação relativa a derivativos.

De acordo com a Instrução CVM 358, sempre que restar elevada ou reduzida em pelo menos 5% do nosso capital social a participação dos nossos Acionistas Controladores, direta ou indiretamente, ou de acionistas que elegem membros do nosso Conselho de Administração, tais acionistas ou grupo de acionistas deverão comunicar à BOVESPA e à CVM as seguintes informações:

- nome e qualificação do adquirente das ações;
- objetivo da participação e quantidade visada;
- número de ações, bônus de subscrição, bem como de direitos de subscrição de ações e de opções de compra de ações, por espécie e classe, debêntures conversíveis em ações já detidas, direta ou indiretamente, pelo adquirente ou por pessoa a ele ligada; e
- indicação de qualquer acordo ou contrato regulando o exercício do direito de voto ou a compra e venda de valores mobiliários de emissão da companhia.

Divulgação de Ato ou Fato Relevante

A Instrução CVM 358 dispõe sobre a divulgação e uso de informações sobre ato ou fato relevante relativo às companhias abertas, regulando o seguinte:

- estabelece o conceito de fato relevante, estando incluído nesta definição qualquer decisão de acionista controlador, deliberação de assembleia geral ou dos órgãos da administração de companhia aberta, ou qualquer outro ato ou fato de caráter político-administrativo, técnico, negocial ou econômico-financeiro ocorrido ou relacionado aos negócios da companhia, que possa influir de modo ponderável na (i) cotação dos valores mobiliários; (ii) decisão de investidores em comprar, vender ou manter tais valores mobiliários; e (iii) na decisão dos investidores de exercer quaisquer direitos inerentes à condição de titulares de valores mobiliários emitidos pela companhia;
- dá exemplos de ato ou fato potencialmente relevante que incluem, entre outros, a assinatura de acordo ou contrato de transferência do controle acionário da companhia, ingresso ou saída de sócio que mantenha com a companhia contrato ou colaboração operacional, financeira, tecnológica ou administrativa, incorporação, fusão ou cisão envolvendo a companhia ou sociedades ligadas;
- obriga o Diretor de Relações com Investidores, os Acionistas Controladores, diretores, membros do conselho fiscal e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas a comunicar qualquer fato relevante à CVM;
- requer a divulgação simultânea de fato relevante em todos os mercados onde a companhia tenha as suas ações listadas para negociação;
- obriga o adquirente do controle acionário de companhia aberta a divulgar fato relevante, incluindo a sua intenção de cancelar o registro de companhia aberta no prazo de um ano da aquisição;

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- estabelece regras relativas à divulgação de aquisição ou alienação de participação relevante em companhia aberta; e
- restringe o uso de informação privilegiada.

Nos termos da Instrução CVM 358, em circunstâncias excepcionais, podemos submeter à CVM um pedido de tratamento confidencial com relação a um ato ou fato relevante, quando nossos Acionistas Controladores ou administradores entenderem que a divulgação colocaria em risco interesse legítimo da nossa Companhia.

Cancelamento do Registro de Companhia Aberta

O cancelamento do registro de companhia aberta só pode ocorrer caso o controlador ou a própria companhia realize uma oferta pública de aquisição de todas as ações de sua emissão em circulação, sendo observados os seguintes requisitos:

- que o preço ofertado seja justo, na forma estabelecida na Lei das Sociedades por Ações e no Regulamento do Novo Mercado; e
- que os acionistas titulares de mais de dois terços das ações em circulação tenham concordado expressamente com o cancelamento do registro ou aceitado a oferta pública, formando-se como base de cálculo apenas aquelas ações cujos titulares tiverem concordado expressamente com o cancelamento do registro ou tiverem se habilitado para o leilão de oferta pública.

A Lei das Sociedades por Ações define preço justo como sendo aquele apurado com base nos critérios, adotados de forma isolada ou combinada, de patrimônio líquido contábil, de patrimônio líquido avaliado a preço de mercado, de fluxo de caixa descontado, de comparação por múltiplos, de cotação das nossas ações no mercado ou com base em outro critério aceito pela CVM.

De acordo com o Regulamento do Novo Mercado e o nosso Estatuto Social, o preço mínimo das ações na oferta pública de aquisição de ações a ser efetuada para o cancelamento do registro de companhia aberta deverá corresponder ao valor econômico apurado em laudo de avaliação elaborado por empresa especializada e independente quanto ao nosso poder de decisão, nossos administradores e/ou nossos acionistas controladores, com experiência comprovada, que será escolhida pelos acionistas representantes das ações em circulação presentes em assembléia geral a partir de lista tríplice apresentada pelo nosso Conselho de Administração.

É assegurada a revisão do valor da oferta, no caso de titulares de no mínimo 10% das ações em circulação no mercado requererem aos nossos administradores que convoquem assembléia especial dos acionistas para deliberar sobre a realização de nova avaliação, pelo mesmo ou por outro critério, para determinação do valor da nossa Companhia. Tal requerimento deverá ser apresentado no prazo de 15 dias, contados da divulgação do valor da oferta pública, devidamente fundamentado. Os acionistas que requisitarem a realização de nova avaliação, bem como aqueles que votarem a seu favor, deverão nos ressarcir pelos custos incorridos, caso o novo valor seja inferior ou igual ao valor inicial da oferta pública. Caso o valor apurado na segunda avaliação seja maior, a oferta pública deverá obrigatoriamente adotar esse valor maior, ou ser cancelada.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Juízo Arbitral

Nossa Companhia, nossos acionistas, nossos administradores e os membros do nosso Conselho Fiscal (quando instalado), obrigam-se a resolver, por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre nós, relacionada ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações, no nosso Estatuto Social, nas normas editadas pelo CMN, pelo BACEN e pela CVM, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado e do Contrato de Participação no Novo Mercado, perante a Câmara de Arbitragem do Mercado da BOVESPA, de acordo com seu respectivo Regulamento de Arbitragem.

Saída do Novo Mercado

Podemos, a qualquer momento, requerer o cancelamento da negociação das nossas Ações Ordinárias no Novo Mercado, desde que tal deliberação seja aprovada em assembléia geral por acionistas que representem a maioria das Ações Ordinárias com direito a voto, e desde que a BOVESPA seja informada por escrito, com no mínimo 30 dias de antecedência.

Quando ocorrer a nossa saída do Novo Mercado, para que as Ações Ordinárias passem a ter registro de negociação fora do Novo Mercado, nosso acionista controlador deverá efetivar oferta pública de aquisição das ações dos demais acionistas, respeitadas as normas legais e regulamentares aplicáveis, no mínimo, pelo valor econômico apurado, mediante elaboração de laudo de avaliação por empresa especializada e independente com experiência comprovada, que será escolhida pelos acionistas representantes das ações em circulação presentes em assembléia geral a partir de lista tríplice apresentada pelo nosso Conselho de Administração.

O cancelamento da listagem das Ações Ordinárias no Novo Mercado não implica no cancelamento da negociação das Ações Ordinárias na BOVESPA.

Na hipótese da nossa saída do Novo Mercado, em razão de reorganização societária, na qual a companhia resultante não seja admitida à negociação no Novo Mercado, o nosso acionista controlador deverá, respeitadas as normas legais e regulamentares aplicáveis, efetivar oferta pública de aquisição das ações pertencentes aos nossos demais acionistas, no mínimo, pelo valor econômico das ações.

Na hipótese de haver controle difuso, a saída de nossa Companhia do Novo Mercado, seja por registro para negociação das ações fora do Novo Mercado, seja por reorganização societária, ensejará a realização de oferta pública de aquisição de ações pelos acionistas que tenham votado a favor da respectiva deliberação.

Caso o nosso controle seja alienado nos 12 meses subsequentes à nossa saída do Novo Mercado, o nosso acionista controlador alienante e o adquirente do controle deverão, conjunta e solidariamente, oferecer aos demais acionistas a aquisição de suas ações, nas mesmas condições e pelo mesmo preço pago ao acionista controlador alienante na alienação de suas próprias ações, devidamente atualizado.

Mediante o cancelamento da listagem das Ações Ordinárias no Novo Mercado, não poderemos solicitar a listagem das Ações Ordinárias no Novo Mercado no período de dois anos subsequentes ao cancelamento, salvo se ocorrer uma mudança no nosso controle acionário após o cancelamento.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

DIVIDENDOS E POLÍTICA DE DIVIDENDOS

VALORES DISPONÍVEIS PARA DISTRIBUIÇÃO

Em cada Assembléia Geral Ordinária, o nosso Conselho de Administração deverá fazer uma recomendação sobre a destinação do lucro líquido do exercício social anterior, que será objeto de deliberação por nossos acionistas. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o lucro líquido é definido como o resultado do exercício deduzidos os prejuízos acumulados de exercícios sociais anteriores, a provisão para o imposto sobre a renda, a provisão para CSLL e quaisquer valores destinados ao pagamento de participações estatutárias de empregados e administradores.

Em linha com a Lei das Sociedades por Ações, nosso Estatuto Social prevê que uma quantia equivalente a, no mínimo, 25% do nosso lucro líquido anual ajustado, conforme reduzido pelas destinações à nossa reserva legal e reserva para contingências (se houver), e conforme acrescido mediante a reversão de valores das nossas reservas de lucros (exceto os valores alocados à nossa reserva legal e reserva estatutária (se houver) e da reserva para contingências (se houver), deverá estar disponível para distribuição aos nossos acionistas, a título de dividendo ou pagamento de juros sobre o capital próprio em cada ano). Tal quantia distribuída ou paga representa o dividendo mínimo obrigatório. Além disso, o dividendo obrigatório estará limitado à porção do lucro líquido realizado. Adicionalmente, o montante de dividendos deve ser posteriormente acrescido da quantidade realizada da reserva de lucros a realizar. Nossos cálculos relativos ao lucro líquido e alocações para reservas referentes a qualquer exercício social, bem como aos valores disponíveis para distribuição, são determinados com base em nossas demonstrações financeiras não consolidadas preparadas de acordo com a Lei das Sociedades por Ações.

RESERVAS

De acordo com a legislação brasileira, as companhias geralmente apresentam duas principais contas de reservas – as reservas de lucros e as reservas de capital.

Reservas de Lucros

Nossas reservas de lucros compreendem a reserva legal, a reserva de lucros a realizar, a reserva para contingências, a reserva de retenção de lucros e a reserva estatutária.

Reserva legal. Estamos obrigados a manter reserva legal, à qual devemos destinar 5,0% do lucro líquido de cada exercício social até que o valor da reserva seja igual a 20,0% do nosso capital integralizado. Não obstante, não somos obrigados a fazer qualquer destinação à reserva legal com relação a qualquer exercício social em que a reserva legal, quando acrescida às outras reservas de capital constituídas, exceder 30% do nosso capital social. Eventuais prejuízos líquidos poderão ser levados a débito da reserva legal. Os valores a serem alocados à reserva legal devem ser aprovados em assembléia geral e só podem ser utilizados para compensar prejuízos ou aumentar o nosso capital social. Dessa forma, os recursos da Reserva Legal não são disponíveis para pagamento de dividendos. Em 31 de março de 2007, não detínhamos quaisquer valores em reserva legal.

Reserva de lucros a realizar. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, no exercício social em que o valor do dividendo obrigatório ultrapassar a parcela realizada do lucro líquido, o excesso poderá ser destinado

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

à constituição de reserva de lucros a realizar. Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, considera-se realizada a parcela do lucro líquido do exercício que exceder a soma dos seguintes valores (i) o resultado líquido positivo, se houver, da equivalência patrimonial; e (ii) o lucro, ganho ou rendimento em operações cujo prazo de realização financeira ocorra após o término do exercício social seguinte. Os lucros registrados na reserva de lucros a realizar, quando realizados e se não tiverem sido absorvidos por prejuízos em exercícios subsequentes, deverão ser acrescidos ao primeiro dividendo declarado após a sua realização. Em 31 de março de 2007, não havia sido constituída reserva de lucros a realizar.

Reserva para contingências. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, parte do lucro líquido poderá ser destinada à reserva para contingências com a finalidade de compensar, em exercício futuro, a diminuição do lucro decorrente de perda julgada provável, cujo valor possa ser estimado. Qualquer valor destinado à reserva para contingências deverá ser revertido no exercício social em que a perda que tenha sido antecipada não venha, de fato, a ocorrer, ou deverá ser baixado na hipótese de a perda antecipada efetivamente ocorrer. A alocação de recursos destinados à reserva para contingências está sujeita à aprovação dos acionistas em assembléia geral. Em 31 de março de 2007, não contabilizamos reserva para contingências.

Reserva de retenção de lucros. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, a Assembléia Geral poderá deliberar reter parcela do lucro líquido do exercício prevista em orçamento de capital que tenha sido previamente aprovado. 31 de março de 2007, não detínhamos reserva de retenção de lucros.

[*Reserva estatutária.* De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, nosso Estatuto Social poderá criar reservas para onde poderemos alocar parte do nosso lucro líquido, devendo indicar a finalidade, critério de cálculo e limite máximo da reserva. A alocação dos recursos para reservas estatutárias não poderá ocorrer caso tal alocação afete o pagamento do dividendo obrigatório. Nosso Estatuto prevê a "Reserva para Efetivação de Novos Investimentos" que terá por finalidade preservar a integridade do patrimônio social, reforçando nosso capital social e de giro, com vistas a nos permitir realizar novos investimentos e será formada com até 100% do lucro líquido que remanescer após todas as deduções legais e estatutárias. O limite máximo desta reserva será de até 100% do capital social. Em 31 de março de 2007, não tínhamos contabilizado reserva de expansão.

O saldo das contas de reservas de lucros somado ao saldo da reserva estatutária, com exceção da reserva para contingências e reserva de lucros a realizar, não podem exceder o nosso capital social. Caso isso ocorra, a Assembléia Geral Ordinária deverá decidir se o excedente será utilizado no pagamento de capital subscrito e não integralizado, no aumento e subscrição de capital social ou no pagamento de dividendos.]

Reservas de Capital. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, as reservas de capital somente poderão ser utilizadas, entre outras coisas, para (i) absorção de prejuízos que excedam os lucros acumulados e as reservas de lucros; (ii) resgate, reembolso, ou compra das nossas próprias ações; e (iii) incorporação ao nosso capital social. As parcelas eventualmente destinadas à nossa reserva de capital não são consideradas no cálculo do dividendo obrigatório. Em 31 de março de 2007, não tínhamos contabilizado reserva de capital.

Reservas de Reavaliação. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, devem ser classificadas como reservas de reavaliação as contrapartidas de aumentos de valor atribuídos a elementos do ativo em virtude de novas avaliações. Em 31 de março de 2007, baseados em laudo preparado por peritos avaliadores independentes, registramos reavaliação das contas de terrenos, edificações e instalações. Como resultado, em

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

31 de março de 2007, tínhamos contabilizado como reservas de reavaliação, o montante de R\$81,8 milhões na Companhia e R\$131.617 no consolidado, líquido do imposto de renda e contribuição social diferidos.

PAGAMENTO DE DIVIDENDOS E JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO

A Lei das Sociedades por Ações determina que o estatuto social de uma sociedade anônima brasileira especifique um percentual mínimo do lucro disponível para pagamento aos acionistas, a título de dividendos, em cada exercício social, ainda que ele possa ser pago sob a forma de juros sobre o capital próprio, denominado dividendo obrigatório.

O dividendo obrigatório tem como base um percentual do lucro líquido ajustado nos termos da Lei das Sociedades por Ações, ao invés de um valor monetário fixo por ações. De acordo com o nosso Estatuto Social e de acordo com a Lei das Sociedades por Ações, devemos destinar, no mínimo, 25% do nosso lucro líquido ajustado, conforme explicado acima em "Valores Disponíveis para Distribuição", ao pagamento de dividendos aos nossos acionistas. A realização da reserva de reavaliação será adicionada na base de cálculo dos dividendos obrigatórios.

A Lei das Sociedades por Ações permite, entretanto, que uma companhia aberta suspenda a distribuição obrigatória de dividendos, caso o Conselho de Administração informe à Assembleia Geral Ordinária que a distribuição seria incompatível com a situação financeira da companhia. O Conselho Fiscal, se em funcionamento, deve dar parecer sobre a informação do Conselho de Administração. Nessa hipótese, a nossa administração deverá encaminhar exposição justificativa para a suspensão à CVM. Os lucros não distribuídos em razão da suspensão na forma acima mencionada serão registrados como reserva especial e, caso não sejam absorvidos por prejuízos em exercícios subseqüentes, deverão ser pagos, a título de dividendos, tão logo a condição financeira da companhia assim o permita. Segundo a Lei das Sociedades por Ações, a assembleia geral de uma companhia aberta, tal como nós, pode deliberar, desde que não haja oposição de qualquer acionista presente, pelo pagamento de dividendos em um montante inferior ao dividendo obrigatório, ou decidir reter o total do lucro líquido, exclusivamente para o pagamento de créditos representados por debêntures vencíveis e que não sejam conversíveis em ações.

O dividendo obrigatório pode ser pago também a título de juros sobre o capital próprio, tratado como despesa dedutível para fins de IRPJ e CSLL.

Dividendos

Somos obrigados pela Lei das Sociedades por Ações e por nosso Estatuto Social a realizar Assembleia Geral Ordinária até 30 de abril de cada exercício social, para deliberar, dentre outras coisas, sobre o pagamento de dividendos, que toma por base as demonstrações financeiras auditadas não consolidadas, referentes ao exercício social imediatamente anterior.

Os titulares de ações na data em que o dividendo for declarado farão jus ao recebimento dos dividendos. Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, o dividendo anual deve ser pago no prazo de 60 dias a contar de sua declaração, a menos que a deliberação de acionistas estabeleça outra data de pagamento. Em qualquer hipótese, o pagamento de dividendos deverá ocorrer antes do encerramento do exercício social em que tenham sido declarados.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Os acionistas têm prazo de três anos, contados da data de pagamento de dividendos, para reclamar dividendos, ou pagamentos de juros sobre o capital próprio, referentes às suas ações, após o qual o valor dos dividendos não reclamados reverterá em nosso favor.

De acordo com o nosso Estatuto Social, nosso Conselho de Administração pode declarar dividendos intercalares ou intermediários baseado em balanços semestrais ou períodos menores. Os dividendos intermediários e intercalares podem ser abatidos do valor do dividendo obrigatório relativo ao lucro líquido do final do exercício em que os dividendos intermediários foram pagos.

Juros sobre o Capital Próprio

Desde 1º de janeiro de 1996, as sociedades brasileiras estão autorizadas a pagar juros sobre o capital próprio aos seus acionistas e considerar tais pagamentos dedutíveis do lucro para fins de cálculo do IRPJ e, a partir de 1997, também para fins de cálculo da CSLL. A dedução fica, de modo geral, limitada, em relação a um determinado exercício, ao que for maior entre (i) 50% do nosso lucro líquido (após as deduções de provisões para a CSLL, mas antes de se considerar a provisão para o IRPJ e juros sobre o capital próprio) do período com relação ao qual o pagamento seja efetuado; e (ii) 50,0% de nossos lucros acumulados e reservas de lucros no início do exercício social em relação ao qual o pagamento seja efetuado. Os juros sobre o capital próprio ficam limitados à variação *pro rata die* da Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP). O valor pago a título de juros sobre o capital próprio, líquido de IRRF, poderá ser imputado como parte do valor do dividendo obrigatório. De acordo com a legislação aplicável, somos obrigados a pagar aos acionistas valor suficiente para assegurar que a quantia líquida recebida por eles a título de juros sobre o capital próprio, descontado o pagamento do IRRF, acrescida do valor dos dividendos declarados, seja equivalente ao menos ao montante do dividendo obrigatório.

Qualquer pagamento de juros sobre o capital próprio aos acionistas, sejam eles residentes ou não no Brasil, está sujeito ao IRRF à alíquota de 15%, sendo que esse percentual será de 25% caso o acionista que receba os juros seja residente em um paraíso fiscal (i.e., um país onde não exista imposto sobre a renda ou que tenha imposto de renda com percentual máximo fixado abaixo de 20% ou onde a legislação local imponha restrições à divulgação da composição dos acionistas ou do proprietário do investimento).

De acordo com o artigo 32 da Lei nº 4.357, de 16 de julho de 1964, as pessoas jurídicas brasileiras que estiverem em débito não garantido para com a União e suas autarquias de Previdência e Assistência Social, por falta de recolhimento de tributos, não poderão distribuir quaisquer bonificações a seus acionistas ou dar ou atribuir participação de lucros a seus sócios ou quotistas, bem como a seus diretores e demais membros de órgãos dirigentes, fiscais ou consultivos.

A multa aplicável à pessoa jurídica que deixar de observar tal determinação é 50% sobre o valor distribuído ou pago aos beneficiários, tendo sido recentemente limitada pela Lei nº 11.051, de 29 de dezembro de 2004 ("Lei nº 11.051/04"), ao percentual de 50% do valor do débito de tributo. Devido ao fato de que a Lei nº 11.051/04 foi editada recentemente, não havendo, até o momento, manifestação em âmbito judicial sobre a sua aplicação, não é possível prever se uma eventual interpretação de que tal dispositivo é aplicável para o pagamento de dividendos prevalecerá nos tribunais do País.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

POLÍTICA DE DIVIDENDOS

Nós pretendemos declarar e pagar dividendos e/ou juros sobre o capital próprio, em cada exercício social, no montante de no mínimo 25% do nosso lucro líquido ajustado de acordo com a Lei das Sociedades por Ações e o nosso Estatuto Social.

A declaração anual de dividendos, incluindo o pagamento de dividendos além do dividendo obrigatório, exige aprovação em Assembleia Geral Ordinária por maioria de votos de acionistas titulares de nossas Ações e irá depender de diversos fatores. Dentre estes fatores estão nossos resultados operacionais, condição financeira, necessidades de caixa, perspectivas futuras e outros fatores que nosso Conselho de Administração e acionistas julguem relevantes.

Desde nossa constituição, em março de 2007, nossa Companhia não realizou quaisquer distribuições ou declarações de dividendos ou juros sobre capital próprio.

PRINCIPAIS ACIONISTAS

A tabela abaixo contém informações sobre a titularidade das nossas ações ordinárias na data deste Prospecto Preliminar por cada um de nossos acionistas, antes e depois da Oferta, sem levar em conta o exercício da Opção de Ações Adicionais e da Opção de Ações Suplementares.

Acionistas	Ações antes da Oferta		Ações após a Oferta	
	Ações	(Em %)	Ações	(Em %)
Golf Participações	29.991.312	99,9	29.991.312	66,6
Alessandro Poli Veronezi	2.895	0,01	2.895	*
Victor Poli Veronezi	2.895	0,01	2.895	*
Ana Beatriz Poli Veronezi	2.895	0,01	2.895	*
Conselheiros	3	*	3	*
Free Float	0	*	19.500.000	*
Total	30.000.000	100,0	49.500.000	100,0

* Representa menos de 0,1%

Golf Participações

Nosso principal acionista é a Golf Participações, uma sociedade de participação (holding) não operacional constituída em 02 de junho de 1997 que detém, na data deste Prospecto, 99,9% do nosso capital social e, após a Oferta, levando em conta o exercício integral da Opção de Ações Adicionais e da Opção de Ações Suplementares, deterá 53,3% do nosso capital social. Por essa razão, não há possibilidade de a Companhia ser submetida a controle difuso. O quadro abaixo indica os acionistas da Golf Participações:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Acionista ¹	Quantidades de Quotas da Golf Participações e percentagens	
	Quotas	(%)
Alessandro Poli Veronezi	1.633.191 ²	33,4
Victor Poli Veronezi	1.633.191 ³	33,3
Ana Beatriz Poli Veronezi	1.633.190 ⁴	33,3
Total	4.899.572	100,0

¹ Os Srs. Alessandro, Victor e Ana Beatriz são irmãos.

² Do total de quotas (i) 315.000 quotas foram doadas ao Sr. Alessandro com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor da Sra. Maria Dirce Poli Veronezi, mãe do Sr. Alessandro; e (ii) 315.000 quotas foram doadas ao Sr. Alessandro com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor do Sr. Antonio Veronezi, pai do Sr. Alessandro.

³ Do total de quotas (i) 315.000 quotas foram doadas ao Sr. Victor com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor da Sra. Maria Dirce Poli Veronezi, mãe do Sr. Victor; e (ii) 315.000 quotas foram doadas ao Sr. Victor com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor do Sr. Antonio Veronezi, pai do Sr. Victor.

⁴ Do total de quotas (i) 315.000 quotas foram doadas à Sra. Ana Beatriz com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor da Sra. Maria Dirce Poli Veronezi, mãe da Sra. Ana Beatriz; e (ii) 315.000 quotas foram doadas à Sra. Ana Beatriz com reserva de usufruto dos direitos políticos em favor do Sr. Antonio Veronezi, pai da Sra. Ana Beatriz.

Posição dos Controladores, Administradores e Ações em Circulação

POSIÇÃO ACIONÁRIA CONSOLIDADA DOS CONTROLADORES E ADMINISTRADORES E AÇÕES EM CIRCULAÇÃO						
Posição em 03/08/2007						
Acionista	Quantidade de Ações Ordinárias (Em Unidades)	%	Quantidade de Ações Preferenciais (Em Unidades)	%	Quantidade Total de Ações (Em Unidades)	%
Controlador	27.074.997	54,70	-	-	27.074.997	54,70
Administradores						
Conselho de Administração	3	0,00	-	-	3	0,00
Diretoria	-	-	-	-	-	-
Conselho Fiscal (*)	-	-	-	-	-	-
Ações em Tesouraria	-	-	-	-	-	-
Outros Acionistas	22.425.000	45,30	-	-	22.425.000	45,30
Total	49.500.000	100,00	-	-	49.500.000	100,00
Ações em Circulação	22.425.000		-		22.425.000	

(*) Não temos Conselho Fiscal instalado nesta data.

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CVM - COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS
IAN - Informações Anuais
Data-Base - 06/03/2007
Reapresentação Espontânea

Legislação Societária

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Arbitragem

Informamos que a General Shopping Brasil S.A está vinculada à arbitragem na Câmara de Arbitragem do Mercado, conforme Cláusula Compromissória (Capítulo X – Artigo 54) do nosso Estatuto Social.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.05 - PROJETOS DE INVESTIMENTO

PROJETOS EM DESENVOLVIMENTO OU CONSTRUÇÃO

Em linha com nossa estratégia de expansão de nossos negócios, pretendemos ampliar nossas atividades por meio de:

Expansão de nossos empreendimentos

Pretendemos iniciar a ampliação do Internacional Shopping Guarulhos no início de 2008 com inauguração prevista para outubro do mesmo ano e investimentos na ordem de R\$5,16 milhões. Nesse Shopping será implementada uma nova ala com mais 3.000 m² de ABL que contará com uma livraria *megastore* (semi-âncora), alinhando com isso, a tendência atual e atendendo a necessidade do Shopping para mais ABL desse segmento, conforme pesquisa realizada pela IPDM. Além disso, outras lojas satélites irão compor o *mix* de lojas, proporcionando uma melhora na produtividade de aluguel por m² do empreendimento.

No último trimestre de 2007 daremos início à expansão do Poli Shopping que ganhará mais 11.000 m² e 4.400 m² de escritórios, além dos 4.527 m² atuais, passando a contar com 15 mil m² de ABL. Essa expansão será concluída no final do ano de 2008 e estão previstos investimentos de aproximadamente R\$36,9 milhões. Com isso, visamos aumentar o poder de atração Poli Shopping, principalmente em virtude da entrada de duas Lojas Âncoras, ainda a serem definidas, que não possuem lojas no centro de Guarulhos. Além disso, mais 90 lojas serão acrescentadas ao *mix*, fortalecendo a área de alimentação, carente na região, serviços e lazer com a instalação de 3 salas de cinemas. Haverá também a expansão do estacionamento, que passará a contar com aproximadamente 500 vagas, suprimindo a carência de estacionamentos atualmente existente nessa região. Pretendemos também construir uma torre *office* integrada ao Shopping para atender a demanda de escritórios da região, com 5.000 m² de ABC e previsão para ser inaugurada em janeiro de 2010. Estão previstos investimentos da ordem de R\$ 7,5 milhões para a construção desse empreendimento.

Desenvolvimento de novos Shopping Centers

O Santana Parque Shopping foi adquirido em 2005, ano em que foi reiniciada sua construção. Sua inauguração está prevista para outubro de 2007. Em novembro de 2006, celebramos um contrato de promessa de compra e venda com a Aliance no qual prometemos alienar 50% do Santana Parque Shopping, ficando as decisões de gestão compartilhadas entre ambas as partes.. Segundo projeções da IPDM, as adjacências do Santana Parque Shopping terão uma população de 870 mil habitantes, formada predominantemente por consumidores das Classes A, B e C.

O Santana Parque Shopping terá uma ABC total de 64.600 m², uma ABL própria de 12.068 m², 207 lojas, sendo 10 Lojas Âncoras e 1.500 vagas de estacionamento. Seus principais lojista serão: C&A, Renner, Lojas Americanas (a primeira operação na Zona Norte da capital), Casas Bahia, Centauro, *Fast Shop*, além da academia Bio Ritmo e a rede de cinemas UCI com 8 salas de cinemas.

O Santana Parque Shopping está estrategicamente localizado na Zona Norte de São Paulo, região que tem apenas 2 empreendimentos, ambos localizados na marginal Tietê, não apresentando nenhum concorrente próximo que possa atender de forma mais confortável a população dessa região.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Santana Parque Shopping:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

14.05 - PROJETOS DE INVESTIMENTO

Santana Parque Shopping	
Em 31 de março de 2007 (exceto se de outra forma indicado)	
Participação (%) ⁽¹⁾	50%
ABC Total (m²)	64.600
ABL Própria (m²)	12.068
N.º de Lojas	207
Principais Lojas	C&A, Lojas Americanas, Renner, UCI, Centauro, Casas Bahia, Fast Shop, Bio Ritmo, McDonald's, Burguer King, Magic Games, Central Surf
N.º de Visitantes por ano	-
N.º de Vagas no Estacionamento	1.500
Resultado Operacional Shopping Center	-
Vendas informadas pelos lojistas em 2006	-

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.

Os principais concorrentes do Santana Parque Shopping, além do comércio de rua, são os seguintes:

Nome	Localização	Ano Inauguração	N.º Lojas	ABL (m²)	Lojas Âncoras
Shopping Center Norte	Vila Guilherme	1984	334	64.000	C&A, Renner, Riachuelo e Carrefour
Shopping D	Canindé	1994	237	29.118	C&A, Lojas Marisa, Mix Móveis, Casas Bahia e Cinemark

Fonte: ABRASCE e IPDM

Em junho de 2007, celebramos uma promessa de compra de 90% de um terreno de 60.000 m² localizado no Jardim Sulacap, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, estado do Rio de Janeiro, para a construção de um *Shopping Center* com capacidade para até 32.000 m² de ABL. O projeto prevê a inauguração para janeiro de 2009.

Aquisição de Shopping Centers

Em junho de 2007, adquirimos participação de 50,1% no consórcio que detém o direito de uso do Shopping Light, bem como adquirimos o imóvel do Shopping Light, no qual faremos um trabalho de *turnaround*. Será realizada uma revitalização através da mudança e complemento do *mix*, tornando-o provavelmente um local de uso misto. Além dos valores pagos na aquisição da participação de 50,1% e na aquisição do imóvel, pretendemos realizar investimentos de aproximadamente R\$1,0 milhão no Shopping Light.

Desenvolvimento de projetos de uso misto

Atualmente estamos em processo de finalização do projeto do Centro de Convenções Internacional, localizado junto ao Internacional Shopping Guarulhos e o Auto Shopping. Esse espaço terá 25.730 m² e complementará o complexo formado pelos dois centros de compras e um *campus* universitário. A inauguração está prevista para o primeiro trimestre de 2009.

DESTINAÇÃO DOS RECURSOS

Data-Base - 06/03/2007

Representação Espontânea

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

14.05 - PROJETOS DE INVESTIMENTO

Estimamos receber recursos líquidos de aproximadamente R\$290.302.330,00 provenientes da emissão de 19.500.000 Ações no âmbito da Oferta Primária, com base no preço de R\$16,00 por Ação, correspondente ao ponto médio da faixa indicativa de preço entre R\$14,00 e R\$18,00 por Ação, sem considerar o exercício da Opção de Ações Adicionais e da Opção de Ações Suplementares pela Companhia, após a dedução das comissões de distribuição e das despesas estimadas relativas à Oferta e devidas por nós.

Pretendemos utilizar os recursos líquidos da Oferta para financiar (i) a aquisição de participação em *Shopping Centers* de terceiros ainda não identificados; (ii) a expansão das operações dos *Shopping Centers* nos quais somos titulares de participação e o desenvolvimento de novos *Shopping Centers*; e (iii) usos corporativos diversos. Em relação a nossos planos de expansão, ainda não temos nenhuma aquisição específica já definida na data deste Prospecto Preliminar.

Pretendemos utilizar os recursos líquidos recebidos em razão da Oferta conforme tabela abaixo:

Destinação	Valor	Percentual
Aquisição de participações em <i>Shopping Centers</i>	145.151.165,00	50%
Expansão de nossos <i>Shopping Centers</i> e desenvolvimento de novos <i>Shopping Centers</i>	116.120.932,00	40%
Usos corporativos	29.030.233,00	10%
Total.....	290.302.330,00	100%

A aplicação dos recursos captados conforme acima exposto depende de vários fatores que não podemos garantir que venham a se concretizar, dentre os quais, o comportamento do mercado em que atuamos e nossa habilidade de negociar aquisições de novos *Shopping Centers* e aumentar participação em nossos *Shopping Centers* em condições aceitáveis e, ainda, os demais fatores descritos na seção "Considerações Sobre Estimativas e Declarações Acerca do Futuro".

Para maiores informações sobre o impacto dos recursos líquidos por nós auferidos em decorrência da presente oferta em nossa situação patrimonial, vide seções "Capitalização" e "Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

15.01 - PROBLEMAS AMBIENTAIS

Aspectos Ambientais

Licenças e Autorizações Ambientais

As atividades relacionadas ao segmento de *Shopping Center* podem estar sujeitas à obtenção de licenças e autorizações ambientais federais, estaduais e municipais. Em regra, o licenciamento ambiental de empreendimentos potencialmente poluidores é realizado pelo Poder Público estadual. Para os empreendimentos que podem gerar impacto ambiental regional ou que sejam realizados em áreas de interesse ou domínio da União Federal, a competência para licenciar é do IBAMA. Por sua vez, em relação às atividades de impacto ambiental local, a competência para licenciar é do órgão ambiental municipal.

O procedimento de obtenção de licenciamento ambiental faz-se necessário tanto para as fases de instalação inicial do empreendimento como nas ampliações nele procedidas, sendo que as licenças concedidas precisam ser periodicamente renovadas. O processo de licenciamento ambiental compreende, basicamente, a emissão de 3 licenças: (i) licença prévia; (ii) licença de instalação; e (iii) licença de operação. Cada uma destas licenças é emitida conforme a fase em que se encontra a implantação do empreendimento e a manutenção de sua validade depende do cumprimento das condicionantes que forem estabelecidas pelo órgão ambiental licenciador.

A ausência de licença ambiental, independentemente da atividade estar ou não causando danos efetivos ao meio ambiente, caracteriza a prática de crime ambiental, além de sujeitar o infrator a penalidades administrativas, tais como multas e interdição de suas atividades.

Eventuais demoras ou indeferimentos, por parte dos órgãos ambientais licenciadores, na emissão ou renovação dessas licenças, assim como a eventual impossibilidade de atender às exigências estabelecidas por órgãos ambientais no curso do processo de licenciamento ambiental, poderão prejudicar, ou mesmo impedir, conforme o caso, a instalação e manutenção regular desses empreendimentos.

No caso de estabelecimentos comerciais, tais como o segmento dos *Shopping Centers*, os diferentes órgãos ambientais estaduais e municipais têm adotado posicionamentos diversos quanto à exigibilidade do licenciamento ambiental. Em regra, o projeto é submetido à análise dos órgãos competentes para que, no caso concreto, seja analisada a necessidade ou não do empreendimento ser licenciado quanto a aspectos ambientais. Neste tocante, importa ressaltar que em relação a todos os nossos empreendimentos o licenciamento ambiental não foi exigido.

Responsabilidade Ambiental

A legislação ambiental brasileira prevê a imposição de sanções penais e administrativas às pessoas físicas e jurídicas que praticarem condutas caracterizadas como crime ou infração ambiental, independentemente da obrigação de reparar os eventuais danos ambientais causados.

As sanções que podem vir a ser aplicadas pela prática de eventuais crimes e infrações ambientais incluem, dentre outras:

- imposição de multas que, no âmbito administrativo, podem alcançar até R\$50,0 milhões de acordo com a capacidade econômica e os antecedentes da pessoa infratora, bem como a gravidade dos fatos e antecedentes, as quais podem ser aplicadas em dobro ou no triplo em caso de reincidência;

15.01 - PROBLEMAS AMBIENTAIS

- suspensão ou interdição das atividades do respectivo empreendimento; e
- perda de benefícios e incentivos fiscais.

A responsabilidade civil por danos ambientais, por sua vez, é solidária e objetiva, direta e indireta. Isso significa que a obrigação de reparação poderá afetar a todos aqueles que direta ou indiretamente derem causa ao dano, independentemente da comprovação de culpa dos agentes. Dessa forma, as atividades potencialmente poluidoras do meio ambiente desenvolvidas por terceiros contratados para realizar qualquer serviço nos empreendimentos (incluindo, por exemplo, o tratamento e a destinação final de resíduos, a supressão de vegetação e a realização de terraplanagens) não isenta as administradoras de responsabilidade por eventuais danos ambientais causados, caso estes não desempenhem suas atividades em conformidade com as normas ambientais.

Adicionalmente, a legislação ambiental prevê a desconsideração da personalidade jurídica, relativamente ao controlador, sempre que esta for obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados à qualidade do meio ambiente.

Resíduos Sólidos e Tratamento de Efluentes

Tendo em vista nosso ramo de atividade, nossos principais focos de controle ambiental estão na disposição final dos resíduos e no tratamento de efluentes. Para tanto, mantemos contratos com empresas privadas e públicas que, após a coleta seletiva de lixo se responsabilizam pela disposição final dos resíduos sólidos gerados pelos empreendimentos em áreas indicadas pelo poder público. No caso dos efluentes líquidos, o tratamento pode ser feito em estações de tratamento de efluentes próprias ou pela concessionária pública local. A legislação ambiental brasileira estabelece regras para a disposição adequada de resíduos, incluindo aqueles oriundos da construção civil. A disposição inadequada dos resíduos ou a falta de tratamento dos efluentes líquidos que venham a causar quaisquer danos ao meio ambiente sujeita o infrator às penalidades mencionadas no subitem “- Responsabilização Ambiental”.

Programas Ambientais

No desenvolvimento e na execução de nossas atividades temos buscado adotar as melhores práticas de gestão ambiental disponíveis. No segmento de *Shopping Centers*, adotamos políticas de reciclagem de lixo em todas as nossas operações. O descarte de nossas lâmpadas fluorescentes também são recicladas com o reuso do gás e reciclagem do vidro. Além disso, todos nossos projetos privilegiam áreas com iluminação natural que não só melhoram a qualidade do ambiente como geram grandes economias de energia. Atualmente, estudamos as melhores condições de fornecimento de energia, inclusive por meio compra da energia de Pequenas Centrais Hidrelétricas – PCHs, o que além de gerar ganho em economia possibilita a companhia seguir sua política de sustentabilidade através de um uso de fontes de energia homologadas pelo Programa de Fontes Alternativas de Energia do Governo Brasileiro - PROINFA. No que diz respeito à utilização de água, todos nossos novos projetos prevêem o reuso de água. No Santana Parque Shopping, por exemplo, todo o sistema de abastecimento de água já foi projetado e está sendo construído considerando o reuso para o resfriamento (ar condicionado), jardins e sanitários. Por fim, temos um trabalho permanente de plantio de árvores que só no ano passado recuperou 7.000 m² no Internacional Shopping Guarulhos, o que também privilegia a fauna através do plantio de árvores frutíferas. É certo que buscamos respeitar todas as leis e regulamentos municipais, estaduais e federais aplicáveis às nossas atividades, no que se refere à gestão ambiental. Como resultado de tal política, não possuímos nenhum processo administrativo ou judicial, com relação a questões ambientais. Não possuímos certificações em padrões internacionais de proteção ambiental.

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

16.01 - AÇÕES JUDICIAIS COM VALOR SUPERIOR A 5% DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO OU DO LUCRO LÍQUIDO

1 - ITEM	2 - DESCRIÇÃO	3 - % PATRIM. LÍQUIDO	4 - % LUCRO LÍQUIDO	5 - PROVISÃO	6 - VL. PROVISIONADO (Reais)	7 - VL. TOTAL AÇÕES (Reais)
8 - OBSERVAÇÃO						
01	TRABALHISTA	0,80	0,00	SIM	300.000	900.000
Em 31 de março de 2007, figurávamos como demandados principais ou subsidiários, em 40 processos judiciais trabalhistas. O valor total envolvido nessas reclamações trabalhistas é de R\$0,9 milhões, sendo que desse valor, R\$0,3 milhões se referem a processos cujo risco de perda estimamos como provável, valor este que se encontra integralmente provisionado. De uma maneira geral, esses processos envolvem pedidos de responsabilidade subsidiária, horas extras e reconhecimento de vínculo empregatício, dentre outros						
02	FISCAL/TRIBUTÁRIA	8,50	0,00	SIM	10.000.000	10.000.000
Em 31 de março de 2007, os débitos decorrentes dos processos administrativos e judiciais de natureza tributária envolvendo as empresas do nosso Grupo estavam consolidados em parcelamentos de débitos fiscais. O valor total envolvido nesses parcelamentos era de R\$ 10 milhões. Em relação às demais contingências fiscais decorrentes de nossas atividades foi constituída provisão contábil cujo valor, em 31 de março de 2007, era de aproximadamente R\$ 10,0 milhões, referente a tributos sobre contratos de locação de espaços para lojistas nos Shopping Centers, pelas controladas ABK e Levian, e não recolhidos nos últimos cinco exercícios. Nossa administração, baseada na opinião de seus consultores jurídicos externos, entenderam que esses tributos não incidiam sobre essas operações anteriormente à reorganização societária, haja vista as receitas terem sido recebidas por meio de condomínio civil. Não						
03	OUTRAS	9,57	0,00	SIM	300.000	10.800.000
Processos Cíveis : Em 31 de março de 2007, figurávamos como Réus em aproximadamente 83 processos judiciais envolvendo matéria cível. De acordo com as nossas estimativas o conteúdo econômico das referidas ações judiciais alcança aproximadamente R\$10,8 milhões, sendo que encontram-se provisionados aproximadamente R\$340 mil.						

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

17.01 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

OPERAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

No curso normal de nossos negócios, nossos atuais Acionistas Controladores, nossas subsidiárias, nossos condomínios realizam operações comerciais e financeiras entre si, a preços, prazos, encargos financeiros e demais condições usualmente praticadas no mercado, exceto por algumas operações financeiras, conforme explicado abaixo.

Essas operações incluem (i) prestação de serviços de consultoria e assistência operacional relacionados ao fornecimento de água, instalações elétricas e fornecimento de energia; (ii) administração de *Shopping Centers*; (iii) administração de estacionamentos de *Shopping Centers*; (iv) contratos de locação comercial e (v) acordos e deliberações tomadas no âmbito de convenções de condomínios.

Na condução de nossas atividades, nós e nossas subsidiárias realizamos operações de mútuo que muitas vezes não estão sujeitas a encargos financeiros. Essas operações poderiam gerar resultado diferente caso elas tivessem ocorrido com empresas não relacionadas. A maior parte dos saldos existentes entre partes relacionadas refere-se a tais operações de mútuo. Em 31 de março de 2007 o saldo total de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no ativo não circulante era de R\$2,9 milhões e o saldo de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no passivo circulante e não circulante era de R\$19,9 milhões.

Além disso, nossos contratos financeiros contam normalmente com garantias outorgadas por nossos Acionistas Controladores ou outras empresas controladas por eles. Atualmente, não pagamos qualquer remuneração aos nossos Acionistas Controladores pela prestação de tais garantias. Entretanto, não podemos assegurar que novas garantias como essas continuarão a ser prestadas no futuro sem qualquer custo à Companhia.

Em linhas gerais, todos os termos e condições de nossos contratos com partes relacionadas estão de acordo com os termos e condições que normalmente são praticados em contratação com bases comutativas e de mercado, como se a contratação se desse com uma parte não relacionada à Companhia. Exceto com relação ao saldo de mútuos sobre os quais não incidem encargos financeiros.

Assim, nossa administração negocia contratos com partes relacionadas individualmente, analisando seus termos e condições à luz dos termos e condições usualmente praticados pelo mercado, das particularidades de cada operação, incluindo prazos, valores, atendimento de padrões de qualidade, fazendo, assim, com que a contratação de parte relacionada reflita a opção que melhor atende aos interesses da Companhia em relação a prazos, valores e condições de qualidade, quando comparados com outros contratantes similares.

Apresentamos abaixo um breve resumo dos principais contratos envolvendo a Companhia e partes relacionadas. Além dos contratos descritos abaixo, celebramos diversos contratos financeiros entre partes relacionadas ou envolvendo garantias prestadas por partes relacionadas.

Contratos de Locação

Em 2 de janeiro de 2006, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Internacional Guarulhos

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

17.01 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Shopping, conforme aditado. O aluguel mensal é de R\$83 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. A vigência do contrato é até 31 de dezembro de 2007.

Em 1 de março de 2007, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Auto Shopping. O aluguel mensal é de R\$1 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. A vigência do contrato é até 1 de setembro de 2007.

Em 1 de março de 2006, a Nova União, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação Não Residencial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento Internacional Shopping Guarulhos. O aluguel mensal é de R\$207,5 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. O contrato é celebrado sob condição de que a Nova União ceda créditos à CSA - Companhia Securitizadora de Ativos (Para mais informações sobre a securitização, vide seção "Nossos Negócios - Contratos Financeiros" na página [•]). A I Park é obrigada a manter seguro de responsabilidade civil para a exploração do estacionamento, pelo valor de R\$250 mil. A I Park tem o direito de explorar o espaço publicitário do estacionamento. A I Park cauciona R\$207,5 mil a título de garantia em favor da Nova União. A vigência do contrato é até 28 de fevereiro de 2026.

Em 26 de novembro de 2003, a Energy Comércio, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação de Bem Imóvel com o Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, na qualidade de locatário de um conjunto de subestação e equipamentos (de energia elétrica). O preço mínimo mensal é de R\$170 mil corrigido pelo IGPDI. A vigência do contrato é até 25 de novembro de 2013.

Contratos de Prestação de Serviços

Em 30 de janeiro de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela conservação, segurança e limpeza das lojas/espaços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$75 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 28 de agosto de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Auto Shopping, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela conservação, segurança e limpeza das lojas/espaços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$9 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 1 de agosto de 2005, o Condomínio Civil do Auto Shopping, na qualidade de contratante, celebrou o Contrato de Prestação de Serviços com a Wass, na qualidade de contratada, para a prestação de serviços de assistência técnica e manutenção de três poços destinados à extração de água. O preço por metro cúbico de água

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

17.01 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

consumido será de: (i) R\$2,58 até 20 mil litros; (ii) R\$2,58 menos o valor médio entre R\$2,58 e R\$1,52; e (iii) R\$1,52 acima de 40 mil litros. Os pagamentos são mensais e corrigidos de acordo com a maior variação dentre os índices IGP-DI, o IPC/FIPE, dentre outros. A vigência do contrato é até 10 de agosto de 2010, quando a posse dos poços, as instalações e os equipamentos serão transferidos para a contratante.

Em 1 de outubro de 2006, a ASG Adm., na qualidade de contratante, celebrou o Contrato Prestação de Serviços com a I Park, na qualidade de contratada e locatária do imóvel onde estão localizados os estacionamentos do Auto Shopping, para a prestação de serviço de administração da operação das vagas de veículos dos estacionamentos do Auto Shopping. A remuneração mensal da contratada é de R\$11 mil. A vigência do contrato é até 1 de outubro de 2007, podendo ser renovado automaticamente.

Contrato de Garantia

Em 14 de setembro de 2006, a SAS Ventures LLC celebrou o Contrato de Financiamento Bancário com Garantia Hipotecária e Outras Avencas, com a Banif Mortgage Company, no valor de US\$10,0 milhões. O prazo do contrato é de 5 anos, devendo ser amortizado em 10 parcelas semestrais, sendo a primeira com vencimento em 14 de março de 2007 e a última com vencimento em 14 de setembro de 2011. A taxa de juros é de 8,5% ao ano. Como garantia das obrigações, foi constituída hipoteca em três terrenos de propriedade da Park Shopping Administradora e da Send onde se localiza o Santana Parque Shopping. Além da garantia hipotecária, a SAS Ventures LLC se obriga a constituir em favor da Banif Mortgage Company, penhor sobre créditos de sua titularidade, incidentes sobre os instrumentos particulares de locação firmados em unidades autônomas do Internacional Guarulhos Shopping, em montante equivalente a R\$500 mil por mês. O contrato apresenta cláusulas usuais de vencimento antecipado para esse tipo de operação. O saldo em aberto era de aproximadamente R\$16,4 milhões em 31 de março de 2007.

Convenções de Condomínio Civil

Em 31 de janeiro de 1997, Levian e ABK, na qualidade de co-proprietárias dos imóveis onde foram construídos o Internacional Guarulhos Shopping e o Internacional Guarulhos Auto Shopping, celebraram uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Shopping e uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Auto Shopping. Cada um dos condomínios é constituído pelas frações de terrenos, unidades autônomas, edificações, áreas comuns e demais instalações do Internacional Guarulhos Shopping e do Internacional Guarulhos Auto Shopping, respectivamente. Cada condomínio é dividido em 100 mil quotas iguais, sendo 50% da Levian e 50% da ABK. O resultado líquido das receitas mensais (aluguéis, co-participações, resultado de aplicações financeiras, etc) de cada um desses *Shopping Centers* será distribuído aos condôminos na proporção de suas quotas. A Levian e a ABK podem alienar, ceder ou transferir suas frações ideais a terceiros livremente, sem direito de preferência de outro condômino. A administração de cada condomínio poderá ser realizada pela Levian e ABK, em conjunto ou separadamente, ou por terceiro contratado escolhido em assembleia geral. É necessária a aprovação de condôminos que representem 80% das quotas, para: (i) alteração de convenção de condomínio; (ii) substituição de administrador sem justa causa; (iii) distribuição de resultados de forma diversa da prevista nas convenções de condomínio; (iv) extinção dos condomínios; e (v) constituição de procurador comum aos condôminos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

GENERAL SHOPPING BRASIL S.A.

NIRE 35.3.00340833

CNPJ nº 08.764.621/0001-53

ESTATUTO SOCIAL

CAPÍTULO I

DA DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO E DURAÇÃO

Artigo 1º - A General Shopping Brasil S.A. é uma sociedade por ações (a “Companhia”), regida pelo disposto neste Estatuto Social e pelas disposições legais aplicáveis, incluindo a Lei 6.404 de 15 de dezembro de 1.976, conforme alterada (a “Lei das Sociedades por Ações”).

Parágrafo Único - Com a admissão da Companhia no Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo (“BOVESPA”), sujeitam-se, a Companhia, seus acionistas, administradores e membros do Conselho Fiscal, quando instalado, às disposições do Regulamento de Listagem do Novo Mercado da BOVESPA (o “Regulamento do Novo Mercado”).

Artigo 2º - A Companhia tem por objeto social a administração de bens próprios e de terceiros, a participação em negócios mobiliários e imobiliários, incorporações imobiliárias; e atividades correlatas ou assemelhadas.

Artigo 3º - A Companhia terá sua sede e foro no município de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida Angélica, 2466, 22º andar, conjunto 221, CEP 01228-200, e poderá abrir e manter filiais, sucursais, agências, escritórios ou representantes onde for julgado conveniente pela Diretoria.

Artigo 4º - A Companhia terá prazo de duração indeterminado.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

CAPÍTULO II
DO CAPITAL SOCIAL E DAS AÇÕES

Artigo 5º - O capital social da Companhia, totalmente subscrito e integralizado, é de R\$31.084.763,00 (trinta e um milhões, oitenta e quatro mil, setecentos e sessenta e três reais), dividido em 30.000.000 (trinta milhões) de ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal.

Parágrafo 1º - O capital social da Companhia será representado exclusivamente por ações ordinárias.

Parágrafo 2º - Cada ação ordinária nominativa dá direito a um voto nas deliberações das Assembléias Gerais da Companhia.

Parágrafo 3º - Todas as ações da Companhia são escriturais e serão mantidas em conta depósito, em nome de seus titulares, em instituição financeira autorizada pela Comissão de Valores mobiliários ("CVM") com quem a Companhia mantenha contrato de custódia em vigor, sem emissão de certificados.

Parágrafo 4º - A instituição depositária poderá cobrar dos acionistas o custo do serviço de transferência e averbação da propriedade das ações escriturais, assim como o custo dos serviços relativos às ações custodiadas, observados os limites máximos fixados pela CVM.

Parágrafo 5º - Fica vedada a emissão pela Companhia de ações preferenciais ou partes beneficiárias.

Artigo 6º - A Companhia está autorizada a aumentar o capital social até o limite de 35.000.000 (trinta e cinco milhões) de novas ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal, totalizando um capital social representado por até 65.000.000 (sessenta e cinco milhões) de ações ordinárias nominativas, independentemente de reforma estatutária, por deliberação do Conselho de Administração, a quem competirá, também, estabelecer as condições da emissão, inclusive preço, prazo e forma de sua integralização.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Parágrafo 1º - A Companhia poderá emitir ações ordinárias, debêntures conversíveis em ações ordinárias e bônus de subscrição dentro do limite do capital autorizado.

Parágrafo 2º - A critério do Conselho de Administração, poderá ser excluído o direito de preferência ou reduzido o prazo para seu exercício, nas emissões de ações ordinárias, debêntures conversíveis em ações ordinárias e bônus de subscrição, cuja colocação seja feita mediante (i) venda em bolsa ou por meio de subscrição pública, ou (ii) permuta de ações, em oferta pública de aquisição de controle, nos termos da lei, e dentro do limite do capital autorizado.

Artigo 7º - A Companhia poderá, por deliberação do Conselho de Administração e de acordo com plano aprovado pela Assembléia Geral, outorgar opção de compra ou subscrição de ações, sem direito de preferência para os acionistas, em favor dos administradores, empregados ou a pessoas naturais que prestem serviços à Companhia ou a sociedades controladas pela Companhia, direta ou indiretamente.

CAPÍTULO II

DAS ASSEMBLÉIAS GERAIS DE ACIONISTAS

Artigo 8º - A Assembléia Geral reunir-se-á, ordinariamente, dentro dos 04 (quatro) meses seguintes ao término de cada exercício social e, extraordinariamente, sempre que os interesses sociais o exigirem, observadas em sua convocação, instalação e deliberação as prescrições legais pertinentes e as disposições do presente Estatuto.

Parágrafo Único - As Assembléias Gerais serão convocadas com, no mínimo, 15 (quinze) dias corridos de antecedência, e presididas pela mesa composta pelo Presidente do Conselho de Administração, devendo, na sua ausência, ser escolhido outro entre os acionistas presentes, secretariado por um acionista ou não da Companhia.

Artigo 9º - As deliberações da Assembléia Geral, ressalvadas as hipóteses especiais previstas em lei e neste Estatuto, serão tomadas por maioria absoluta de votos dos presentes, não se computando os votos em branco.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

CAPÍTULO III
DA ADMINISTRAÇÃO

Artigo 10 - A Companhia será administrada por um Conselho de Administração e por uma Diretoria, com os poderes conferidos pela lei aplicável e de acordo com o presente Estatuto Social.

Parágrafo Único - A posse dos administradores estará condicionada à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Administradores, previsto no Regulamento do Novo Mercado.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Artigo 11 - O Conselho de Administração será composto por no mínimo 05 (cinco) e no máximo 08 (oito) membros, dos quais um será o seu Presidente e outro o seu Vice-Presidente, todos acionistas, eleitos pela Assembléia Geral e por ela destituíveis a qualquer tempo.

Parágrafo 1º - A Assembléia Geral determinará, pelo voto da maioria absoluta, não se computando os votos em branco, previamente à sua eleição, o número de cargos do Conselho de Administração da Companhia a serem preenchidos em cada exercício, observado o mínimo de 05 (cinco) membros.

Parágrafo 2º - O Conselho de Administração será composto por, no mínimo, 20% (vinte por cento) de conselheiros independentes, os quais devem ser expressamente declarados como tais na Assembléia que os eleger. Considera-se independente o conselheiro que (i) não tiver qualquer vínculo com a Companhia, exceto participação no capital social; (ii) não for acionista controlador, cônjuge ou parente até segundo grau do acionista controlador, não for e não tiver sido nos últimos 03 (três) anos vinculado a sociedade ou entidade relacionada ao acionista controlador (excluem-se desta restrição pessoas vinculadas a instituições de ensino e/ou pesquisa); (iii) não tiver sido nos últimos 3 (três) anos empregado ou diretor da Companhia, do acionista controlador ou de sociedade controlada pela Companhia; (iv) não for fornecedor ou comprador, direto ou indireto, de serviços ou produtos da Companhia, em magnitude que implique perda de independência; (v) não for funcionário ou administrador de sociedade ou entidade que esteja oferecendo ou demandando serviços e/ou produtos à

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Companhia; (vi) não for cônjuge ou parente até segundo grau de algum administrador da Companhia; ou (vii) não receber outra remuneração da Companhia além da de conselheiro (excluem-se desta restrição proventos em dinheiro oriundos de eventual participação no capital).

Parágrafo 3º - Quando a aplicação do percentual definido no Parágrafo 2º acima resultar em número fracionário de conselheiros, proceder-se-á ao arredondamento para o número inteiro: (i) imediatamente superior se a fração for igual ou superior a 0,5 (cinco décimos); ou (ii) imediatamente inferior, se a fração for inferior a 0,5 (cinco décimos).

Parágrafo 4º - Serão também considerados conselheiros independentes aqueles eleitos mediante a faculdade prevista no artigo 141, §§ 4º e 5º, da Lei das Sociedades por Ações.

Parágrafo 5º - Não poderá ser eleito para o Conselho de Administração, salvo dispensa da Assembléia, aquele que: (i) for empregado ou ocupar cargo em sociedade que possa ser considerada concorrente da Companhia; ou (ii) tiver ou representar interesse conflitante com a Companhia.

Parágrafo 6º - O mandato dos membros do Conselho de Administração será unificado de 02 (dois) anos, salvo destituição, podendo os mesmos serem reeleitos. Os membros do Conselho de Administração permanecerão no exercício de seus cargos até a eleição e posse de seus sucessores.

Parágrafo 7º - Compete ao Presidente do Conselho de Administração, além das atribuições próprias a seu cargo e das demais atribuições previstas neste Estatuto Social:

(i) coordenar as atividades dos dois órgãos de administração da Companhia; e

(ii) convocar, em nome do Conselho de Administração, a Assembléia Geral e, eventualmente, presidi-la.

Parágrafo 8º - Compete ao Vice-Presidente do Conselho de Administração, além das atribuições próprias do seu cargo:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

(i) substituir o Presidente, nos casos de impedimento, vaga ou ausência, conforme disposto neste Estatuto Social; e

(ii) acompanhar a gestão dos Diretores, examinar, a qualquer tempo, os livros e papéis da Companhia, solicitar esclarecimentos sobre negócios, contratos e quaisquer outros atos, antes ou depois de celebrados, para o fim de apresentar estas matérias à deliberação do Conselho.

Artigo 12 - Os membros do Conselho de Administração tomarão posse mediante assinatura do respectivo termo nos livros das Atas do Conselho de Administração, permanecendo sujeitos aos requisitos, impedimentos, deveres, obrigações e responsabilidades previstos nos artigos 145 a 158 da Lei das Sociedades por Ações.

Artigo 13 - A remuneração global ou individual do Conselho de Administração será anualmente fixada pela Assembléia Geral.

Parágrafo Único - No caso da Assembléia fixar a remuneração global, caberá ao Conselho de Administração deliberar sobre a sua respectiva distribuição.

Artigo 14 - O Conselho de Administração reunir-se-á, ordinariamente, 03 (três) vezes por ano, e extraordinariamente, sempre que necessário.

Artigo 15 - As reuniões do Conselho de Administração poderão ser convocadas por seu Presidente ou por seu Vice-Presidente, mediante notificação escrita entregue com antecedência mínima de 05 (cinco) dias corridos, e com apresentação da pauta dos assuntos a serem tratados. Em caráter de urgência, as reuniões do Conselho de Administração poderão ser convocadas por seu Presidente sem a observância do prazo acima, desde que inequivocamente cientes todos os demais integrantes do Conselho.

Parágrafo Único - Independentemente das formalidades previstas neste artigo, será considerada regular a reunião a que comparecerem todos os Conselheiros por si ou representados na forma do parágrafo 2º do artigo 16 deste Estatuto.

Artigo 16 - As reuniões do Conselho de Administração somente se instalarão com a presença da maioria de seus membros em exercício.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Parágrafo 1º - As reuniões do Conselho de Administração serão presididas pelo Presidente do Conselho de Administração e secretariadas por quem ele indicar. No caso de ausência temporária do Presidente do Conselho de Administração, essas reuniões serão presididas pelo Vice-Presidente do Conselho de Administração ou, na sua ausência, por Conselheiro escolhido por maioria dos votos dos demais membros do Conselho de Administração, cabendo ao presidente da reunião indicar o secretário.

Parágrafo 2º - No caso de ausência temporária de qualquer membro do Conselho de Administração, o membro do Conselho de Administração poderá, com base na pauta dos assuntos a serem tratados, manifestar seu voto por escrito, por meio de carta ou fac-símile entregue ao Presidente do Conselho de Administração, na data da reunião, ou ainda, por correio eletrônico digitalmente certificado, com prova de recebimento pelo Presidente do Conselho de Administração.

Parágrafo 3º - Em caso de vacância do cargo de qualquer membro do Conselho de Administração, o substituto será nomeado, para completar o respectivo mandato, por Assembléia Geral Extraordinária.

Parágrafo 4º - Os membros do Conselho de Administração não poderão afastar-se do exercício de suas funções por mais de 30 (trinta) dias corridos consecutivos sob pena de perda de mandato, salvo caso de licença concedida pelo próprio Conselho de Administração.

Artigo 17 - As deliberações do Conselho de Administração serão tomadas mediante o voto favorável da maioria dos membros em exercício, computados os votos proferidos na forma do artigo 16, parágrafo 2º deste Estatuto, sendo que, no caso de empate, caberá ao Presidente do Conselho de Administração o voto de qualidade.

Artigo 18 - As reuniões do Conselho de Administração serão realizadas, preferencialmente, na sede da Companhia. Serão admitidas reuniões por meio de teleconferência ou videoconferência, admitida a gravação destas. Tal participação será considerada presença pessoal em referida reunião. Nesse caso, os membros do Conselho de Administração que participarem remotamente da reunião do Conselho poderão expressar seus votos, na data da reunião, por meio de carta ou fac-símile ou correio eletrônico digitalmente certificado.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Parágrafo 1º - Ao término da reunião, deverá ser lavrada ata, a qual deverá ser assinada por todos os Conselheiros fisicamente presentes à reunião, e posteriormente transcrita no Livro de Registro de Atas do Conselho de Administração da Companhia. Os votos proferidos por Conselheiros que participarem remotamente da reunião do Conselho ou que tenham se manifestado na forma do artigo 16, parágrafo 2º deste Estatuto, deverão igualmente constar no Livro de Registro de Atas do Conselho de Administração, devendo a cópia da carta, fac-símile ou mensagem eletrônica, conforme o caso, contendo o voto do Conselheiro, ser juntada ao Livro logo após a transcrição da ata.

Parágrafo 2º - Deverão ser publicadas e arquivadas no registro público de empresas mercantis as atas de reunião do Conselho de Administração da Companhia que contiverem deliberação destinada a produzir efeitos perante terceiros.

Parágrafo 3º - O Conselho de Administração poderá convidar, em suas reuniões, outros participantes, com a finalidade de prestar esclarecimentos de qualquer natureza, vedado a estes, entretanto, o direito de voto.

Artigo 19 - Compete ao Conselho de Administração:

- a) fixar a orientação geral dos negócios da Companhia;
- b) aprovar os planos de negócios e orçamentos anuais, e os planos plurianuais, operacionais e de investimento da Companhia, em especial o Plano Anual de Investimentos da Companhia, nos termos do artigo 29, parágrafos 1º e 2º, deste Estatuto Social (o "Plano Anual de Investimentos");
- c) eleger e destituir a Diretoria da Companhia, fixando as atribuições dos seus membros, observadas as disposições aplicáveis deste Estatuto Social;
- d) convocar a Assembléia Geral nos casos previstos em lei ou quando julgar conveniente;
- e) atribuir, do montante global da remuneração fixada pela Assembléia Geral, os honorários mensais a cada um dos membros da administração e dos comitês de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

assessoramento da Companhia, na conforme o disposto nos artigos 13 e 23 deste Estatuto Social;

- f) fixar os critérios gerais de remuneração e as políticas de benefícios (benefícios indiretos, participação no lucros e/ou nas vendas) dos administradores e dos funcionários de escalão superior (assim entendidos os gerentes ou ocupantes de cargos de gestão equivalentes) da Companhia ou de suas subsidiárias;
- g) atribuir aos administradores da Companhia sua parcela de participação nos lucros apurados, conforme determinado pela Assembléia Geral, nos termos do parágrafo primeiro do artigo 33;
- h) fiscalizar a gestão da Diretoria, examinar a qualquer tempo os livros e papéis da Companhia, solicitar informações sobre contratos celebrados ou em vias de celebração pela Companhia, e praticar quaisquer outros atos necessários ao exercício de suas funções;
- i) deliberar sobre os assuntos que lhe forem submetidos pela Diretoria;
- j) manifestar-se sobre o relatório e as contas da Diretoria, bem como sobre as demonstrações financeiras do exercício que deverão ser submetidas à Assembléia Geral Ordinária;
- k) propor à deliberação da Assembléia Geral a destinação a ser dada ao saldo remanescente dos lucros de cada exercício;
- l) escolher e destituir auditores independentes;
- m) autorizar qualquer mudança nas políticas contábeis ou de apresentação de relatórios da Companhia, exceto se exigido pelos princípios contábeis geralmente aceitos nas jurisdições em que a Companhia opera;
- n) deliberar, *ad referendum* da Assembléia Geral, os dividendos a serem pagos aos acionistas, inclusive os intermediários à conta de lucros acumulados ou de reservas de lucros existentes, nos termos do artigo 33 deste Estatuto Social;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

- o) deliberar sobre a aquisição de ações de emissão da Companhia para efeito de cancelamento ou permanência em tesouraria, bem como sobre sua revenda ou recolocação no mercado, observadas as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM e demais disposições legais aplicáveis;
- p) submeter à Assembléia Geral propostas de aumento de capital, ou com integralização em bens, bem como de reforma do Estatuto Social;
- q) aprovar a criação e extinção de subsidiária e controladas no País ou no exterior, bem como deliberar, por proposta da Diretoria, sobre a aquisição, cessão, transferência, alienação e/ou oneração, a qualquer título ou forma, de participações societárias e valores mobiliários de outras sociedades no País ou no exterior, exceto, apenas, em relação às sociedades de propósito específico que venham a ser formadas para fins exclusivamente de empreendimentos imobiliários nos quais a Companhia venha a participar;
- r) deliberar, por proposta da Diretoria, sobre a prestação pela Companhia de garantia real ou fidejussória em favor de terceiros que não a própria Companhia ou subsidiária desta, bem como a concessão de garantia em favor de subsidiária da Companhia cujo valor exceda a participação da Companhia, conforme o caso, na referida subsidiária;
- s) deliberar, por proposta da Diretoria, sobre contratos de empréstimos, financiamentos e demais negócios jurídicos a serem celebrados pela Companhia;
- t) deliberar sobre a emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações e sem garantia real, para distribuição pública ou privada, bem como dispor sobre os termos e as condições da emissão;
- u) deliberar sobre a emissão de notas promissórias (*commercial papers*) e de outros títulos de dívida para distribuição pública ou privada no Brasil ou no exterior, bem como dispor sobre os termos e as condições da emissão;
- v) realização de operações e negócios de qualquer natureza com o acionista controlador, suas sociedades controladas, coligadas ou detidas, direta ou indiretamente, nos termos da regulamentação aplicável, que não estejam previstas no

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Plano Anual de Investimentos aprovado, bem como qualquer operação ou negócio de qualquer natureza envolvendo qualquer administrador da Companhia; e

w) dispor a respeito da ordem de seus trabalhos e estabelecer as normas regimentais de seu funcionamento, observadas as disposições deste Estatuto Social.

Artigo 20 - O Conselho de Administração, para seu assessoramento, poderá estabelecer a formação de Comitês técnicos e consultivos, com objetivos e funções definidos, sendo integrados por membros dos órgãos de administração da Companhia ou não.

Parágrafo Único - Caberá ao Conselho de Administração estabelecer as normas aplicáveis aos Comitês, incluindo regras sobre composição, prazo de gestão, remuneração e funcionamento.

DA DIRETORIA

Artigo 21 - A Diretoria será composta por 5 (cinco) membros, acionistas ou não, residentes no país, eleitos pelo Conselho de Administração, sendo obrigatórias as seguintes designações: (i) Diretor Presidente, (ii) Diretor de Relações com Investidores; (iii) Diretor Financeiro; (iv) Diretor de Marketing e de Relacionamento com Varejo; e (v) Diretor de Planejamento e Expansão. Fica autorizada a cumulação de funções por um mesmo Diretor. Os demais Diretores, quando eleitos, não terão designação específica.

Artigo 22 - O mandato dos membros da Diretoria será de 02 (dois) anos, podendo ser reconduzidos. Os Diretores permanecerão no exercício de seus cargos até a eleição e posse de seus sucessores.

Artigo 23 - A remuneração global ou individual da Diretoria será anualmente fixada pela Assembléia Geral.

Parágrafo único - No caso da Assembléia fixar a remuneração global, caberá ao Conselho de Administração deliberar sobre a respectiva distribuição.

Artigo 24 - Os membros da Diretoria tomarão posse mediante assinatura do respectivo termo no livro de Atas da Diretoria, permanecendo sujeitos aos requisitos, impedimentos,

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

deveres, obrigações e responsabilidades previstos nos artigos 145 a 158 da Lei das Sociedades por Ações.

Artigo 25 - Os Diretores não poderão afastar-se do exercício de suas funções por mais de 30 (trinta) dias corridos consecutivos sob pena de perda de mandato, salvo caso de licença concedida pela própria Diretoria.

Artigo 26 - A Diretoria reunir-se-á ordinariamente pelo menos 01 (uma) vez por mês e, extraordinariamente, sempre que assim exigirem os negócios sociais, sendo convocada pelo Diretor Presidente, com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas, ou por 2/3 (dois terços) dos Diretores, neste caso, com antecedência mínima de 48 (quarenta e oito) horas, e a reunião somente será instalada com a presença da maioria de seus membros.

Parágrafo 1º - Independentemente das formalidades previstas neste artigo, será considerada regular a reunião a que comparecerem todos os Diretores por si ou representados na forma do parágrafo 2º deste artigo 26.

Parágrafo 2º - No caso de ausência temporária de qualquer Diretor, este poderá, com base na pauta dos assuntos a serem tratados, manifestar seu voto por escrito, por meio de carta ou fac-símile entregue ao Diretor Presidente, ou ainda, por correio eletrônico digitalmente certificado, com prova de recebimento pelo Diretor Presidente.

Parágrafo 3º - Ocorrendo vaga na Diretoria, compete à Diretoria como colegiado indicar, dentre os seus membros, um substituto que acumulará, interinamente, as funções do substituído, perdurando a substituição interina até o provimento definitivo do cargo a ser decidido pela primeira reunião do Conselho de Administração que se realizar, atuando o substituto então eleito até o término do mandato da Diretoria.

Parágrafo 4º - As reuniões da Diretoria poderão ser realizadas por meio de teleconferência, videoconferência ou outros meios de comunicação. Tal participação será considerada presença pessoal em referida reunião. Nesse caso, os membros da Diretoria que participarem remotamente da reunião da Diretoria deverão expressar seus votos por meio de carta, fac-símile ou correio eletrônico digitalmente certificado.

Parágrafo 5º - Ao término da reunião, deverá ser lavrada ata, a qual deverá ser assinada por todos os Diretores fisicamente presentes à reunião, e posteriormente

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

transcrita no Livro de Registro de Atas da Diretoria da Companhia. Os votos proferidos por Diretores que participarem remotamente da reunião da Diretoria ou que tenham se manifestado na forma parágrafo 1º deste artigo, deverão igualmente constar no Livro de Registro de Atas da Diretoria, devendo a cópia da carta, fac-símile ou mensagem eletrônica, conforme o caso, contendo o voto do Diretor ser juntada ao Livro logo após a transcrição da ata.

Artigo 27 - As deliberações nas reuniões da Diretoria serão tomadas por maioria de votos dos presentes em cada reunião, ou que tenham manifestado seu voto na forma do artigo 26, parágrafo 2º deste Estatuto, sendo que, no caso de empate, caberá ao Diretor Presidente o voto de qualidade.

Artigo 28 - Compete à Diretoria a administração dos negócios sociais em geral e a prática, para tanto, de todos os atos necessários ou convenientes, ressalvados aqueles para os quais seja por lei ou pelo presente Estatuto atribuída a competência à Assembléia Geral ou ao Conselho de Administração. No exercício de suas funções, os Diretores poderão realizar todas as operações e praticar todos os atos de ordinária administração necessários à consecução dos objetivos de seu cargo, observadas as disposições do presente estatuto quanto à forma de representação e à alçada para a prática de determinados atos, e a orientação geral dos negócios estabelecida pelo Conselho de Administração, incluindo resolver sobre a aplicação de recursos, transigir, renunciar, ceder direitos, confessar dívidas, fazer acordos, firmar compromissos, contrair obrigações, celebrar contratos, adquirir, alienar e onerar bens móveis e imóveis, prestar caução, avais e fianças, emitir, endossar, caucionar, descontar, sacar e avalizar títulos em geral, assim como abrir, movimentar e encerrar contas em estabelecimentos de crédito, observadas as restrições legais e aquelas estabelecidas neste Estatuto Social.

Parágrafo 1º - Compete ao Diretor Presidente, além de coordenar a ação da Diretoria na execução das atividades relacionadas com o planejamento geral da Companhia: (i) exercer a supervisão geral das competências e atribuições da Diretoria; (ii) manter os membros do Conselho de Administração informados sobre as atividades da Companhia e o andamento de suas operações; e (iii) exercer outras atividades que lhe forem atribuídas pelo Conselho de Administração.

Parágrafo 2º - Compete ao Diretor de Relações com Investidores, dentre outras atribuições que lhe venham a ser estabelecidas, representar a Companhia perante a

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Comissão de Valores Mobiliários, acionistas, investidores, bolsas de valores, Banco Central do Brasil e demais órgãos relacionados às atividades desenvolvidas no mercado de capitais e zelar pelo cumprimento e execução das normas estatutárias e, seja em conjunto ou isoladamente, praticar os atos normais de gestão da Companhia.

Parágrafo 3º - Compete ao Diretor Financeiro, dentre outras atribuições que lhe venham a ser estabelecidas, (i) planejar, coordenar, organizar, supervisionar e dirigir as atividades relativas às operações de natureza financeira da Companhia; (ii) gerir as finanças consolidadas da Companhia; (iii) propor as metas para o desempenho e os resultados das diversas áreas da Companhia, o orçamento da Companhia, acompanhar os resultados da Companhia, preparar as demonstrações financeiras e o relatório anual da administração da Companhia; e (iv) coordenar a avaliação e implementação de oportunidades de investimentos e operações, incluindo financiamentos, no interesse da Companhia.

Parágrafo 4º - Compete ao Diretor de Marketing e de Relacionamento com Varejo, dentre outras atribuições que lhe venham a ser estabelecidas: (i) gerir as atividades de marketing da Companhia; (ii) elaborar planos de marketing, mídia e comunicação; (iii) orientar e estruturar ofertas comerciais da Companhia; (iv) definir e supervisionar as políticas de comercialização e de serviços da Companhia; (v) avaliar e propor planos de desenvolvimento para novos projetos pela Companhia; (vi) avaliar e acompanhar políticas e estratégias de comercialização da Companhia; (vii) avaliar e discutir pesquisas e análises sobre a companhia, seus ativos e a indústria; (viii) estreitar o relacionamento da companhia com os varejistas de cada um de seus empreendimentos e novos lojistas; (ix) estudar em conjunto com os varejistas os resultados obtidos bem como os possíveis cenários para melhora contínua de sua produtividade; (x) estreitar o relacionamento da companhia com as principais entidades varejistas, sendo elas de classe, associações e de pesquisa ou acadêmicas; e (xi) avaliar e acompanhar pesquisas de produtividade varejista e composição de mix de seus empreendimentos e novos negócios.

Parágrafo 5º - Compete ao Diretor de Planejamento e Expansão, dentre outras atribuições que lhe venham a ser estabelecidas: (i) planejar, organizar e coordenar o desenvolvimento de cada um dos empreendimentos e projetos nos quais a Companhia participe, direta ou indiretamente; (ii) prospectar, analisar e negociar oportunidades de investimentos e desinvestimento para a Companhia; (iii) analisar e avaliar atividades a

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

serem desenvolvidas e/ou realizadas pela Companhia, inclusive a partir do exame da viabilidade econômico-financeira das novas oportunidades de negócios; (iv) analisar as condições macroeconômicas e as economias locais onde serão instalados shoppings centers, bem como regiões propícias para a implementação de novos shoppings centers; (v) baseado em estudos e pesquisas de empresas independentes, avaliar a necessidade de ampliação dos empreendimentos existentes, bem como a criação de novos empreendimentos em regiões com bom potencial de consumo; (vi) realizar juntamente com a gerência de operações estudos na implantação dos serviços de energia elétrica, abastecimento de água e estacionamento de automóveis nos empreendimentos da Companhia, bem como na otimização dos serviços atualmente prestados pela Companhia.

Artigo 29 - Compete à Diretoria, como colegiado:

- a) cumprir e fazer cumprir este Estatuto Social e as deliberações do Conselho de Administração e da Assembléia Geral;
- b) deliberar sobre a abertura, mudança, encerramento ou alteração de endereços de filiais, sucursais, agências, escritórios ou representações da Companhia, em qualquer parte do País ou do exterior, observadas as formalidades legais;
- c) submeter à apreciação do Conselho de Administração deliberação sobre a criação e extinção de subsidiárias e controladas no País ou no exterior, bem como sobre a aquisição, cessão, transferência, alienação e/ou oneração, a qualquer título ou forma, de participações societárias e valores mobiliários de outras sociedades no País ou no exterior, em qualquer caso apenas em relação às sociedades de propósito específico que venham a ser formadas para fins exclusivamente de empreendimentos imobiliários nos quais a Companhia venha a participar;
- d) submeter, anualmente, à apreciação do Conselho de Administração, o Relatório da Administração e as contas da Diretoria, acompanhados do relatório dos auditores independentes, bem como a proposta de destinação dos lucros apurados no exercício anterior;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

- e) elaborar e propor, ao Conselho de Administração, os planos de negócios, operacionais e de investimento da Companhia, em especial o Plano Anual de Investimentos da Companhia;
- f) praticar todos os atos necessários à execução do Plano Anual de Investimentos da Companhia, conforme aprovado pelo Conselho de Administração, nos termos do presente Estatuto;
- g) definir as diretrizes básicas de provimento e administração de pessoal da Companhia;
- h) elaborar o plano de organização da Companhia e emitir as normas correspondentes;
- i) propor, sem exclusividade de iniciativa, ao Conselho de Administração a atribuição de funções a cada Diretor no momento de sua respectiva eleição; aprovar o plano de cargos e salários da Companhia e seu regulamento;
- j) aprovar a contratação da instituição depositária prestadora dos serviços de ações escriturais;
- k) propor ao Conselho de Administração a criação, fixação de vencimentos e a extinção de novo cargo ou função na Diretoria da Companhia; e
- l) decidir sobre qualquer assunto que não seja de competência privativa da Assembléia Geral ou do Conselho de Administração.

Parágrafo 1º - A elaboração do Plano Anual de Investimentos pela Diretoria será feita anualmente durante o último trimestre do exercício social, para submissão ao Conselho de Administração até no máximo o dia 15 de dezembro de cada ano, e deverá conter, pelo menos, as seguintes informações:

- (i) a orientação geral dos negócios da Companhia, contendo diretrizes, política e objetivos básicos para todas as áreas da Companhia para um período mínimo de 1 (um) ano e máximo de até 5 (cinco) anos; e

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

(ii) a aprovação dos planos de trabalho e orçamentos dos planos de investimento e administração da Companhia e os novos programas de expansão e limites de endividamento da Companhia; e

Parágrafo 2º - Caso o Plano Anual de Investimentos não seja aprovado pelo Conselho de Administração nos termos do artigo 19(b) acima, a Diretoria deverá elaborar um novo Plano Anual de Investimentos, conforme a orientação do Conselho de Administração, e enquanto tal novo Plano Anual de Investimentos não for aprovado pelo Conselho de Administração, continuarão sendo aplicáveis os montantes e limites estabelecidos no Plano Anual de Investimentos então em vigor.

Artigo 30 - A Companhia considerar-se-á obrigada quando representada:

- a) por 2 (dois) Diretores em conjunto;
- b) por 1 (um) Diretor e 1 (um) procurador devidamente constituído;
- c) por 2 (dois) procuradores devidamente constituídos.

Parágrafo Único - As procurações serão outorgadas em nome da Companhia pela assinatura de 2 (dois) Diretores em conjunto, devendo especificar os poderes conferidos e, com exceção daquelas para fins judiciais, terão período de validade limitado a, no máximo, 1 (um) ano.

CAPÍTULO V
DO CONSELHO FISCAL

Artigo 31 - A Companhia terá um Conselho Fiscal que funcionará em caráter não permanente, e terá de 03 (três) a 05 (cinco) membros efetivos e igual número de suplentes, acionistas ou não, eleitos pela Assembléia Geral Ordinária. O Conselho Fiscal terá as atribuições e os poderes conferidos por lei. O período de funcionamento do Conselho Fiscal terminará na primeira Assembléia Geral Ordinária realizada após a sua instalação.

Parágrafo 1º - A posse dos membros do Conselho Fiscal estará condicionada à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Membros do Conselho Fiscal aludido no Regulamento do Novo Mercado.

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Parágrafo 2º - A remuneração dos membros do Conselho Fiscal será fixada pela Assembléia Geral que os eleger, respeitados os limites legais.

Parágrafo 3º - No caso de ausência temporária de qualquer membro do Conselho Fiscal, este será substituído pelo suplente.

Parágrafo 4º - Ocorrendo vaga no Conselho Fiscal, este órgão deverá convocar Assembléia Geral Extraordinária, com base na prerrogativa do artigo 163, V da Lei das Sociedades por Ações, com o objetivo de eleger um substituto e respectivo suplente para exercer o cargo até o término do mandato do Conselho Fiscal.

Parágrafo 5º - As reuniões do Conselho Fiscal poderão ser realizadas por meio de teleconferência, videoconferência ou outros meios de comunicação. Tal participação será considerada presença pessoal em referida reunião. Nesse caso, os membros do Conselho Fiscal que participarem remotamente da reunião deverão expressar e formalizar seus votos, ou pareceres por meio de carta, fac-símile ou correio eletrônico digitalmente certificado.

Parágrafo 6º - Ao término da reunião, deverá ser lavrada ata, a qual deverá ser assinada por todos os Conselheiros Fiscais fisicamente presentes à reunião, e posteriormente transcrita no Livro de Registro de Atas do Conselho Fiscal da Companhia. Os votos ou pareceres manifestados pelos Conselheiros que participarem remotamente da reunião ou que tenham se manifestado na forma do parágrafo 5º *in fine* deste artigo, deverão igualmente constar no Livro de Registro de Atas do Conselho Fiscal, devendo a cópia da carta, fac-símile ou mensagem eletrônica, conforme o caso, contendo o voto ou parecer do Conselheiro Fiscal, ser juntada ao Livro logo após a transcrição da ata.

CAPÍTULO VI
DO EXERCÍCIO SOCIAL, LUCROS E DIVIDENDOS

Artigo 32 - O exercício social terá início em 1º de janeiro e encerrar-se-á em 31 (trinta e um) de dezembro de cada ano, quando serão elaboradas as demonstrações financeiras previstas na legislação aplicável.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Artigo 33 - Do resultado do exercício serão deduzidos, antes de qualquer participação, os prejuízos acumulados, se houver, e a provisão para o imposto de renda e contribuição social sobre o lucro. Os lucros líquidos apurados serão destinados sucessivamente e nesta ordem, da seguinte forma:

- a) 5% (cinco por cento) serão aplicados, antes de qualquer destinação, na constituição da reserva legal, que não excederá 20% (vinte por cento) do capital social;
- b) uma parcela, por proposta dos órgãos da administração, poderá ser destinada à formação de Reservas para Contingências, na forma prevista no artigo 195 da Lei das Sociedades por Ações;
- c) uma parcela, por proposta dos órgãos da administração, poderá ser retida com base em orçamento de capital previamente aprovado, nos termos do artigo 196 da Lei das Sociedades por Ações;
- d) a parcela correspondente a, no mínimo, 25% (cinco por cento) do lucro líquido, calculado sobre o saldo obtido com as deduções e acréscimos previstos no artigo 202, II e III da Lei das Sociedades por Ações, será distribuída aos acionistas como dividendo obrigatório;
- e) no exercício em que o montante do dividendo obrigatório ultrapassar a parcela realizada do lucro do exercício, a Assembléia Geral poderá, por proposta dos órgãos de administração, destinar o excesso à constituição de Reserva de Lucros a Realizar, observado o disposto no artigo 197 da Lei das Sociedades por Ações; e
- f) a parcela remanescente do lucro líquido, por proposta dos órgãos da administração, poderá ser total ou parcialmente destinada à constituição da "Reserva para Efetivação de Novos Investimentos", observado o disposto no artigo 194 Lei das Sociedades por Ações, que tem por finalidade preservar a integridade do patrimônio social, reforçando o capital social e de giro da Companhia, com vistas a permitir à Companhia a realização de novos investimentos. O limite máximo desta reserva será de até 100% (cem por cento) do capital social, observado que o saldo desta reserva, somado aos saldos das demais reservas de lucros, excetuadas as reservas de lucros a

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

realizar e as reservas para contingências, não poderá ultrapassar 100% (cem por cento) do valor do capital social. Uma vez atingido esse limite máximo, a Assembléia Geral poderá deliberar sobre a aplicação do excesso na integralização ou no aumento do capital social, ou na distribuição de dividendos.

Parágrafo 1º - A Assembléia Geral poderá atribuir aos administradores da Companhia uma participação nos lucros, nos termos do § 1º, do artigo 152, da Lei das Sociedades por Ações.

Parágrafo 2º - A destinação dos lucros para constituição da "Reserva para Efetivação de Novos Investimentos" de que trata o item "f", acima e a retenção de lucros nos termos do artigo 196 da Lei das Sociedades por Ações não poderão ser aprovadas, em cada exercício social, em prejuízo da distribuição do dividendo obrigatório.

Artigo 34 - A Companhia poderá pagar aos seus acionistas juros sobre o capital próprio, os quais poderão ser imputados ao dividendo mínimo obrigatório.

Artigo 35 - A Companhia poderá levantar balanços semestrais e/ou trimestrais, podendo com base neles declarar, por deliberação do Conselho de Administração, dividendos intermediários e intercalares ou juros sobre o capital próprio. Os dividendos intermediários e intercalares e juros sobre o capital próprio previstos neste artigo poderão ser imputados ao dividendo mínimo obrigatório.

Artigo 36 - Revertem em favor da Companhia os dividendos e juros sobre o capital próprio que não forem reclamados dentro do prazo de 03 (três) anos após a data em que forem colocados à disposição dos acionistas.

Artigo 37 - A Companhia poderá conceder doações e subvenções a entidades beneficentes, desde que previamente autorizada pela Assembléia Geral, justificadamente.

CAPÍTULO VII

DA RESPONSABILIDADE DOS ADMINISTRADORES

Artigo 38 - Os administradores respondem perante a Companhia e terceiros pelos atos que praticarem no exercício de suas funções, nos termos da lei, do Regulamento do Novo

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Mercado e do presente Estatuto.

Artigo 39 - A Companhia, nos casos em que não tomar o pólo ativo das ações, assegurará aos membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e da Diretoria, por meio de terceiros contratados, a defesa em processos judiciais e administrativos propostos por terceiros contra seus administradores, durante ou após os respectivos mandatos, até o final do prazo prescricional de responsabilidade desses administradores, por atos relacionados com o exercício de suas funções próprias.

Parágrafo 1º - A garantia prevista no *caput* deste artigo estende-se aos empregados da Companhia e a seus mandatários legalmente constituídos, que atuarem em nome da Companhia.

Parágrafo 2º - Se o membro do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal, o Diretor ou o empregado for condenado, com decisão transitada em julgado, baseada em violação de lei ou do estatuto ou em decorrência de sua culpa ou dolo, este deverá ressarcir a Companhia de todos os custos, despesas e prejuízos a ela causados.

Parágrafo 3º - A Companhia poderá, por deliberação do Conselho de Administração, contratar em favor dos membros do seu Conselho de Administração e de seus Diretores, seguro para a cobertura de responsabilidade decorrente do exercício de seus cargos.

CAPÍTULO VIII

DA ALIENAÇÃO DO CONTROLE ACIONÁRIO, DO CANCELAMENTO DO REGISTRO DE COMPANHIA ABERTA E DA SAÍDA DO NOVO MERCADO

Artigo 40 - A alienação do controle da Companhia, direta ou indiretamente, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas, deverá ser contratada sob condição suspensiva ou resolutiva de que o adquirente se obrigue a efetivar oferta pública de aquisição das demais ações dos outros acionistas da Companhia, observando-se as condições e os prazos previstos na legislação vigente e no Regulamento do Novo Mercado, de forma a assegurar-lhes tratamento igualitário àquele dado ao Acionista Controlador alienante.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Parágrafo 1º - Para fins deste Estatuto Social, os termos abaixo indicados em letras maiúsculas terão o seguinte significado:

“Acionista Controlador” - significa o acionista ou o grupo de acionistas vinculado por acordo de acionistas ou sob controle comum que exerça o Poder de Controle da Companhia.

“Acionista Adquirente” - significa qualquer pessoa (incluindo, sem limitação, qualquer pessoa natural ou jurídica, fundo de investimento, condomínio, carteira de títulos, universalidade de direitos, ou outra forma de organização, residente, com domicílio ou com sede no Brasil ou no exterior), ou grupo de pessoas vinculadas por acordo de voto e/ou que atue representando um mesmo interesse, que venha a subscrever e/ou adquirir ações da Companhia. Incluem-se no conceito de Acionista Adquirente qualquer pessoa (i) que seja, direta ou indiretamente, controlada ou administrada pelo Acionista Adquirente; (ii) que controle ou administre sob qualquer forma o Acionista Adquirente; (iii) que seja, direta ou indiretamente, controlada ou administrada por qualquer pessoa que controle ou administre, direta ou indiretamente, o Acionista Adquirente; (iv) na qual o controlador do Acionista Adquirente tenha, direta ou indiretamente, uma participação societária igual ou superior a 15% (quinze por cento) do capital social; (v) na qual o Acionista Adquirente tenha, direta ou indiretamente, uma participação societária igual ou superior a 15% (quinze por cento) do capital social; ou (vi) que tenha, direta ou indiretamente, uma participação societária igual ou superior a 15% (quinze por cento) do capital social do Acionista Adquirente.

“Ações em Circulação” - significa todas as ações emitidas pela Companhia, excetuadas as ações detidas pelo Acionista Controlador, por pessoas a ele vinculadas, por administradores da Companhia e aquelas em tesouraria.

“Controle” - (bem como seus termos correlatos, **“Controlador”**, **“Controlado”**, **“sob Controle Comum”** ou **“Poder de Controle”**) significa o poder efetivamente utilizado de dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento dos órgãos da Companhia, de forma direta ou indireta, de fato ou de direito. Há presunção relativa de titularidade do controle em relação à pessoa ou ao grupo de pessoas vinculado por acordo de acionistas ou sob controle comum (grupo de controle) que

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

seja titular de ações que lhe tenham assegurado a maioria absoluta dos votos dos acionistas presentes nas três últimas Assembléias Gerais da Companhia, ainda que não seja titular das ações que lhe assegurem a maioria absoluta do capital votante.

“Grupo de Acionistas” - significa o grupo de duas ou mais pessoas que sejam (a) vinculadas por contratos ou acordos de qualquer natureza, inclusive acordo de acionistas, orais ou escritos, seja diretamente ou por meio de sociedades Controladas, Controladoras ou sob Controle Comum; ou (b) entre os quais haja relação de Controle, seja direta ou indiretamente; ou (c) que estejam sob Controle Comum; ou (d) que atuem representando interesse comum. Incluem-se, sem limitação, nos exemplos de pessoa representando um interesse comum (i) uma pessoa que detenha, direta ou indiretamente, uma participação societária igual ou superior a 15% (quinze por cento) do capital social da outra pessoa; e (ii) duas pessoas que tenham um terceiro investidor em comum que detenha, direta ou indiretamente, uma participação societária igual ou superior a 15% (quinze por cento) do capital social das duas pessoas. Quaisquer *joint-ventures*, fundos ou clubes de investimento, fundações, associações, *trusts*, condomínios, cooperativas, carteiras de títulos, universalidades de direitos, ou quaisquer outras formas de organização ou empreendimento, constituídos no Brasil ou no exterior, serão considerados parte de um mesmo Grupo de Acionistas sempre que duas ou mais entre tais entidades; (x) forem administradas ou geridas pela mesma pessoa jurídica ou por partes relacionadas a uma mesma pessoa jurídica; ou (y) tenham em comum a maioria de seus administradores.

“Controle Difuso” - significa o Poder de Controle exercido por acionista detentor de menos de 50% (cinquenta por cento) do capital social. Significa, ainda, o Poder de Controle quando exercido por acionistas que, em conjunto, sejam detentores de percentual superior a 50% (cinquenta por cento) do capital social e que cada acionista detenha individualmente menos de 50% (cinquenta por cento) do capital social, desde que estes acionistas não sejam signatários de acordo de votos, não estejam sob controle comum e nem atuem representando um interesse comum.

“Valor Econômico” - significa o valor da Companhia e de suas ações que vier a ser determinado por empresa especializada, mediante a utilização de metodologia reconhecida ou com base em outro critério que venha a ser definido pela Comissão de Valores Mobiliários.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Parágrafo 2º - Caso a aquisição do Controle também sujeite o adquirente do Controle à obrigação de realizar a oferta pública de aquisição exigida pelo artigo 43 deste Estatuto Social, o preço de Aquisição na oferta pública de aquisição será o maior entre os preços determinados em conformidade com este artigo 40 e o artigo 43, parágrafo 2º, deste Estatuto Social.

Parágrafo 3º - O(s) Acionista(s) Controlador(es) alienante(s) ou o Grupo de Acionistas Controlador alienante não poderá(ão) transferir a propriedade de suas ações, nem a Companhia poderá registrar qualquer transferência de ações para o comprador do Poder de Controle, ou para aquele(s) que vier(em) a deter o Poder de Controle, enquanto este(s) não subscrever(em) o Termo de Anuência dos Controladores a que alude o Regulamento do Novo Mercado.

Parágrafo 4º - Nenhum Acordo de Acionistas que disponha sobre o exercício do Poder de Controle poderá ser registrado na sede da Companhia sem que os seus signatários tenham subscrito o Termo de Anuência referido no parágrafo 3º deste artigo.

Artigo 41 - A oferta pública de aquisição disposta no artigo 40 também deverá ser efetivada (i) nos casos em que houver cessão onerosa de direitos de subscrição de ações e de outros títulos ou direitos relativos a valores mobiliários conversíveis em ações, que venha a resultar na alienação do Controle acionário da Companhia; e (ii) em caso de alienação do Controle de sociedade que detenha o Poder de Controle da Companhia, sendo que, neste caso, o Acionista Controlador alienante ficará obrigado a declarar à CVM e à BOVESPA o valor atribuído à Companhia nessa alienação e anexar documentação que o comprove.

Artigo 42 - Aquele que já detiver ações da Companhia e venha a adquirir o Poder de Controle desta, em razão de contrato particular de compra de ações celebrado com o(s) Acionista(s) Controlador(es) ou Grupo de Acionista Controlador, envolvendo qualquer quantidade de ações, estará obrigado a:

- (i) efetivar a oferta pública de aquisição referida no artigo 40 deste Estatuto Social;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

- (ii) ressarcir os acionistas de quem tenha comprado ações em bolsa nos 06 (seis) meses anteriores à data de Alienação de Controle, a quem deverá pagar a diferença entre o preço pago ao Acionista Controlador alienante e o valor pago em bolsa, por ações da Companhia neste período, devidamente atualizado pela variação positiva do Índice Geral de Preços de Mercado, divulgado pela Fundação Getúlio Vargas – IGP-M/FGV.
- (iii) tomar medidas cabíveis para recompor o percentual mínimo de 25% (vinte e cinco por cento) do total das ações da Companhia em circulação, dentro dos 06 (seis) meses subsequentes à aquisição do Controle.

Artigo 43 – Caso qualquer Acionista Adquirente adquira ou se torne titular de ações de emissão da Companhia, em quantidade igual ou superior a 15% (quinze por cento) do total de ações de emissão da Companhia, deverá, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias a contar da data de aquisição ou do evento que resultou na titularidade de ações em quantidade igual ou superior a 15% (quinze por cento) do total de ações de emissão da Companhia, realizar uma oferta pública de aquisição da totalidade das ações de emissão da Companhia, observando-se o disposto na regulamentação aplicável da Comissão de Valores Mobiliários – CVM, inclusive quanto à necessidade ou não de registro de tal oferta pública, os regulamentos da BOVESPA e os termos deste artigo 43, estando o Acionista Adquirente obrigado a atender as eventuais solicitações ou as exigências da CVM com base na legislação aplicável, relativas à oferta pública de aquisição, dentro dos prazos máximos prescritos na regulamentação aplicável.

Parágrafo 1º - A oferta pública de aquisição deverá ser (i) dirigida indistintamente a todos os acionistas da Companhia; (ii) efetivada em leilão a ser realizado na BOVESPA; (iii) lançada pelo preço determinado de acordo com o previsto no parágrafo 2º deste artigo; e (iv) para pagamento à vista, em moeda corrente nacional, contra a aquisição na oferta pública de aquisição de ações de emissão da Companhia.

Parágrafo 2º - O preço de aquisição na oferta pública de aquisição de cada ação de emissão da Companhia não poderá ser inferior ao maior valor entre (i) o Valor Econômico apurado em laudo de avaliação; (ii) 150% (cento e cinquenta por cento) do maior preço de emissão das ações em qualquer aumento de capital realizado mediante distribuição pública ocorrido no período de 12 (doze) meses que anteceder a data em que se tornar obrigatória a realização da oferta pública de aquisição nos

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

termos deste artigo 43 devidamente atualizado pelo IGPM/FGV até o momento do pagamento; e (iii) 150% (cento e cinquenta por cento) da cotação unitária média das ações de emissão da Companhia durante o período de 90 (noventa) dias anterior à realização da oferta pública de aquisição.

Parágrafo 3º - A realização de oferta pública de aquisição mencionada no *caput* do presente artigo não excluirá a possibilidade de outro acionista da Companhia, ou se for o caso, a própria Companhia, formular uma oferta pública de aquisição concorrente, nos termos da regulamentação aplicável.

Parágrafo 4º - No caso do Acionista Adquirente não cumprir com qualquer das obrigações impostas por este artigo, o Conselho de Administração da Companhia convocará Assembleia Geral Extraordinária, na qual o Acionista Adquirente não poderá votar, para deliberar sobre a suspensão do exercício dos direitos do Acionista Adquirente que não cumpriu qualquer obrigação imposta por este artigo, de acordo com os termos do artigo 120 da Lei das Sociedades por Ações, sem prejuízo da responsabilidade do Acionista Adquirente por perdas e danos causados aos demais acionistas em decorrência do descumprimento das obrigações impostas por este artigo.

Parágrafo 5º - O Acionista Adquirente que adquira ou se torne titular de outros direitos relacionados com as ações de emissão da Companhia, incluindo, sem limitação, usufruto ou fideicomisso, em quantidade igual ou superior a 15% (quinze por cento) do total de ações de emissão da Companhia estará igualmente obrigado a realizar a oferta pública de aquisição, registrada ou não na CVM, conforme regulamentação aplicável, nos termos deste artigo 43, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias.

Parágrafo 6º - O disposto neste artigo não se aplica na hipótese de uma pessoa se tornar titular de ações de emissão da Companhia em quantidade superior a 15% (quinze por cento) do total das ações de sua emissão em decorrência (i) de sucessão legal, sob a condição de que o acionista aliene o excesso de ações em até 60 (sessenta) dias contados do evento que foi atingida tal participação; (ii) incorporação de uma outra sociedade pela Companhia; (iii) incorporação de ações de uma outra sociedade pela Companhia; ou (iv) da subscrição de ações da Companhia, realizada em uma

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

única emissão primária, que tenha sido aprovada em Assembléia Geral de acionistas da Companhia.

Parágrafo 7º - O disposto neste artigo não se aplica aos Acionistas Adquirentes que na data de encerramento da oferta pública de ações sejam detentores de quantidade superior a 15% (quinze por cento) do total de ações de emissão da Companhia e que venham a adquirir novas ações da Companhia, seja ou não no exercício do direito de preferência, desde que, após essas novas aquisições, esse Acionista Adquirente não venha a deter uma participação no capital total da Companhia superior à participação por ele detida na data de encerramento da oferta pública de ações.

Parágrafo 8º - Não serão computados os acréscimos involuntários de participação acionária resultantes de cancelamento de ações em tesouraria ou de redução do capital social da Companhia com o cancelamento de ações, para fins do cálculo do percentual de 15% (quinze por cento) do total de ações.

Parágrafo 9º - Caso a regulamentação da CVM aplicável à oferta pública de aquisição prevista neste artigo determine a adoção de um critério de cálculo para a fixação do preço de aquisição de cada ação da Companhia na oferta pública de aquisição que resulte em preço de aquisição superior àquele determinado nos termos do parágrafo 2º deste artigo, deverá prevalecer na efetivação da oferta pública de aquisição prevista neste artigo aquele preço de aquisição calculado nos termos da regulamentação da CVM.

Parágrafo 10 - Qualquer alteração deste Estatuto Social que limite o direito dos acionistas à realização da oferta pública de aquisição prevista neste artigo ou a exclusão deste artigo, incluindo, sem limitação, a redução do percentual de 150% (cento e cinquenta por cento) a que se refere o parágrafo 2º acima, obrigará o(s) acionista(s) que tiver(em) votado a favor de tal alteração ou exclusão na deliberação em Assembléia Geral a realizar, de forma conjunto e solidária, a oferta pública de aquisição prevista neste artigo.

Artigo 44 - Na oferta pública de aquisição de ações a ser efetivada pelo(s) Acionista(s) Controlador(es), Grupo de Acionistas Controlador ou pela Companhia para o cancelamento do registro de companhia aberta da Companhia, o preço mínimo a ser ofertado deverá

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

corresponder ao Valor Econômico apurado em laudo de avaliação, de acordo com o artigo 46 deste Estatuto Social.

Artigo 45 - O(s) Acionista(s) Controlador(es) ou o Grupo de Acionistas Controladores da Companhia deverá(ão) efetivar oferta pública de aquisição de ações pertencentes aos demais acionistas seja porque a saída da Companhia do Novo Mercado ocorra em virtude de: (i) os valores mobiliários por ela emitidos passarem a ter registro para negociação fora do Novo Mercado; ou (ii) operação de reorganização societária na qual as ações da companhia resultante de tal reorganização não sejam admitidas para negociação no Novo Mercado. O preço a ser ofertado deverá corresponder, no mínimo, ao Valor Econômico apurado em laudo de avaliação, referido no artigo 46 deste Estatuto Social, respeitadas as normas legais e regulamentares aplicáveis.

Parágrafo Único - A notícia da realização da oferta pública mencionada nos artigos 44 e 45 acima, deverá ser comunicada à BOVESPA e divulgada ao mercado imediatamente após a realização da Assembléia Geral da Companhia que houver aprovado a saída ou aprovado referida reorganização.

Artigo 46 - Os laudos de avaliação previstos neste Estatuto Social deverão ser elaborados por empresa especializada, com experiência comprovada e independência quanto ao poder de decisão da Companhia, seus Administradores e Acionista Controlador-, devendo o laudo também satisfazer os requisitos do § 1º do artigo 8º da Lei das Sociedades por Ações e conter a responsabilidade prevista no § 6º do mesmo dispositivo legal.

Parágrafo 1º - A escolha da empresa especializada responsável pela determinação do Valor Econômico da Companhia é de competência da Assembléia Geral, a partir da apresentação, pelo Conselho de Administração, de lista tríplice, devendo a respectiva deliberação, não sendo computados os votos em branco, ser tomada pela maioria dos votos dos acionistas representantes das Ações em Circulação presentes na Assembléia Geral, que se instalada em primeira convocação, deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% (vinte por cento) do total de Ações em Circulação, ou que se instalada em segunda convocação poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas representantes das Ações em Circulação.

Parágrafo 2º - Os custos de elaboração do laudo de avaliação deverão ser assumidos integralmente pelo ofertante.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Artigo 47 - Caso haja Controle Difuso:

- (i) sempre que for aprovado, em Assembléia Geral, o cancelamento de registro de companhia aberta, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pela própria Companhia, sendo que, neste caso, a Companhia somente poderá adquirir as ações de titularidade dos acionistas que tenham votado a favor do cancelamento de registro na deliberação em Assembléia Geral após ter adquirido as ações dos demais acionistas que não tenham votado a favor da referida deliberação e que tenham aceitado a referida oferta pública;
- (ii) sempre que for aprovada, em Assembléia Geral, a saída do Novo Mercado, seja por registro das ações fora do Novo Mercado, seja por reorganização societária conforme previsto no artigo 45 deste Estatuto Social, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor da respectiva deliberação em Assembléia Geral.

Artigo 48 - Na hipótese de haver Controle Difuso e a BOVESPA determinar que as cotações dos valores mobiliários de emissão da Companhia sejam divulgadas em separado ou que os valores mobiliários emitidos pela Companhia tenham a sua negociação suspensa no Novo Mercado em razão do descumprimento de obrigações constantes do Regulamento do Novo Mercado, o Presidente do Conselho de Administração deverá convocar, em até 02 (dois) dias da determinação, computados apenas os dias em que houver circulação dos jornais habitualmente utilizados pela Companhia, uma Assembléia Geral Extraordinária para substituição de todo o Conselho de Administração.

Parágrafo 1º - Caso a Assembléia Geral Extraordinária referida no *caput* deste artigo não seja convocada pelo Presidente do Conselho de Administração no prazo estabelecido, a mesma poderá ser convocada por qualquer acionista da Companhia.

Parágrafo 2º - O novo Conselho de Administração eleito na Assembléia Geral Extraordinária referida no *caput* e no parágrafo 1º deste artigo deverá sanar o descumprimento das obrigações constantes do Regulamento do Novo Mercado no menor prazo possível ou em novo prazo concedido pela BOVESPA para esse fim, o que for menor.

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Artigo 49 - Na hipótese de haver Controle Difuso e a saída da Companhia do Novo Mercado ocorrer em razão do descumprimento de qualquer obrigação constante do Regulamento do Novo Mercado:

(i) caso o descumprimento decorra de deliberação em Assembléia Geral, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor da deliberação que implique o descumprimento; e

(ii) caso o descumprimento decorra de ato ou fato da administração da Companhia, a Companhia deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações - para cancelamento de registro de companhia aberta dirigida a todos os acionistas da Companhia. Caso seja deliberada, em Assembléia Geral, a manutenção do registro de companhia aberta da Companhia, a oferta pública de aquisição deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor dessa deliberação.

Artigo 50 - É facultada a formulação de uma única oferta pública de aquisição, visando a mais de uma das finalidades previstas neste Capítulo VIII, no Regulamento do Novo Mercado ou na regulamentação emitida pela CVM, desde que seja possível compatibilizar os procedimentos de todas as modalidades de oferta pública de aquisição e não haja prejuízo para os destinatários da oferta e seja obtida a autorização da CVM quando exigida pela legislação aplicável.

Artigo 51 - A Companhia ou os acionistas responsáveis pela realização da oferta pública de aquisição prevista neste Capítulo VIII, no Regulamento do Novo Mercado ou na regulamentação emitida pela CVM poderão assegurar sua efetivação por intermédio de qualquer acionista, terceiro e, conforme o caso, pela Companhia. A Companhia ou o acionista, conforme o caso, não se eximem da obrigação de realizar a oferta pública de aquisição até que seja concluída com observância das regras aplicáveis.

Artigo 52 - A partir da data em que o Controle da Companhia passe a ser qualificado como Controle Difuso, conforme definido no parágrafo 1º do artigo 40 acima, qualquer Acionista Adquirente que atingir, direta ou indiretamente, participação em Ações em Circulação igual ou superior a 5% (cinco por cento) do capital social da Companhia, e que desejar realizar uma nova aquisição de Ações em Circulação, estará obrigado a (i) realizar cada nova aquisição na BOVESPA, vedada a realização de negociações privadas ou em mercado de balcão; (ii) previamente a cada nova aquisição, comunicar por escrito ao Diretor de Relações com Investidores da Companhia e ao Diretor do pregão da BOVESPA, por meio

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

da sociedade corretora a ser utilizada para adquirir as ações, a quantidade de Ações em Circulação que pretende adquirir, com antecedência mínima de 03 (três) dias úteis da data prevista para a realização da nova aquisição de ações, de tal modo que o diretor de pregão da BOVESPA possa previamente convocar um leilão de compra a ser realizado em pregão da BOVESPA do qual possam participar terceiros interferentes e/ou eventualmente a própria Companhia, observados sempre os termos da legislação vigente, em especial a regulamentação da CVM e os regulamentos da BOVESPA aplicáveis.

Parágrafo Único - Na hipótese do Acionista Adquirente não cumprir com as obrigações impostas por este artigo, o Conselho de Administração da Companhia convocará Assembléia Geral Extraordinária, na qual o Acionista Adquirente não poderá votar, para deliberar sobre a suspensão do exercício dos direitos do Acionista Adquirente, conforme disposto no artigo 120 da Lei das Sociedades por Ações, sem prejuízo da responsabilidade do Acionista Adquirente por perdas e danos causados aos demais acionistas em decorrência do descumprimento das obrigações impostas por este artigo.

Artigo 53 - Não obstante o previsto nos artigos 43, 50 e 51 deste Estatuto Social, as disposições do Regulamento do Novo Mercado prevalecerão nas hipóteses de prejuízo dos direitos dos destinatários das ofertas mencionadas em referidos artigos.

CAPÍTULO X **DA ARBITRAGEM**

Artigo 54 - A Companhia, seus acionistas, Administradores e membros do Conselho Fiscal (quando instalado), obrigam-se a resolver, por meio de arbitragem, perante a Câmara de Arbitragem do Mercado da BOVESPA, de acordo com seu respectivo Regulamento de Arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre eles, relacionada ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações, no Estatuto Social da Companhia, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela Comissão de Valores Mobiliários, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado e do Contrato de Participação no Novo Mercado.

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

CAPÍTULO XI
DA LIQUIDAÇÃO

Artigo 55 - A Companhia será liquidada nos casos previstos em lei, sendo a Assembléia Geral o órgão competente para determinar a forma de liquidação e nomear o liquidante e o Conselho Fiscal que deverá funcionar no período de liquidação.

CAPÍTULO XII
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 56 - Os casos omissos neste Estatuto Social serão resolvidos pela Assembléia Geral e regulados de acordo com o que preceitua a Lei das Sociedades por Ações.

Artigo 57 - As disposições contidas (a) no parágrafo único do artigo 1º, (b) no parágrafo único do artigo 10, (c) nos parágrafos 2º, 3º e 4º do artigo 11, (d) no Capítulo VIII; e (e) no artigo 54 deste Estatuto Social somente terão eficácia a partir da data de publicação do Anúncio de Início de Distribuição Pública de Ações, referente à primeira distribuição pública de ações da Companhia, conforme pedido de registro protocolado na CVM sob o nº RJ/2007 07179 em 08 de junho de 2007.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

Nossos principais concorrentes em participação e administração de *Shopping Centers* são BR Malls, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan, Aliance e Sonae. Referidos concorrentes não prestam os serviços complementares que desenvolvemos.

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, frequentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza.

A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

SEGMENTOS E MERCADOS DE ATUAÇÃO

Participação em Shopping Centers

Temos participação em 5 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Internacional Shopping Guarulhos – Guarulhos, SP; (ii) Santana Parque Shopping – São Paulo, SP; (iii) Auto Shopping – Guarulhos, SP; (iv) Poli Shopping – Guarulhos, SP; e (v) Shopping Light – São Paulo, SP. Esses *Shopping Centers* classificam-se como regional (Internacional Shopping Guarulhos), de vizinhança (Santana Parque Shopping, Poli Shopping e Shopping Light), temático (Auto Shopping), sendo direcionados a consumidores das Classes A, B e C, caracterizados pela sua fidelidade e exigência de qualidade.

Administração de Shopping Center

Atualmente, somos responsáveis pela administração de todos os *Shopping Centers* em que detemos participação, exceto o Santana Parque Shopping. Somos especializados na administração condominial de nossos *Shopping Centers* e na exploração de atividades complementares como: administração de estacionamento, gestão do fornecimento de água e energia, conforme descrição resumida abaixo.

Serviços Complementares

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Além da Administração de *Shopping Centers*, prestamos serviços complementares através de subsidiárias. Gerenciamos a maioria dos nossos estacionamentos e o fornecimento de energia elétrica e água de nossas operações.

Gestão de estacionamento de Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação, administração e operação de estacionamentos em complexos de *Shopping Centers*, considerando todas as particularidades e características específicas da atividade de estacionamento interligada a um *Shopping Center*. Em todas nossas operações que possuem estacionamentos realizamos esse serviço através da I Park.

Gestão de fornecimento de energia elétrica a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de energia elétrica a ser fornecida para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de energia pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas de suprimento de energia com infra-estruturas distintas e realizando estudo de viabilidade para dimensionar a atratividade do investimento com os novos equipamentos. Além da viabilidade econômica, a Energy busca a melhor solução em termos de sustentabilidade para o fornecimento de energia.

Gestão do fornecimento de água a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de suprimentos hídricos a serem fornecidos para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de água pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas deste suprimento com infra-estruturas distintas inclusive com o reuso da mesma. Além disso, possuímos relatórios elaborados pela Universidade Mackenzie demonstrando o aproveitamento da água e a economia de esgoto a ser lançado nas redes de coleta. Nossos serviços de gestão e fornecimento de água aos *Shopping Centers* são fornecidos pela Wass.

Período de Três Meses Encerrado em 31 de Março de 2007

	RECEITA								% Receita Shopping Centers sobre Receita Bruta	% Receita Serviços sobre Receita Bruta
	ABL PRÓPRIO	EBITDA AJUSTADO	RECEITA LÍQUIDA	MARGEM EBITDA AJUSTADO	Bruta	Shopping centers	Serviços	Outras		
GENERAL SHOPPING BRASIL	86,7	8.257	10.726	77,00%	12.372	9.785	2.587	-	79,09%	20,91%
BR MALLS	207,0	22.272	31.024	71,80%	32.994	23.667	9.302	25	71,73%	28,19%
IGUATEMI	120,6	19.570	27.946	70,00%	31.447	26.086	5.361	-	82,95%	17,05%
ALIANSC	74,7	6.260	10.277	60,90%	11.027	7.501	3.526	-	68,02%	31,98%
MULTIPLAN	238,8	49.543	70.364	70,41%	77.093	61.045	10.873	5.175	79,18%	14,10%

Informações sobre o Iguatemi e BR Malls retiradas do Prospecto Definitivo de Emissão de Debêntures encontrado no site da CVM.
Informações da General Shopping Brasil, Aliansce e Multiplan retiradas do Prospecto Preliminar de Oferta Pública de Ações localizado nos respectivos sites das companhias.

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

OPERAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

No curso normal de nossos negócios, nossos atuais Acionistas Controladores, nossas subsidiárias, nossos condomínios realizam operações comerciais e financeiras entre si, a preços, prazos, encargos financeiros e demais condições usualmente praticadas no mercado, exceto por algumas operações financeiras, conforme explicado abaixo.

Essas operações incluem (i) prestação de serviços de consultoria e assistência operacional relacionados ao fornecimento de água, instalações elétricas e fornecimento de energia; (ii) administração de *Shopping Centers*; (iii) administração de estacionamentos de *Shopping Centers*; (iv) contratos de locação comercial e (v) acordos e deliberações tomadas no âmbito de convenções de condomínios.

Na condução de nossas atividades, nós e nossas subsidiárias realizamos operações de mútuo que muitas vezes não estão sujeitas a encargos financeiros. Essas operações poderiam gerar resultado diferente caso elas tivessem ocorrido com empresas não relacionadas. A maior parte dos saldos existentes entre partes relacionadas refere-se a tais operações de mútuo. Em 31 de março de 2007 o saldo total de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no ativo não circulante era de R\$2,9 milhões e o saldo de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no passivo circulante e não circulante era de R\$19,9 milhões.

Além disso, nossos contratos financeiros contam normalmente com garantias outorgadas por nossos Acionistas Controladores ou outras empresas controladas por eles. Atualmente, não pagamos qualquer remuneração aos nossos Acionistas Controladores pela prestação de tais garantias. Entretanto, não podemos assegurar que novas garantias como essas continuarão a ser prestadas no futuro sem qualquer custo à Companhia.

Em linhas gerais, todos os termos e condições de nossos contratos com partes relacionadas estão de acordo com os termos e condições que normalmente são praticados em contratação com bases comutativas e de mercado, como se a contratação se desse com uma parte não relacionada à Companhia. Exceto com relação ao saldo de mútuos sobre os quais não incidem encargos financeiros.

Assim, nossa administração negocia contratos com partes relacionadas individualmente, analisando seus termos e condições à luz dos termos e condições usualmente praticados pelo mercado, das particularidades de cada operação, incluindo prazos, valores, atendimento de padrões de qualidade, fazendo, assim, com que a contratação de parte relacionada reflita a opção que melhor atende aos interesses da Companhia em relação a prazos, valores e condições de qualidade, quando comparados com outros contratantes similares.

Apresentamos abaixo um breve resumo dos principais contratos envolvendo a Companhia e partes relacionadas. Além dos contratos descritos abaixo, celebramos diversos contratos financeiros entre partes relacionadas ou envolvendo garantias prestadas por partes relacionadas.

Contratos de Locação

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Em 2 de janeiro de 2006, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Internacional Guarulhos Shopping, conforme aditado. O aluguel mensal é de R\$83 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. A vigência do contrato é até 31 de dezembro de 2007.

Em 1 de março de 2007, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Auto Shopping. O aluguel mensal é de R\$1 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. A vigência do contrato é até 1 de setembro de 2007.

Em 1 de março de 2006, a Nova União, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação Não Residencial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento Internacional Shopping Guarulhos. O aluguel mensal é de R\$207,5 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. O contrato é celebrado sob condição de que a Nova União ceda créditos à CSA - Companhia Securitizadora de Ativos (Para mais informações sobre a securitização, vide seção "Nossos Negócios - Contratos Financeiros" na página [•]). A I Park é obrigada a manter seguro de responsabilidade civil para a exploração do estacionamento, pelo valor de R\$250 mil. A I Park tem o direito de explorar o espaço publicitário do estacionamento. A I Park cauciona R\$207,5 mil a título de garantia em favor da Nova União. A vigência do contrato é até 28 de fevereiro de 2026.

Em 26 de novembro de 2003, a Energy Comércio, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação de Bem Imóvel com o Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, na qualidade de locatário de um conjunto de subestação e equipamentos (de energia elétrica). O preço mínimo mensal é de R\$170 mil corrigido pelo IGPDI. A vigência do contrato é até 25 de novembro de 2013.

Contratos de Prestação de Serviços

Em 30 de janeiro de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela conservação, segurança e limpeza das lojas/espaços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$75 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 28 de agosto de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Auto Shopping, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela conservação, segurança e limpeza das lojas/espaços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$9 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 1 de agosto de 2005, o Condomínio Civil do Auto Shopping, na qualidade de contratante, celebrou o Contrato de Prestação de Serviços com a Wass, na qualidade de contratada, para a prestação de serviços de assistência técnica e manutenção de três poços destinados à extração de água. O preço por metro cúbico de água consumido será de: (i) R\$2,58 até 20 mil litros; (ii) R\$2,58 menos o valor médio entre R\$2,58 e R\$1,52; e (iii) R\$1,52 acima de 40 mil litros. Os pagamentos são mensais e corrigidos de acordo com a maior variação dentre os índices IGP-DI, o IPC/FIPE, dentre outros. A vigência do contrato é até 10 de agosto de 2010, quando a posse dos poços, as instalações e os equipamentos serão transferidos para a contratante.

Em 1 de outubro de 2006, a ASG Adm., na qualidade de contratante, celebrou o Contrato Prestação de Serviços com a I Park, na qualidade de contratada e locatária do imóvel onde estão localizados os estacionamentos do Auto Shopping, para a prestação de serviço de administração da operação das vagas de veículos dos estacionamentos do Auto Shopping. A remuneração mensal da contratada é de R\$11 mil. A vigência do contrato é até 1 de outubro de 2007, podendo ser renovado automaticamente.

Contrato de Garantia

Em 14 de setembro de 2006, a SAS Ventures LLC celebrou o Contrato de Financiamento Bancário com Garantia Hipotecária e Outras Avencas, com a Banif Mortgage Company, no valor de US\$10,0 milhões. O prazo do contrato é de 5 anos, devendo ser amortizado em 10 parcelas semestrais, sendo a primeira com vencimento em 14 de março de 2007 e a última com vencimento em 14 de setembro de 2011. A taxa de juros é de 8,5% ao ano. Como garantia das obrigações, foi constituída hipoteca em três terrenos de propriedade da Park Shopping Administradora e da Send onde se localiza o Santana Parque Shopping. Além da garantia hipotecária, a SAS Ventures LLC se obriga a constituir em favor da Banif Mortgage Company, penhor sobre créditos de sua titularidade, incidentes sobre os instrumentos particulares de locação firmados em unidades autônomas do Internacional Guarulhos Shopping, em montante equivalente a R\$500 mil por mês. O contrato apresenta cláusulas usuais de vencimento antecipado para esse tipo de operação. O saldo em aberto era de aproximadamente R\$16,4 milhões em 31 de março de 2007.

Convenções de Condomínio Civil

Em 31 de janeiro de 1997, Levian e ABK, na qualidade de co-proprietárias dos imóveis onde foram construídos o Internacional Guarulhos Shopping e o Internacional Guarulhos Auto Shopping, celebraram uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Shopping e uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Auto Shopping. Cada um dos condomínios é constituído pelas frações de terrenos, unidades autônomas, edificações, áreas comuns e demais instalações do Internacional Guarulhos Shopping e do Internacional Guarulhos Auto Shopping, respectivamente. Cada condomínio é dividido em 100 mil quotas iguais, sendo 50% da Levian e 50% da ABK. O resultado líquido das receitas mensais (aluguéis, co-participações, resultado de aplicações financeiras, etc) de cada um desses *Shopping Centers* será distribuído aos condôminos na proporção de suas quotas. A Levian e a ABK podem alienar, ceder ou transferir suas frações ideais a terceiros livremente, sem direito de preferência de outro condômino. A

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

administração de cada condomínio poderá ser realizada pela Levian e ABK, em conjunto ou separadamente, ou por terceiro contratado escolhido em assembleia geral. É necessária a aprovação de condôminos que representem 80% das quotas, para: (i) alteração de convenção de condomínio; (ii) substituição de administrador sem justa causa; (iii) distribuição de resultados de forma diversa da prevista nas convenções de condomínio; (iv) extinção dos condomínios; e (v) constituição de procurador comum aos condôminos.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

VISÃO GERAL DO SETOR

INDÚSTRIA MUNDIAL DE *SHOPPING CENTERS*

A estrutura de *Shopping Center* foi originalmente desenvolvida nos Estados Unidos na primeira metade do século XX. O formato de *Shopping Centers* com lojas de departamentos tradicionais (Lojas Âncoras) surgiu na década de 50 e impulsionou a expansão dos *Shopping Centers*. Fatores como a migração de populações para as grandes cidades, as mudanças no perfil original dos *Shopping Centers*, o aumento do poder aquisitivo da população, o desenvolvimento da indústria e a descentralização populacional para as zonas periféricas das grandes metrópoles contribuíram para essa expansão.

Na década de 1980 o setor de *Shopping Centers* americano cresceu de forma significativa, em especial com o surgimento de grandes empreendimentos, com mais de 80.000 m² de ABL. Após a crise do sistema de poupança e empréstimos nos Estados Unidos do final da década de 1980 e início da década de 90, o crescimento no desenvolvimento de novos empreendimentos de *Shopping Centers* foi retomado, em grande medida, por meio de várias companhias de controle familiar que passaram a acessar o mercado de capitais norte-americano, tornando-se companhias listadas nas principais bolsas de valores norte-americanas. A partir do acesso ao mercado de capitais, esses novos investidores, organizados sob a forma de REITs (*Real Estate Investment Trusts*), iniciaram um forte processo de consolidação na indústria, sendo os principais investidores: Simon Property, General Growth Properties, Kimco Realty, Developers Diversified, Taubman, The Inland Real State Group of Cos., Westfield Group, CBL & Associates Properties, The Macerich Company e The Mills Corp, entre outros.

De acordo com o *National Research Bureau*, em 2005 existiam nos Estados Unidos 48.695 *Shopping Centers* com um total de 562,9 milhões de m², sendo que entre 1986 e 2005, tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL total cresceram a uma taxa média composta de cerca de 2,9% ao ano, enquanto, no mesmo período, a população americana cresceu à taxa média de cerca de 1,1% ao ano. Com isso, o total de ABL per capita cresceu de 1,37 m² por habitante em 1986, para 1,91 m² por habitante em 2005. Nesse mesmo período observou-se uma taxa média de crescimento composto de 5,5% ao ano nas vendas realizadas em *Shopping Centers*, que passaram de cerca de US\$1.700/m² em 1986 para cerca de US\$2.718/m² em 2005. Também de acordo com os dados do *National Research Bureau*, as vendas realizadas nos *Shopping Centers* americanos totalizaram mais de US\$1,5 trilhão em 2005.

INDÚSTRIA BRASILEIRA DE *SHOPPING CENTERS*

Histórico

Os primeiros *Shopping Centers* brasileiros surgiram na segunda metade década de 60. Na década de 70 alguns novos empreendimentos foram iniciados, mas foi a partir da década de 80 que o mercado de *Shopping Centers* teve seu desenvolvimento mais acentuado, com o surgimento de grandes empreendimentos regionais principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e outros grandes centros urbanos do País.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Na década de 90, observou-se uma nova onda de crescimento no setor de *Shopping Centers*. Entre os principais vetores desse crescimento destacam-se (i) o crescimento urbano; (ii) a estabilidade econômica com a implementação do Plano Real; (iii) o desenvolvimento da estrutura de transportes, facilitando o fluxo de mercadorias e pessoas; (iv) a entrada da mulher no mercado de trabalho, (v) a necessidade de maior segurança e conforto, e (vi) o crescimento das vendas no varejo e o aumento da renda bruta disponível. Além desses fatores, o sucesso de alguns empreendimentos realizados na década de 80 e o aumento de investimentos no setor com recursos provenientes, principalmente, da expansão da carteira dos fundos de pensão, impulsionaram o desenvolvimento do setor de *Shopping Centers* durante a década de 90. Esse período foi marcado também pela maturação e ampliação dos empreendimentos existentes.

Desde sua criação, o número de *Shopping Centers* no Brasil vem crescendo de forma acentuada, totalizando, em 31 de dezembro de 2006, 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. A tabela abaixo mostra a evolução do número de *Shopping Centers* no Brasil a partir de 2000.

Anos	Unidades	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)	Crescimento Acumulado (em %)
2000	281	-	-
2001	294	4,6	4,6
2002	303	3,17	7,8
2003	317	4,6	12,8
2004	326	2,8	16,0
2005	335	2,8	18,2
2006	346	3,3	23,1

Fonte: ABRASCE

De acordo com dados da ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 7,4 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. A tabela abaixo apresenta a evolução da ABL do País:

Anos	m ² (em milhões)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)
2000	5,1	-
2001	5,2	1,96
2002	5,5	5,77
2003	5,6	1,82
2004	6,2	10,71
2005	6,4	3,23
2006	7,4	15,63

Fonte: ABRASCE

O aumento do número de *Shopping Centers* e da ABL no Brasil tem acarretado um conseqüente aumento no número de visitantes nos últimos anos, conforme ilustra a tabela abaixo.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Anos	Fluxo de Pessoas (em milhão/mês)	Crescimento em relação ao anterior (em %)
2000	125	-
2001	135	8,00
2002	160	18,52
2003	175	9,38
2004	185	5,71
2005	181	-2,16
2006	203	12,15

Fonte: ABRASCE

A tabela abaixo ilustra a distribuição dos empreendimentos de *Shopping Centers* em todas as regiões do Brasil.

Regiões Brasileiras	Unidades	% do Total	ABL (m ²)	% do Total
Norte	8	2,3	170.198	2,3
Nordeste	48	13,9	1.010.202	13,7
Centro-Oeste	29	8,4	653.180	8,9
Sudeste	193	55,8	4.468.765	60,6
Sul	68	19,7	1.068.154	14,5
Brasil	346	100	7.370.499	100

Fonte: ABRASCE

Conforme observa-se na tabela acima, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em consequência dessa região do País ser responsável pela maior parte do PIB brasileiro, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda per capita. Aproximadamente 40% do estoque de ABL brasileiro encontra-se no Estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro.

Em termos de unidades de empreendimentos, os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais respondem por, aproximadamente, 56% do total de *Shopping Centers* no Brasil, sendo que o estado de São Paulo concentra, aproximadamente, 34% desses empreendimentos.

Panorama da Indústria Brasileira de Shopping Centers

Os *Shopping Centers* brasileiros apresentam atrativos adicionais além da concentração de lojas e serviços diversificados em um só local. A sensação de segurança proporcionada e o abrigo contra o calor excessivo e contra as chuvas tropicais, que costumam ter maior ocorrência no período das festas de final de ano, época de maior concentração de vendas do ano, são fatores que levam as vendas de *Shopping Centers* a crescer em níveis superiores aos observados no varejo em geral.

Entre aos fatores que mais se destacam na avaliação do consumidor como principais motivos para se visitar *Shopping Centers* encontram-se, em primeiro lugar, as compras (42%), seguidas de passeio (15%), prestação de serviços em um só lugar (13%), alimentação (11%) e lazer (3%). Os restantes 16% referem-se a outros tipos de motivações, de acordo com os dados publicados no Valor Análise Setorial.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

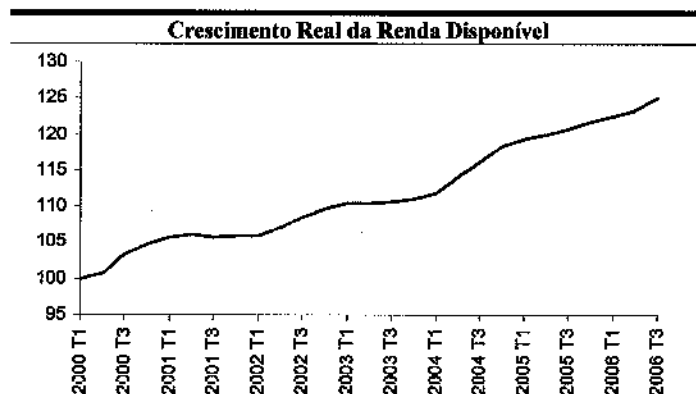
As vendas dos lojistas do setor de *Shopping Centers* são influenciadas pelo desempenho do setor varejista brasileiro como um todo. Tendo em vista o atual cenário macroeconômico positivo, esse setor apresentou forte crescimento nos últimos anos. Em 2006, o setor varejista no Brasil apresentou um crescimento real de 6,16% em termos de vendas, enquanto que, no mesmo ano, o PIB do País cresceu 2,86% em termos reais. O gráfico a seguir ilustra o crescimento das vendas reais do varejo no Brasil de janeiro de 2000 a março de 2007:



Fonte: Ipeadata

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

Adicionalmente, um dos fatores econômicos diretamente responsáveis pelas vendas do varejo no Brasil é o nível de renda bruta disponível do País, que também apresentou uma tendência ascendente nos últimos anos, como mostrado pelo gráfico abaixo:



Fonte: Ipeadata

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

Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 18% do volume de vendas do varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 30-35% nos Estados Unidos e na Europa, respectivamente, o que demonstra potencial de crescimento desse

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

segmento no Brasil. A estabilidade econômica do País e a redução de taxas de juros criam um cenário favorável à expansão do consumo e o conseqüente aproveitamento desse potencial.

De acordo com dados da ABRASCE, em 2006 as vendas totais realizadas em *Shopping Centers* apresentaram um crescimento nominal de 10,4% e um crescimento real, de 7,3%. Esse desempenho manteve-se acima do crescimento real das vendas no comércio varejista em geral, que foi de 6,16%, de acordo com dados do IBGE. O aumento do consumo acima da taxa de inflação é superior ao crescimento do PIB em 2006 (que alcançou 2,9%) teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros.

O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shopping Centers*. Com a redução no ritmo de inaugurações de novas unidades nos últimos 5 anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shopping Centers*, temos observado a insuficiência de oferta de espaços em *Shopping Centers* para atender à demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (4,0%) e inadimplência (5,0%) dos *Shopping Centers* em 2005 diminuíram significativamente se comparados com anos anteriores, de acordo com dados da ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial. A tabela abaixo ilustra a evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de *Shopping Centers* no Brasil:

Evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de <i>Shopping Centers</i> no Brasil												
Em %	2005											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Vacância	5	6	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
Inadimplência	14	13	10	11	7	8	8	8	11	8	9	5

Fonte: ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial

A tabela a seguir mostra a evolução do faturamento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil, por meio do qual podemos verificar o crescimento das vendas.

Anos	R\$ (em milhões)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)	Inflação (IPCA)	Ano	Crescimento Real do PIB
2000	23.000	-	6,0		4,4
2001	25.300	10,00	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

A comparação da evolução do faturamento do setor em relação ao PIB revela que nos últimos seis anos o faturamento do setor cresceu aproximadamente quatro vezes mais que o PIB.

Em relação à evolução do crescimento das vendas nos diversos segmentos de lojas, segundo dados da ABRASCE vários segmentos registraram aumentos significativos em seu desempenho, conforme ilustrado na tabela abaixo:

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Segmentos de Lojas	Crescimento em 2004 (em %)	Crescimento em 2005 (em %)
Megalojas	37,5	24,0
Conveniência/Serviços	11,6	13,0
Artigos do Lar	9,2	11,6
Artigos Diversos	16,0	10,0
Lojas Âncoras	20,0	9,5
Alimentação	13,0	9,4
Vestuário	12,0	9,1
Lazer/Entretenimento	10,7	2,7
Total	15,9	9,3

Fonte: ABRASCE

O mercado brasileiro de *Shopping Centers* caracteriza-se pela pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL. Os 9 maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 18,3% do número de *Shopping Centers* e 31,5% do ABL no Brasil, de acordo com dados divulgados no Valor Análise Setorial. Segundo dados da ABRASCE, o Brasil é o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos.

Nos últimos 5 anos, o setor de *Shopping Centers* brasileiro observou uma tendência de interiorização por meio do desenvolvimento de nichos de mercado com empreendimentos em formato de vizinhança e comunitários, de menor tamanho, e concentrados, principalmente, em cidades de médio porte. Também temos identificado como uma tendência recente a ampliação da função social e comunitária dos *Shopping Centers*, que passaram a oferecer variados tipos de serviço, entretenimento, lazer e cultura. O conceito de *Shopping Center* se atualiza no tempo, através da alteração de seu perfil ou de formatos diferenciados de atuação, tal como se observou, por exemplo, com o surgimento de *Shopping Centers* temáticos, como os de automóveis. Segundo ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade e capacidade de renovação, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 mil empregos diretos e aumentando de forma significativa a integração com a comunidade por meio de ações sociais.

Tipos de Shopping Centers e Lojas

Os critérios utilizados pela ABRASCE para classificação de um centro comercial como *Shopping Centers* são (i) manutenção da propriedade da maior parte das lojas que são locadas aos lojistas; (ii) a existência de vagas de estacionamento compatível com o movimento efetivo; e (iii) utilização de Lojas Âncoras como forma de atrair o público consumidor. Segundo a metodologia aplicada pela ABRASCE, os *Shopping Centers* são classificados nas seguintes categorias:

- ***Shopping Center de Vizinhança.*** Tipo de *Shopping Center* projetado para fornecer conveniência na compra de necessidades do dia-a-dia dos consumidores. Tem em geral como Loja Âncora um supermercado, com o apoio de lojas oferecendo outros artigos de conveniência.
- ***Shopping Center Comunitário.*** O *Shopping Center* Comunitário geralmente oferece uma variedade mais ampla de vestuário e outras mercadorias. Entre as Lojas Âncoras mais comuns estão os supermercados e as lojas de departamentos de desconto. Entre os lojistas do *Shopping Center* comunitário algumas vezes encontram-se varejistas do tipo *off-price*, vendendo itens como roupas, objetos e móveis para casa, brinquedos, artigos eletrônicos ou para esporte.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

- Shopping Center Regional. Tipo de *Shopping Center* que oferece mercadorias em geral e serviços completos e variados. Suas atrações principais são Lojas Âncoras tradicionais, lojas de departamento de desconto ou hipermercados. Um *Shopping Center* regional típico é fechado, com as lojas voltadas para um *mall* interno.
- Shopping Center Temático ou Especializado. É o *Shopping Center* voltado para um *mix* específico de lojas de um determinado grupo de atividades, tais como moda, móveis e decoração, náutica, esportes, automóveis, entre outras atividades.
- Outlet Center. Consiste, em sua maior parte, em lojas de fabricantes vendendo suas próprias marcas com desconto, além de varejistas do gênero *off-price*. Comumente apresentam lojas mais simples com aluguéis mais baixos, custo de construção mais reduzido.
- Festival Mall. Representa um *Shopping Center* voltado para o lazer, cultura e turismo. Esse tipo de empreendimento é o menos encontrado no Brasil, estando quase sempre localizado em áreas turísticas e basicamente voltado para atividades de lazer e alimentação, tais como restaurantes, *fast-food*, cinemas e outras diversões.

No Brasil, a maioria dos *Shopping Centers* desenvolvidos enquadra-se na modalidade de *Shopping Centers* regionais, congregando o mais variado portfólio de lojas, serviços ou outras opções de lazer, entretenimento e cultura em geral. Apesar da predominância dos *Shopping Centers* regionais, tem havido no Brasil o crescimento dos *Shopping Centers* temáticos como automotivo, centro têxtil e de decoração, entre outros. Observa-se, igualmente, o surgimento de projetos de construção de *festival malls*.

O tabela abaixo contém informações sobre a participação das principais modalidades mencionadas acima no total de *Shopping Centers* brasileiros no ano de 2005.

Tipos de <i>Shopping Centers</i>	Participação no total (em %)
Regional	57,1
Comunitário	25,6
Vizinhança	10,1
Especializado	4,2
Festival Center	2,4
Temático	0,6
Total	100,0
Fonte: ABRASCE	

Lojas Âncoras

As Lojas Âncoras são aquelas lojas muito conhecidas pela população e que, dadas as suas características mercadológicas, atraem os consumidores para um *Shopping Center*. Sua existência é determinada pela necessidade de atração de público principalmente para os *Shopping Centers* localizados em regiões afastadas dos grandes centros. Em *Shopping Centers* melhor localizados o papel estratégico desempenhado pelas Lojas Âncoras é de menor relevância.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

As Lojas Âncoras são importantes para o início da operação de um *Shopping Center*, por serem responsáveis pela criação de fluxos de público. Depois que o *Shopping Center* se torna viável, ou quando deseja selecionar seu público, o proprietário pode promover um movimento contrário às Lojas Âncoras, dado que ocupam grandes áreas locáveis a preços inferiores daqueles pagos por outros locatários, muitas vezes até gratuitamente.

As alternativas para ancoragem nos *Shopping Centers* no Brasil são bastante diversificadas. Atualmente, além das tradicionais redes de varejo e com atuação nacional, existe uma tendência de substituição das Lojas Âncoras tradicionais por outros pólos de atratividade de público, tais como operações de lazer e cinemas, praças de alimentação, centros médicos e empresariais, academias de ginástica, entre outros.

Lojas Satélites

As Lojas Satélites são estabelecimentos de varejo de menor tamanho (que normalmente varia entre 30 m² e 200 m² de ABL) mais especializados em determinado segmento de produtos que se localizam no entorno das Lojas Âncoras. Esse segmento de lojas tem apresentando um grande crescimento e profissionalização impulsionados, em grande medida, por meio da rede de franquias de atuação regional ou nacional. De acordo com dados da ABRASCE, em 31 de dezembro de 2006, as Lojas Satélites somavam 52.712 unidades em operação no Brasil. As Lojas Satélites podem ter importância fundamental para o sucesso de empreendimentos de *Shopping Center* pois normalmente representam a maior fonte de receita para os empreendimentos por pagarem maiores preços de aluguel por m² de ABL.

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, frequentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo,

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza.

A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

REGULAMENTAÇÃO RELATIVA AOS SHOPPING CENTERS

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Os *Shopping Centers* podem ser constituídos por meio de (i) incorporação imobiliária, com a instituição de um condomínio edilício, conforme previsto no Código Civil e na Lei de Condomínio e Incorporação, hipótese em que cada loja constitui uma unidade autônoma e as relações entre os condôminos são regidas pela convenção de condomínio e pelo regimento interno; e/ou (ii) condomínio civil ou condomínio *pro-indiviso*, também regulado pelo Código Civil, caso em que o empreendimento constitui um único imóvel ou sendo constituído por lojas unidades autônomas pertencentes a mais de um proprietário/empreendedor, hipótese em que as relações entre os co-proprietários são regidas pelo acordo entre eles firmado, denominado convenção de condomínio *pro indiviso*.

A escritura de normas gerais aos contratos de locação, a convenção de condomínio edilício, o regimento interno e o acordo de co-proprietários (denominado convenção de condomínio *pro indiviso*), quando houver, constituem os principais instrumentos a regulamentar tanto o funcionamento do *Shopping Center*, como os direitos e deveres dos empreendedores e lojistas, bem como a forma de contratação e remuneração da instituição administradora.

A organização e a regulamentação da relação entre empreendedor, lojistas e administradora são também regidas por meio de contratos de locação com lojistas, escrituras públicas de normas gerais aos contratos de locação e estatutos das associações de lojistas.

Condomínio

No Brasil, os *Shopping Centers* de maior relevância no mercado são geralmente constituídos por meio de condomínios edilícios e condomínios *pro indiviso*, concomitantemente.

A diferença essencial entre condomínios civis, também conhecidos como *pro-indiviso*, e os condomínios edilícios reside no fato de que apenas nos condomínios edilícios as edificações, construídas sob a forma de unidades isoladas entre si, podem ser alienadas pelo(s) empreendedor(es), no todo ou em parte, sem qualquer anuência, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas. É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, e cada uma dessas lojas possuem 2 ou mais proprietários (condomínio civil).

Condomínio Civil

Os condomínios civis são regulamentados pelos artigos 1.314 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, 2 ou mais co-proprietários do imóvel exercem a propriedade por meio de uma fração ideal de que são titulares, não existindo área privativa de cada um dos co-proprietários. Todos são titulares do imóvel, de forma proporcional à participação de cada um.

Dentre os dispositivos aplicáveis a esta modalidade de condomínio, destacam-se os seguintes:

- cada condômino poderá alienar a sua parte, respeitado o direito de preferência dos demais;
- independentemente da anuência dos demais, poderá o condômino dar em hipoteca sua parte ideal;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

- o condômino poderá, a qualquer tempo, exigir a divisão da propriedade. No entanto, os condôminos poderão acordar que o bem fique indiviso por até 5 anos, podendo ser prorrogado; contudo, por razões graves, poderá o interessado requerer judicialmente a divisão antes do prazo;
- cada condômino tem o direito de perceber os frutos e rendimentos auferidos pelo bem comum na proporção de sua participação; e
- cada condômino tem o dever de participar das despesas do bem comum na proporção de sua participação, ainda que tais despesas sejam contraídas por apenas um dos condôminos se feitas em proveito do bem comum, todos dela deverão participar.

Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio civil, todo o empreendimento consiste em um único imóvel, com uma única matrícula imobiliária, hipótese em que os titulares de participação no imóvel são proprietários de uma fração ideal do empreendimento.

Ou, nas hipóteses em que os *Shopping Centers* sejam constituídos sob a forma de condomínio edilício, coexistindo com o condomínio civil, o empreendimento será constituído por diversos imóveis, cada um com suas respectivas matrículas imobiliárias, hipótese em que os titulares de participação são proprietários de frações ideais em cada uma das unidades autônomas (lojas).

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Condomínio Edilício

Nas hipóteses em que o *Shopping Center* for constituído por meio de incorporação, sob a forma de condomínio edilício, será regulado pela Lei de Condomínio e Incorporação e pelos artigos 1.331 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, há a co-existência de áreas privativas (unidades autônomas), que podem ser de propriedade de um único titular (ou mais), e áreas comuns, que são de propriedade comum de todos os proprietários das áreas privativas. Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio edilício, cada uma das lojas constitui uma unidade autônoma, com matrícula imobiliária própria e as áreas de circulação do *Shopping* são áreas comuns.

Vale ressaltar que no condomínio edilício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades. No entanto, existindo o condomínio civil dentro de uma unidade autônoma, o direito de preferência existirá em relação ao(s) condômino(s) desta unidade.

Convenção de Condomínio

No condomínio edilício, prevê o Código Civil que o relacionamento entre os proprietários das unidades autônomas é regido pelas disposições legais e pela convenção de condomínio, que pode dispor, entre outros aspectos, sobre o quorum para as deliberações da assembléia dos condôminos. Caso a convenção de condomínio não determine quorum especial, as deliberações condominiais dos *Shopping Centers* são aprovadas pelo voto da maioria absoluta dos condôminos, sendo que o valor do voto de cada condômino é calculado proporcionalmente à fração ideal da respectiva loja/unidade autônoma. Todavia, sem prejuízo das disposições condominiais, o Código Civil especifica expressamente os seguintes quoruns para aprovação de deliberações:

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;
- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias, a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e
- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

Contrato de Locação em Shopping Centers

As locações em *Shopping Centers* são regidas pela Lei de Locação, que disciplina os direitos e obrigações dos locadores e locatários nos contratos de locação de imóvel urbano em geral.

Características Gerais das Locações Comerciais

Renovação Compulsória da Locação. De acordo com a Lei de Locação, o locatário tem direito à renovação compulsória do contrato de locação quando preenchidos, em síntese, os seguintes requisitos, cumulativamente: (i) o contrato de locação tenha sido celebrado por escrito e com prazo determinado de vigência igual ou superior a 5 anos, ou a soma dos prazos ininterruptos dos contratos escritos seja de 5 anos; e (ii) o locatário desenvolva o mesmo ramo de atividade há, pelo menos, 3 anos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Revisão do Aluguel. A Lei de Locação prevê, também, que tanto o locatário como o locador podem, após 3 anos de vigência do contrato de locação ou do acordo firmado entre eles, recolocando o valor do aluguel a valor de mercado, propor ação judicial para revisão do valor pago a título de aluguel, com o objetivo de adequar o aluguel ao seu valor de mercado, em virtude de eventuais circunstâncias que possam ter causado a valorização ou depreciação do aluguel.

Direito de Preferência. É assegurado, pela Lei de Locação, ao locatário, o direito de preferência na aquisição do imóvel locado em relação a terceiros adquirentes, em igualdade de condições. Para a hipótese de o locador desrespeitar o direito de preferência do locatário, a Lei de Locações prevê duas soluções distintas: (i) se o contrato de locação estiver registrado no Cartório de Imóveis, o locatário poderá adquirir o imóvel contra a vontade do locador, depositando em juízo o preço da compra; ou (ii) se não houver o registro da locação, o locatário poderá reclamar uma indenização pelas perdas e danos que sofrer.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Características Específicas da Locação em Shopping Center

Os contratos de locação em *Shopping Centers* possuem peculiaridades próprias, geralmente não encontradas em locações comerciais em geral. Devido ao fato de que a locação em *Shopping Center* envolve relações comerciais em proporções que extrapolam a simples utilização de um espaço mediante uma remuneração, a Lei de Locação confere expressamente aos empreendedores e lojistas uma maior liberdade contratual no que se refere à definição dos direitos e obrigações das partes durante a locação, determinando que prevalecem as condições pactuadas entre locadores e locatários.

Dentre algumas características específicas usualmente presentes na locação em *Shopping Center* estão (i) a fixação de aluguel em percentual do faturamento do locatário; (ii) a cobrança de aluguel em dobro em determinado mês do ano, de acordo com o ramo de atividade; (iii) a fiscalização das atividades dos lojistas por auditoria interna dos administradores para apuração do faturamento; (iv) a contribuição para fundos de promoções; (v) a vedação à mudança de ramo de atividade; (vi) as limitações à sublocação, cessão e empréstimo do espaço; (vii) a estipulação de cláusula de raio ou de não-concorrência; (viii) a necessidade de aprovação do projeto das lojas pelo locador; e (ix) a estipulação de cláusula "degrau" (através da previsão contratual do aumento no valor dos aluguéis).

O aluguel a ser pago pelo lojista é usualmente estipulado entre o maior dos seguintes (i) um valor fixo, calculado com base na localização e no tamanho da loja ocupada pelo locatário, denominado "aluguel mínimo"; e (ii) um valor variável, correspondente a um percentual do faturamento bruto do lojista, denominado "aluguel percentual".

Direito de Co-Participação.

Outra característica das locações em *Shopping Centers* refere-se ao direito de co-participação.

Ao desenvolver suas atividades no *Shopping Center*, o lojista se beneficia do *Mix* de Lojas e da estrutura planejada, construída e implementada pelo empreendedor, o que constitui um fundo de comércio diferenciado em comparação com lojas localizadas fora de *Shopping Centers*.

Além disso, decorridos 5 anos da locação, e desde que preenchidos alguns requisitos, o locatário tem o direito de renovar seu contrato de locação, o que impede o empreendedor de alterar o *Mix* de Lojas quando entender necessário para melhorar o movimento e os negócios do *Shopping Center*. Com base nesses direitos e benefícios aproveitados pelos lojistas, o lojista interessado em se instalar no *Shopping Center* dispõe-se a pagar uma taxa de cessão para adquirir o direito de co-participação na infra-estrutura oferecida pelo *Shopping Center*. O valor e as condições de pagamento de tal contribuição são definidos entre o empreendedor e o lojista no momento em que o lojista adere ao empreendimento (seja antes ou depois de concluída a construção), sendo que o cálculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

Além do contrato de locação, a relação entre empreendedor e lojista também é regida pela escritura de normas gerais, que é um instrumento complementar e integrante da locação, que trata da organização e funcionamento

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

do *Shopping Center*. Dentre as principais disposições contidas na escritura de normas gerais, encontram-se regras relativas a:

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- proibição da abertura de outra loja em um determinado raio de distância;
- horário de funcionamento das lojas;
- realização de promoções e liquidações;
- vedação ao locatário à cessão, sublocação ou alteração do seu ramo de comércio, visando à manutenção do *Mix* de Lojas;
- aprovação do projeto e *layout* da loja, bem como para seu prazo de execução; e
- penalidades para descumprimento das obrigações do locatário.

O objetivo da escritura de normas gerais é traçar as diretrizes para o relacionamento entre os empreendedores e os lojistas, inclusive definindo seus direitos e deveres no funcionamento do *Shopping Center*, bem como definir as regras gerais a todos que participam, direta ou indiretamente, do empreendimento, incluindo os lojistas, empreendedor e terceiros contratados.

Os lojistas aderem à escritura de normas gerais no momento da assinatura do contrato de locação, assumindo desde então o compromisso de cumprir com os seus termos e condições.

Acordo de Co-Proprietários (Convenção de Condomínio)

A relação entre os co-proprietários nos condomínios civis é definida em lei. Entretanto, podem os co-proprietários celebrar contratos que regulamentem os direitos e as obrigações dos interessados em relação à propriedade comum. Este acordo de co-proprietários também é costumeiramente chamado de convenção de condomínio civil ou *pro indiviso*, que não se confunde com a convenção de condomínio prevista em lei para os casos de condomínio edilício.

Nos condomínios civis em *Shopping Centers*, o Acordo de Co-Proprietários disciplina, entre outros aspectos, os seguintes: (i) regras de uso e administração da propriedade em comum; (ii) funções da administradora; (iii) responsabilidades relativas à locação da propriedade em comum; (iv) gestão e distribuição das receitas; (v) gestão do *Mix* de Lojas; e (vi) direito de preferência do locatário.

Associação dos Lojistas

Dentre as obrigações assumidas pelo lojista ao contratar com o empreendedor, está a de associar-se à Associação de Lojistas. A Associação de Lojistas é uma pessoa jurídica sem fins econômicos formada pelos lojistas de um mesmo *Shopping Center*, cujas finalidades são, dentre outras, amparar e representar os interesses de seus associados perante terceiros, cultivar as relações entre os associados locatários, estabelecer normas éticas e regulamentos disciplinadores das atividades de seus associados, além de realizar, por si ou por

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

terceiros, estudos e serviços de utilidade para os seus associados e, principalmente, promover a divulgação do *Shopping Center*.

Ao tornar-se locatário, o lojista é obrigado a contribuir mensalmente com o respectivo Fundo Promocional para custear os gastos com propaganda e *marketing*. Também o empreendedor é membro da Associação de Lojistas, exercendo papel fundamental na definição de diretrizes e estratégias para campanhas publicitárias necessárias ao desenvolvimento e à integração do empreendimento junto à comunidade local.

Contrato de Administração e Regimento Interno

O empreendedor pode delegar as atividades de administração do *Shopping Center* a terceiros, notadamente empresas especializadas na administração e gestão de *Shopping Centers*. A administradora funcionará como uma mandatária do empreendedor, que lhe confere amplos poderes de administração, controle, gestão e fiscalização do empreendimento.

Caso a administração do *Shopping Center* venha a ser exercida por pessoa jurídica diversa do empreendedor, o locatário deverá celebrar com essa administradora um contrato de administração, que será parte integrante do contrato de locação. É usual que as regras relativas à administração do *Shopping Center* constem da convenção de condomínio e do próprio contrato de locação. Estes instrumentos deverão prever a possibilidade da administradora introduzir modificações no projeto estrutural da edificação, fiscalizar as atividades do lojista, promover a manutenção das dependências de uso comum e o valor e condições de pagamento da taxa de administração pelo lojista.

A administradora do *Shopping Center* é responsável, ainda, pela elaboração de um regimento interno que deverá regular de forma detalhada, e subsidiariamente aos demais instrumentos e contratos, as atividades dos lojistas do *Shopping Center*.

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Objeto

A Levian que tem por objeto a administração de bens próprios e a participação em outras sociedades., atualmente, é detentora, de uma fração ideal de 50% de cada um dos condomínios civis do Auto Shopping e Internacional Shopping Guarulhos.

Reestruturação Societária

No primeiro trimestre de 2007 realizamos diversas operações societárias, por meio das quais a participação detida no capital social das sociedades com atividades de *Shopping Centers*, foram agrupadas na empresa Levian Participações e Empreendimentos Ltda (Levian), integralmente controlada pela General Shopping Brasil S.A.

Sociedades Controladas Relevantes

A seguir estão as descrições de nossas subsidiárias:

- ABK que tem por objeto a administração de bens próprios e a participação em outras sociedades. Atualmente, a ABK é detentora, de uma fração ideal de 50% de cada um dos condomínios civis do Auto Shopping e Internacional Shopping Guarulhos.
- Poli Empreendimentos que tem por objeto a exploração do ramo de *Shopping Center* por meio da locação de imóveis próprios ou sublocação de imóveis locados de terceiros. Atualmente, a Poli Empreendimentos é a detentora do Poli Shopping.
- Park Shopping Administradora que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários. Atualmente, a Park Shopping Administradora é detentora, juntamente com a Send e a Sulishopping, de 50% do Santana Parque Shopping.
- Send que tem por objeto a administração de bens próprios e a participação em outras sociedades. Atualmente, a Send é detentora, juntamente com a Park Shopping Administradora e a Sulishopping, de 50% do Santana Parque Shopping.
- Nova União é uma sociedade de propósito específico que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, participação em negócios mobiliários e imobiliários, incorporações imobiliárias e atividades correlatas ou assemelhadas. Atualmente, a Nova União é proprietária do terreno onde está localizado o estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos.
- Sulishopping que tem por objeto a exploração do ramo de *Shopping Center* através de locação de imóveis próprios ou sublocação de imóveis locados de terceiros. Atualmente a Sulishopping detentora, juntamente com a Send e a Park Shopping Administradora, de 50% do Santana Parque Shopping.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

- Lux que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários.
- Delta que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários.
- Lumen que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários. A Lumen é uma sociedade de propósito específico constituída para o desenvolvimento de novos empreendimentos. Atualmente, a Lumen adquiriu parte do direito de uso do Shopping Light, bem como adquiriu o imóvel do Shopping Light.
- Securis que tem por objeto a administração de bens próprios e de terceiros, incorporações imobiliárias, a participação em outras empresas e em empreendimentos imobiliários. A Securis é uma sociedade de propósito específico constituída para o desenvolvimento de novos empreendimentos.

Comentários sobre o Resultado

No primeiro trimestre de 2007 a Levian obteve receita líquida de R\$ 4,0 milhões, um aumento de R\$ 0,1 milhão, representando um acréscimo de 2,7% , se comparado com o mesmo de período de 2006.

No mesmo período (primeiro trimestre) obteve um prejuízo 42,2 milhões em 2007, ante um lucro de R\$ 2,7 milhões em 2006. Essa variação reflete todo o processo de reestruturação societária ocorrida no primeiro trimestre de 2007.

Abaixo segue quadro comparativo da evolução das receitas de aluguel dos espaços comerciais por Shopping Center:

	Três meses encerrados em 31 de março de				
	2006	AV%	2007	AV%	Variação 2006/2007%
<i>(em milhares de reais, exceto percentuais)</i>					
Receitas de Aluguel de Espaço Comercial por Shopping Center					
Internacional Shopping Guarulhos.....	7.409	92,0%	7.470	84,3%	0,8%
Poli Shopping.....	302	3,7%	287	3,2%	-5,0%
Auto Shopping.....	-	-	685	7,7%	-
Outros Aluguéis.....	345	4,3%	424	4,8%	22,9%
Total.....	8.056	100%	8.866	100,0%	10,1%

Observem que a receita do Internacional Shopping Guarulhos, no primeiro trimestre de 2007, aumentou em 0,8% em relação ao mesmo período de 2006.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA

Além disso, observamos que a participação do Internacional Shopping Guarulhos na Receita total, diminuiu de 92,0% no primeiro trimestre de 2006, para 84,3% no mesmo período de 2007, motivado pela inauguração do Auto Shopping no final de 2006. Este contribuiu com 7,7% de participação na Receita de Aluguéis dos Shoppings Centers no primeiro trimestre de 2007.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

Nossos principais concorrentes em participação e administração de *Shopping Centers* são BR Malls, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan, Aliance e Sonae. Referidos concorrentes não prestam os serviços complementares que desenvolvemos.

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, frequentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza.

A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

SEGMENTOS E MERCADOS DE ATUAÇÃO

Participação em Shopping Centers

Temos participação em 5 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Internacional Shopping Guarulhos – Guarulhos, SP; (ii) Santana Parque Shopping – São Paulo, SP; (iii) Auto Shopping – Guarulhos, SP; (iv) Poli Shopping – Guarulhos, SP; e (v) Shopping Light – São Paulo, SP. Esses *Shopping Centers* classificam-se como regional (Internacional Shopping Guarulhos), de vizinhança (Santana Parque Shopping, Poli Shopping e Shopping Light), temático (Auto Shopping), sendo direcionados a consumidores das Classes A, B e C, caracterizados pela sua fidelidade e exigência de qualidade.

Administração de Shopping Center

Atualmente, somos responsáveis pela administração de todos os *Shopping Centers* em que detemos participação, exceto o Santana Parque Shopping. Somos especializados na administração condominial de nossos *Shopping Centers* e na exploração de atividades complementares como: administração de estacionamento, gestão do fornecimento de água e energia, conforme descrição resumida abaixo.

Serviços Complementares

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Além da Administração de *Shopping Centers*, prestamos serviços complementares através de subsidiárias. Gerenciamos a maioria dos nossos estacionamentos e o fornecimento de energia elétrica e água de nossas operações.

Gestão de estacionamento de Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação, administração e operação de estacionamentos em complexos de *Shopping Centers*, considerando todas as particularidades e características específicas da atividade de estacionamento interligada a um *Shopping Center*. Em todas nossas operações que possuem estacionamentos realizamos esse serviço através da I Park.

Gestão de fornecimento de energia elétrica a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de energia elétrica a ser fornecida para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de energia pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas de suprimento de energia com infra-estruturas distintas e realizando estudo de viabilidade para dimensionar a atratividade do investimento com os novos equipamentos. Além da viabilidade econômica, a Energy busca a melhor solução em termos de sustentabilidade para o fornecimento de energia.

Gestão do fornecimento de água a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de suprimentos hídricos a serem fornecidos para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de água pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas deste suprimento com infra-estruturas distintas inclusive com o reuso da mesma. Além disso, possuímos relatórios elaborados pela Universidade Mackenzie demonstrando o aproveitamento da água e a economia de esgoto a ser lançado nas redes de coleta. Nossos serviços de gestão e fornecimento de água aos *Shopping Centers* são fornecidos pela Wass.

Período de Três Meses Encerrado em 31 de Março de 2007

	RECEITA								% Receita Shopping Centers sobre Receita Bruta	% Receita Serviços sobre Receita Bruta
	ABL PRÓPRIO	EBITDA AJUSTADO	RECEITA LÍQUIDA	MARGEM EBITDA AJUSTADO	Bruta	Shopping centers	Serviços	Outras		
GENERAL SHOPPING BRASIL	86,7	8.257	10.726	77,00%	12.372	9.785	2.587	-	79,09%	20,91%
BR MALLS	207,0	22.272	31.024	71,80%	32.994	23.667	9.302	25	71,73%	28,19%
IGUATEMI	120,6	19.570	27.946	70,00%	31.447	26.086	5.361	-	82,95%	17,05%
ALIANSC	74,7	6.260	10.277	60,90%	11.027	7.501	3.526	-	68,02%	31,98%
MULTIPLAN	238,8	49.543	70.364	70,41%	77.093	61.045	10.873	5.175	79,18%	14,10%

Informações sobre o Iguatemi e BR Malls retiradas do Prospecto Definitivo de Emissão de Debêntures encontrado no site da CVM. Informações da General Shopping Brasil, Aliansce e Multiplan retiradas do Prospecto Preliminar de Oferta Pública de Ações localizado nos respectivos sites das companhias.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

OPERAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

No curso normal de nossos negócios, nossos atuais Acionistas Controladores, nossas subsidiárias, nossos condomínios realizam operações comerciais e financeiras entre si, a preços, prazos, encargos financeiros e demais condições usualmente praticadas no mercado, exceto por algumas operações financeiras, conforme explicado abaixo.

Essas operações incluem (i) prestação de serviços de consultoria e assistência operacional relacionados ao fornecimento de água, instalações elétricas e fornecimento de energia; (ii) administração de *Shopping Centers*; (iii) administração de estacionamentos de *Shopping Centers*; (iv) contratos de locação comercial e (v) acordos e deliberações tomadas no âmbito de convenções de condomínios.

Na condução de nossas atividades, nós e nossas subsidiárias realizamos operações de mútuo que muitas vezes não estão sujeitas a encargos financeiros. Essas operações poderiam gerar resultado diferente caso elas tivessem ocorrido com empresas não relacionadas. A maior parte dos saldos existentes entre partes relacionadas refere-se a tais operações de mútuo. Em 31 de março de 2007 o saldo total de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no ativo não circulante era de R\$2,9 milhões e o saldo de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no passivo circulante e não circulante era de R\$19,9 milhões.

Além disso, nossos contratos financeiros contam normalmente com garantias outorgadas por nossos Acionistas Controladores ou outras empresas controladas por eles. Atualmente, não pagamos qualquer remuneração aos nossos Acionistas Controladores pela prestação de tais garantias. Entretanto, não podemos assegurar que novas garantias como essas continuarão a ser prestadas no futuro sem qualquer custo à Companhia.

Em linhas gerais, todos os termos e condições de nossos contratos com partes relacionadas estão de acordo com os termos e condições que normalmente são praticados em contratação com bases comutativas e de mercado, como se a contratação se desse com uma parte não relacionada à Companhia. Exceto com relação ao saldo de mútuos sobre os quais não incidem encargos financeiros.

Assim, nossa administração negocia contratos com partes relacionadas individualmente, analisando seus termos e condições à luz dos termos e condições usualmente praticados pelo mercado, das particularidades de cada operação, incluindo prazos, valores, atendimento de padrões de qualidade, fazendo, assim, com que a contratação de parte relacionada reflita a opção que melhor atende aos interesses da Companhia em relação a prazos, valores e condições de qualidade, quando comparados com outros contratantes similares.

Apresentamos abaixo um breve resumo dos principais contratos envolvendo a Companhia e partes relacionadas. Além dos contratos descritos abaixo, celebramos diversos contratos financeiros entre partes relacionadas ou envolvendo garantias prestadas por partes relacionadas.

Contratos de Locação

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Em 2 de janeiro de 2006, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Internacional Shopping Guarulhos, conforme aditado. O aluguel mensal é de R\$83 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. A vigência do contrato é até 31 de dezembro de 2007.

Em 1 de março de 2007, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Auto Shopping. O aluguel mensal é de R\$1 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. A vigência do contrato é até 1 de setembro de 2007.

Em 1 de março de 2006, a Nova União, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação Não Residencial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento Internacional Shopping Guarulhos. O aluguel mensal é de R\$207,5 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. O contrato é celebrado sob condição de que a Nova União ceda créditos à CSA - Companhia Securitizadora de Ativos (Para mais informações sobre a securitização, vide seção "Nossos Negócios - Contratos Financeiros" na página [•]). A I Park é obrigada a manter seguro de responsabilidade civil para a exploração do estacionamento, pelo valor de R\$250 mil. A I Park tem o direito de explorar o espaço publicitário do estacionamento. A I Park cauciona R\$207,5 mil a título de garantia em favor da Nova União. A vigência do contrato é até 28 de fevereiro de 2026.

Em 26 de novembro de 2003, a Energy Comércio, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação de Bem Imóvel com o Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, na qualidade de locatário de um conjunto de subestação e equipamentos (de energia elétrica). O preço mínimo mensal é de R\$170 mil corrigido pelo IGPDI. A vigência do contrato é até 25 de novembro de 2013.

Contratos de Prestação de Serviços

Em 30 de janeiro de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela conservação, segurança e limpeza das lojas/espaços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$75 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 28 de agosto de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Auto Shopping, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela conservação, segurança e limpeza das lojas/espaços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$9 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 1 de agosto de 2005, o Condomínio Civil do Auto Shopping, na qualidade de contratante, celebrou o Contrato de Prestação de Serviços com a Wass, na qualidade de contratada, para a prestação de serviços de assistência técnica e manutenção de três poços destinados à extração de água. O preço por metro cúbico de água consumido será de: (i) R\$2,58 até 20 mil litros; (ii) R\$2,58 menos o valor médio entre R\$2,58 e R\$1,52; e (iii) R\$1,52 acima de 40 mil litros. Os pagamentos são mensais e corrigidos de acordo com a maior variação dentre os índices IGP-DI, o IPC/FIPE, dentre outros. A vigência do contrato é até 10 de agosto de 2010, quando a posse dos poços, as instalações e os equipamentos serão transferidos para a contratante.

Em 1 de outubro de 2006, a ASG Adm., na qualidade de contratante, celebrou o Contrato Prestação de Serviços com a I Park, na qualidade de contratada e locatária do imóvel onde estão localizados os estacionamentos do Auto Shopping, para a prestação de serviço de administração da operação das vagas de veículos dos estacionamentos do Auto Shopping. A remuneração mensal da contratada é de R\$11 mil. A vigência do contrato é até 1 de outubro de 2007, podendo ser renovado automaticamente.

Contrato de Garantia

Em 14 de setembro de 2006, a SAS Ventures LLC celebrou o Contrato de Financiamento Bancário com Garantia Hipotecária e Outras Avencas, com a Banif Mortgage Company, no valor de US\$10,0 milhões. O prazo do contrato é de 5 anos, devendo ser amortizado em 10 parcelas semestrais, sendo a primeira com vencimento em 14 de março de 2007 e a última com vencimento em 14 de setembro de 2011. A taxa de juros é de 8,5% ao ano. Como garantia das obrigações, foi constituída hipoteca em três terrenos de propriedade da Park Shopping Administradora e da Send onde se localiza o Santana Parque Shopping. Além da garantia hipotecária, a SAS Ventures LLC se obriga a constituir em favor da Banif Mortgage Company, penhor sobre créditos de sua titularidade, incidentes sobre os instrumentos particulares de locação firmados em unidades autônomas do Internacional Guarulhos Shopping, em montante equivalente a R\$500 mil por mês. O contrato apresenta cláusulas usuais de vencimento antecipado para esse tipo de operação. O saldo em aberto era de aproximadamente R\$16,4 milhões em 31 de março de 2007.

Convenções de Condomínio Civil

Em 31 de janeiro de 1997, Levian e ABK, na qualidade de co-proprietárias dos imóveis onde foram construídos o Internacional Guarulhos Shopping e o Internacional Guarulhos Auto Shopping, celebraram uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Shopping e uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Auto Shopping. Cada um dos condomínios é constituído pelas frações de terrenos, unidades autônomas, edificações, áreas comuns e demais instalações do Internacional Guarulhos Shopping e do Internacional Guarulhos Auto Shopping, respectivamente. Cada condomínio é dividido em 100 mil quotas iguais, sendo 50% da Levian e 50% da ABK. O resultado líquido das receitas mensais (aluguéis, co-participações, resultado de aplicações financeiras, etc) de cada um desses *Shopping Centers* será distribuído aos condôminos na proporção de suas quotas. A Levian e a ABK podem alienar, ceder ou transferir suas frações ideais a terceiros livremente, sem direito de preferência de outro condômino. A

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

administração de cada condomínio poderá ser realizada pela Levian e ABK, em conjunto ou separadamente, ou por terceiro contratado escolhido em assembléia geral. É necessária a aprovação de condôminos que representem 80% das quotas, para: (i) alteração de convenção de condomínio; (ii) substituição de administrador sem justa causa; (iii) distribuição de resultados de forma diversa da prevista nas convenções de condomínio; (iv) extinção dos condomínios; e (v) constituição de procurador comum aos condôminos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

VISÃO GERAL DO SETOR

INDÚSTRIA MUNDIAL DE *SHOPPING CENTERS*

A estrutura de *Shopping Center* foi originalmente desenvolvida nos Estados Unidos na primeira metade do século XX. O formato de *Shopping Centers* com lojas de departamentos tradicionais (Lojas Âncoras) surgiu na década de 50 e impulsionou a expansão dos *Shopping Centers*. Fatores como a migração de populações para as grandes cidades, as mudanças no perfil original dos *Shopping Centers*, o aumento do poder aquisitivo da população, o desenvolvimento da indústria e a descentralização populacional para as zonas periféricas das grandes metrópoles contribuíram para essa expansão.

Na década de 1980 o setor de *Shopping Centers* americano cresceu de forma significativa, em especial com o surgimento de grandes empreendimentos, com mais de 80.000 m² de ABL. Após a crise do sistema de poupança e empréstimos nos Estados Unidos do final da década de 1980 e início da década de 90, o crescimento no desenvolvimento de novos empreendimentos de *Shopping Centers* foi retomado, em grande medida, por meio de várias companhias de controle familiar que passaram a acessar o mercado de capitais norte-americano, tornando-se companhias listadas nas principais bolsas de valores norte-americanas. A partir do acesso ao mercado de capitais, esses novos investidores, organizados sob a forma de REITs (*Real Estate Investment Trusts*), iniciaram um forte processo de consolidação na indústria, sendo os principais investidores: Simon Property, General Growth Properties, Kimco Realty, Developers Diversified, Taubman, The Inland Real State Group of Cos., Westfield Group, CBL & Associates Properties, The Macerich Company e The Mills Corp, entre outros.

De acordo com o *National Research Bureau*, em 2005 existiam nos Estados Unidos 48.695 *Shopping Centers* com um total de 562,9 milhões de m², sendo que entre 1986 e 2005, tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL total cresceram a uma taxa média composta de cerca de 2,9% ao ano, enquanto, no mesmo período, a população americana cresceu à taxa média de cerca de 1,1% ao ano. Com isso, o total de ABL per capita cresceu de 1,37 m² por habitante em 1986, para 1,91 m² por habitante em 2005. Nesse mesmo período observou-se uma taxa média de crescimento composto de 5,5% ao ano nas vendas realizadas em *Shopping Centers*, que passaram de cerca de US\$1.700/m² em 1986 para cerca de US\$2.718/m² em 2005. Também de acordo com os dados do *National Research Bureau*, as vendas realizadas nos *Shopping Centers* americanos totalizaram mais de US\$1,5 trilhão em 2005.

INDÚSTRIA BRASILEIRA DE *SHOPPING CENTERS*

Histórico

Os primeiros *Shopping Centers* brasileiros surgiram na segunda metade década de 60. Na década de 70 alguns novos empreendimentos foram iniciados, mas foi a partir da década de 80 que o mercado de *Shopping Centers* teve seu desenvolvimento mais acentuado, com o surgimento de grandes empreendimentos regionais principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e outros grandes centros urbanos do País.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Na década de 90, observou-se uma nova onda de crescimento no setor de *Shopping Centers*. Entre os principais vetores desse crescimento destacam-se (i) o crescimento urbano; (ii) a estabilidade econômica com a implementação do Plano Real; (iii) o desenvolvimento da estrutura de transportes, facilitando o fluxo de mercadorias e pessoas; (iv) a entrada da mulher no mercado de trabalho, (v) a necessidade de maior segurança e conforto, e (vi) o crescimento das vendas no varejo e o aumento da renda bruta disponível. Além desses fatores, o sucesso de alguns empreendimentos realizados na década de 80 e o aumento de investimentos no setor com recursos provenientes, principalmente, da expansão da carteira dos fundos de pensão, impulsionaram o desenvolvimento do setor de *Shopping Centers* durante a década de 90. Esse período foi marcado também pela maturação e ampliação dos empreendimentos existentes.

Desde sua criação, o número de *Shopping Centers* no Brasil vem crescendo de forma acentuada, totalizando, em 31 de dezembro de 2006, 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. A tabela abaixo mostra a evolução do número de *Shopping Centers* no Brasil a partir de 2000.

Anos	Unidades	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)	Crescimento Acumulado (em %)
2000	281	-	-
2001	294	4,6	4,6
2002	303	3,17	7,8
2003	317	4,6	12,8
2004	326	2,8	16,0
2005	335	2,8	18,2
2006	346	3,3	23,1

Fonte: ABRASCE

De acordo com dados da ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 7,4 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. A tabela abaixo apresenta a evolução da ABL do País:

Anos	m ² (em milhões)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)
2000	5,1	-
2001	5,2	1,96
2002	5,5	5,77
2003	5,6	1,82
2004	6,2	10,71
2005	6,4	3,23
2006	7,4	15,63

Fonte: ABRASCE

O aumento do número de *Shopping Centers* e da ABL no Brasil tem acarretado um conseqüente aumento no número de visitantes nos últimos anos, conforme ilustra a tabela abaixo.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Anos	Fluxo de Pessoas (em milhão/mês)	Crescimento em relação ao anterior (em %)
2000	125	-
2001	135	8,00
2002	160	18,52
2003	175	9,38
2004	185	5,71
2005	181	-2,16
2006	203	12,15

Fonte: ABRASCE

A tabela abaixo ilustra a distribuição dos empreendimentos de *Shopping Centers* em todas as regiões do Brasil.

Regiões Brasileiras	Unidades	% do Total	ABL (m ²)	% do Total
Norte	8	2,3	170.198	2,3
Nordeste	48	13,9	1.010.202	13,7
Centro-Oeste	29	8,4	653.180	8,9
Sudeste	193	55,8	4.468.765	60,6
Sul	68	19,7	1.068.154	14,5
Brasil	346	100	7.370.499	100

Fonte: ABRASCE

Conforme observa-se na tabela acima, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em consequência dessa região do País ser responsável pela maior parte do PIB brasileiro, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda per capita. Aproximadamente 40% do estoque de ABL brasileiro encontra-se no Estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro.

Em termos de unidades de empreendimentos, os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais respondem por, aproximadamente, 56% do total de *Shopping Centers* no Brasil, sendo que o estado de São Paulo concentra, aproximadamente, 34% desses empreendimentos.

Panorama da Indústria Brasileira de Shopping Centers

Os *Shopping Centers* brasileiros apresentam atrativos adicionais além da concentração de lojas e serviços diversificados em um só local. A sensação de segurança proporcionada e o abrigo contra o calor excessivo e contra as chuvas tropicais, que costumam ter maior ocorrência no período das festas de final de ano, época de maior concentração de vendas do ano, são fatores que levam as vendas de *Shopping Centers* a crescer em níveis superiores aos observados no varejo em geral.

Entre aos fatores que mais se destacam na avaliação do consumidor como principais motivos para se visitar *Shopping Centers* encontram-se, em primeiro lugar, as compras (42%), seguidas de passeio (15%), prestação de serviços em um só lugar (13%), alimentação (11%) e lazer (3%). Os restantes 16% referem-se a outros tipos de motivações, de acordo com os dados publicados no Valor Análise Setorial.

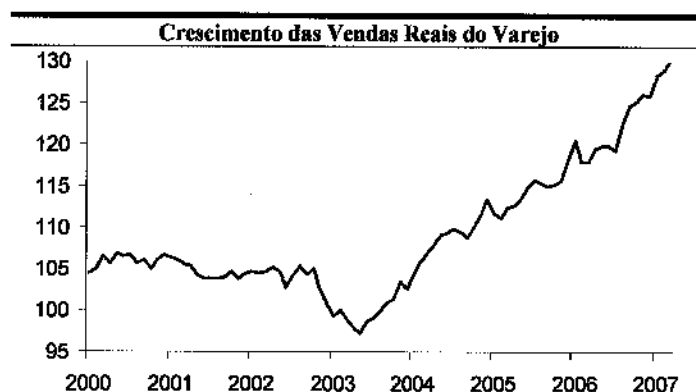
02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

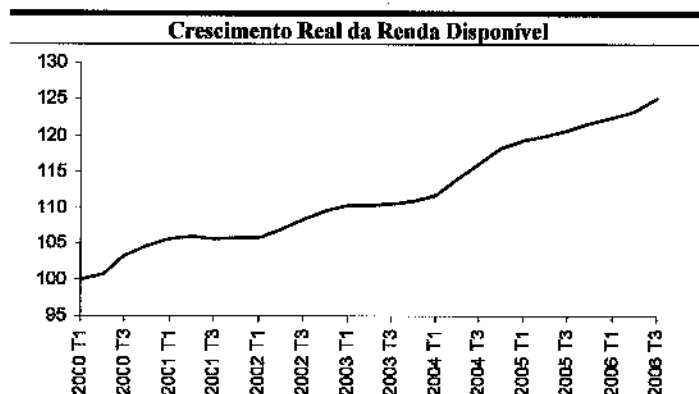
As vendas dos lojistas do setor de *Shopping Centers* são influenciadas pelo desempenho do setor varejista brasileiro como um todo. Tendo em vista o atual cenário macroeconômico positivo, esse setor apresentou forte crescimento nos últimos anos. Em 2006, o setor varejista no Brasil apresentou um crescimento real de 6,16% em termos de vendas, enquanto que, no mesmo ano, o PIB do País cresceu 2,86% em termos reais. O gráfico a seguir ilustra o crescimento das vendas reais do varejo no Brasil de janeiro de 2000 a março de 2007:



Fonte: Ipeadata

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

Adicionalmente, um dos fatores econômicos diretamente responsáveis pelas vendas do varejo no Brasil é o nível de renda bruta disponível do País, que também apresentou uma tendência ascendente nos últimos anos, como mostrado pelo gráfico abaixo:



Fonte: Ipeadata

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

Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 18% do volume de vendas do varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 30-35% nos Estados Unidos e na Europa, respectivamente, o que demonstra potencial de crescimento desse

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

segmento no Brasil. A estabilidade econômica do País e a redução de taxas de juros criam um cenário favorável à expansão do consumo e o conseqüente aproveitamento desse potencial.

De acordo com dados da ABRASCE, em 2006 as vendas totais realizadas em *Shopping Centers* apresentaram um crescimento nominal de 10,4% e um crescimento real, de 7,3%. Esse desempenho manteve-se acima do crescimento real das vendas no comércio varejista em geral, que foi de 6,16%, de acordo com dados do IBGE. O aumento do consumo acima da taxa de inflação é superior ao crescimento do PIB em 2006 (que alcançou 2,9%) teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros.

O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shopping Centers*. Com a redução no ritmo de inaugurações de novas unidades nos últimos 5 anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shopping Centers*, temos observado a insuficiência de oferta de espaços em *Shopping Centers* para atender à demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (4,0%) e inadimplência (5,0%) dos *Shopping Centers* em 2005 diminuíram significativamente se comparados com anos anteriores, de acordo com dados da ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial. A tabela abaixo ilustra a evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de *Shopping Centers* no Brasil:

Evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de <i>Shopping Centers</i> no Brasil												
Em %	2005											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Vacância	5	6	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
Inadimplência	14	13	10	11	7	8	8	8	11	8	9	5

Fonte: ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial

A tabela a seguir mostra a evolução do faturamento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil, por meio do qual podemos verificar o crescimento das vendas.

Anos	R\$ (em milhões)	Crescimento relação anterior (em %)	em ano	Inflação (IPCA)	no Ano	Crescimento Real do PIB
2000	23.000	-		6,0		4,4
2001	25.300	10,00		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

A comparação da evolução do faturamento do setor em relação ao PIB revela que nos últimos seis anos o faturamento do setor cresceu aproximadamente quatro vezes mais que o PIB.

Em relação à evolução do crescimento das vendas nos diversos segmentos de lojas, segundo dados da ABRASCE vários segmentos registraram aumentos significativos em seu desempenho, conforme ilustrado na tabela abaixo:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Segmentos de Lojas	Crescimento em 2004 (em %)	Crescimento em 2005 (em %)
Megalojas	37,5	24,0
Conveniência/Serviços	11,6	13,0
Artigos do Lar	9,2	11,6
Artigos Diversos	16,0	10,0
Lojas Âncoras	20,0	9,5
Alimentação	13,0	9,4
Vestuário	12,0	9,1
Lazer/Entretenimento	10,7	2,7
Total	15,9	9,3

Fonte: ABRASCE

O mercado brasileiro de *Shopping Centers* caracteriza-se pela pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL. Os 9 maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 18,3% do número de *Shopping Centers* e 31,5% do ABL no Brasil, de acordo com dados divulgados no Valor Análise Setorial. Segundo dados da ABRASCE, o Brasil é o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos.

Nos últimos 5 anos, o setor de *Shopping Centers* brasileiro observou uma tendência de interiorização por meio do desenvolvimento de nichos de mercado com empreendimentos em formato de vizinhança e comunitários, de menor tamanho, e concentrados, principalmente, em cidades de médio porte. Também temos identificado como uma tendência recente a ampliação da função social e comunitária dos *Shopping Centers*, que passaram a oferecer variados tipos de serviço, entretenimento, lazer e cultura. O conceito de *Shopping Center* se atualiza no tempo, através da alteração de seu perfil ou de formatos diferenciados de atuação, tal como se observou, por exemplo, com o surgimento de *Shopping Centers* temáticos, como os de automóveis. Segundo ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade e capacidade de renovação, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 mil empregos diretos e aumentando de forma significativa a integração com a comunidade por meio de ações sociais.

Tipos de Shopping Centers e Lojas

Os critérios utilizados pela ABRASCE para classificação de um centro comercial como *Shopping Centers* são (i) manutenção da propriedade da maior parte das lojas que são locadas aos lojistas; (ii) a existência de vagas de estacionamento compatível com o movimento efetivo; e (iii) utilização de Lojas Âncoras como forma de atrair o público consumidor. Segundo a metodologia aplicada pela ABRASCE, os *Shopping Centers* são classificados nas seguintes categorias:

- *Shopping Center de Vizinhança*. Tipo de *Shopping Center* projetado para fornecer conveniência na compra de necessidades do dia-a-dia dos consumidores. Tem em geral como Loja Âncora um supermercado, com o apoio de lojas oferecendo outros artigos de conveniência.
- *Shopping Center Comunitário*. O *Shopping Center* Comunitário geralmente oferece uma variedade mais ampla de vestuário e outras mercadorias. Entre as Lojas Âncoras mais comuns estão os supermercados e as lojas de departamentos de desconto. Entre os lojistas do *Shopping Center* comunitário algumas vezes encontram-se varejistas do tipo *off-price*, vendendo itens como roupas, objetos e móveis para casa, brinquedos, artigos eletrônicos ou para esporte.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

- Shopping Center Regional. Tipo de *Shopping Center* que oferece mercadorias em geral e serviços completos e variados. Suas atrações principais são Lojas Âncoras tradicionais, lojas de departamento de desconto ou hipermercados. Um *Shopping Center* regional típico é fechado, com as lojas voltadas para um *mall* interno.
- Shopping Center Temático ou Especializado. É o *Shopping Center* voltado para um *mix* específico de lojas de um determinado grupo de atividades, tais como moda, móveis e decoração, náutica, esportes, automóveis, entre outras atividades.
- Outlet Center. Consiste, em sua maior parte, em lojas de fabricantes vendendo suas próprias marcas com desconto, além de varejistas do gênero *off-price*. Comumente apresentam lojas mais simples com aluguéis mais baixos, custo de construção mais reduzido.
- Festival Mall. Representa um *Shopping Center* voltado para o lazer, cultura e turismo. Esse tipo de empreendimento é o menos encontrado no Brasil, estando quase sempre localizado em áreas turísticas e basicamente voltado para atividades de lazer e alimentação, tais como restaurantes, *fast-food*, cinemas e outras diversões.

No Brasil, a maioria dos *Shopping Centers* desenvolvidos enquadra-se na modalidade de *Shopping Centers* regionais, congregando o mais variado portfólio de lojas, serviços ou outras opções de lazer, entretenimento e cultura em geral. Apesar da predominância dos *Shopping Centers* regionais, tem havido no Brasil o crescimento dos *Shopping Centers* temáticos como automotivo, centro têxtil e de decoração, entre outros. Observa-se, igualmente, o surgimento de projetos de construção de *festival malls*.

O tabela abaixo contém informações sobre a participação das principais modalidades mencionadas acima no total de *Shopping Centers* brasileiros no ano de 2005.

Tipos de <i>Shopping Centers</i>	Participação no total (em %)
Regional	57,1
Comunitário	25,6
Vizinhança	10,1
Especializado	4,2
Festival Center	2,4
Temático	0,6
Total	100,0

Fonte: ABRASCE

Lojas Âncoras

As Lojas Âncoras são aquelas lojas muito conhecidas pela população e que, dadas as suas características mercadológicas, atraem os consumidores para um *Shopping Center*. Sua existência é determinada pela necessidade de atração de público principalmente para os *Shopping Centers* localizados em regiões afastadas dos grandes centros. Em *Shopping Centers* melhor localizados o papel estratégico desempenhado pelas Lojas Âncoras é de menor relevância.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

As Lojas Âncoras são importantes para o início da operação de um *Shopping Center*, por serem responsáveis pela criação de fluxos de público. Depois que o *Shopping Center* se torna viável, ou quando deseja selecionar seu público, o proprietário pode promover um movimento contrário às Lojas Âncoras, dado que ocupam grandes áreas locáveis a preços inferiores daqueles pagos por outros locatários, muitas vezes até gratuitamente.

As alternativas para ancoragem nos *Shopping Centers* no Brasil são bastante diversificadas. Atualmente, além das tradicionais redes de varejo e com atuação nacional, existe uma tendência de substituição das Lojas Âncoras tradicionais por outros pólos de atratividade de público, tais como operações de lazer e cinemas, praças de alimentação, centros médicos e empresariais, academias de ginástica, entre outros.

Lojas Satélites

As Lojas Satélites são estabelecimentos de varejo de menor tamanho (que normalmente varia entre 30 m² e 200 m² de ABL) mais especializados em determinado segmento de produtos que se localizam no entorno das Lojas Âncoras. Esse segmento de lojas tem apresentando um grande crescimento e profissionalização impulsionados, em grande medida, por meio da rede de franquias de atuação regional ou nacional. De acordo com dados da ABRASCE, em 31 de dezembro de 2006, as Lojas Satélites somavam 52.712 unidades em operação no Brasil. As Lojas Satélites podem ter importância fundamental para o sucesso de empreendimentos de *Shopping Center* pois normalmente representam a maior fonte de receita para os empreendimentos por pagarem maiores preços de aluguel por m² de ABL.

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, freqüentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza.

A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

REGULAMENTAÇÃO RELATIVA AOS SHOPPING CENTERS

Os *Shopping Centers* podem ser constituídos por meio de (i) incorporação imobiliária, com a instituição de um condomínio edilício, conforme previsto no Código Civil e na Lei de Condomínio e Incorporação, hipótese em que cada loja constitui uma unidade autônoma e as relações entre os condôminos são regidas pela convenção de condomínio e pelo regimento interno; e/ou (ii) condomínio civil ou condomínio *pro-indiviso*, também regulado pelo Código Civil, caso em que o empreendimento constitui um único imóvel ou sendo constituído por lojas unidades autônomas pertencentes a mais de um proprietário/empreendedor, hipótese em que as relações entre os co-proprietários são regidas pelo acordo entre eles firmado, denominado convenção de condomínio *pro indiviso*.

A escritura de normas gerais aos contratos de locação, a convenção de condomínio edilício, o regimento interno e o acordo de co-proprietários (denominado convenção de condomínio *pro indiviso*), quando houver, constituem os principais instrumentos a regulamentar tanto o funcionamento do *Shopping Center*, como os direitos e deveres dos empreendedores e lojistas, bem como a forma de contratação e remuneração da instituição administradora.

A organização e a regulamentação da relação entre empreendedor, lojistas e administradora são também regidas por meio de contratos de locação com lojistas, escrituras públicas de normas gerais aos contratos de locação e estatutos das associações de lojistas.

Condomínio

No Brasil, os *Shopping Centers* de maior relevância no mercado são geralmente constituídos por meio de condomínios edilícios e condomínios *pro indiviso*, concomitantemente.

A diferença essencial entre condomínios civis, também conhecidos como *pro-indiviso*, e os condomínios edilícios reside no fato de que apenas nos condomínios edilícios as edificações, construídas sob a forma de unidades isoladas entre si, podem ser alienadas pelo(s) empreendedor(es), no todo ou em parte, sem qualquer anuência, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas. É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, e cada uma dessas lojas possuírem 2 ou mais proprietários (condomínio civil).

Condomínio Civil

Os condomínios civis são regulamentados pelos artigos 1.314 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, 2 ou mais co-proprietários do imóvel exercem a propriedade por meio de uma fração ideal de

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

que são titulares, não existindo área privativa de cada um dos co-proprietários. Todos são titulares do imóvel, de forma proporcional à participação de cada um.

Dentre os dispositivos aplicáveis a esta modalidade de condomínio, destacam-se os seguintes:

- cada condômino poderá alienar a sua parte, respeitado o direito de preferência dos demais;
- independentemente da anuência dos demais, poderá o condômino dar em hipoteca sua parte ideal;
- o condômino poderá, a qualquer tempo, exigir a divisão da propriedade. No entanto, os condôminos poderão acordar que o bem fique indiviso por até 5 anos, podendo ser prorrogado; contudo, por razões graves, poderá o interessado requerer judicialmente a divisão antes do prazo;
- cada condômino tem o direito de perceber os frutos e rendimentos auferidos pelo bem comum na proporção de sua participação; e
- cada condômino tem o dever de participar das despesas do bem comum na proporção de sua participação, ainda que tais despesas sejam contraídas por apenas um dos condôminos se feitas em proveito do bem comum, todos dela deverão participar.

Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio civil, todo o empreendimento consiste em um único imóvel, com uma única matrícula imobiliária, hipótese em que os titulares de participação no imóvel são proprietários de uma fração ideal do empreendimento.

Ou, nas hipóteses em que os *Shopping Centers* sejam constituídos sob a forma de condomínio edilício, coexistindo com o condomínio civil, o empreendimento será constituído por diversos imóveis, cada um com suas respectivas matrículas imobiliárias, hipótese em que os titulares de participação são proprietários de frações ideais em cada uma das unidades autônomas (lojas).

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Condomínio Edilício

Nas hipóteses em que o *Shopping Center* for constituído por meio de incorporação, sob a forma de condomínio edilício, será regulado pela Lei de Condomínio e Incorporação e pelos artigos 1.331 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, há a co-existência de áreas privativas (unidades autônomas), que podem ser de propriedade de um único titular (ou mais), e áreas comuns, que são de propriedade comum de todos os proprietários das áreas privativas. Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio edilício, cada uma das lojas constitui uma unidade autônoma, com matrícula imobiliária própria e as áreas de circulação do *Shopping* são áreas comuns.

Vale ressaltar que no condomínio edilício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades. No entanto, existindo o condomínio civil dentro de uma unidade autônoma, o direito de preferência existirá em relação ao(s) condômino(s) desta unidade.

Convenção de Condomínio

No condomínio edilício, prevê o Código Civil que o relacionamento entre os proprietários das unidades autônomas é regido pelas disposições legais e pela convenção de condomínio, que pode dispor, entre outros aspectos, sobre o quorum para as deliberações da assembléia dos condôminos. Caso a convenção de condomínio não determine quorum especial, as deliberações condominiais dos *Shopping Centers* são aprovadas pelo voto da maioria absoluta dos condôminos, sendo que o valor do voto de cada condômino é calculado proporcionalmente à fração ideal da respectiva loja/unidade autônoma. Todavia, sem prejuízo das disposições condominiais, o Código Civil especifica expressamente os seguintes quoruns para aprovação de deliberações:

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;
- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias, a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e
- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

Contrato de Locação em Shopping Centers

As locações em *Shopping Centers* são regidas pela Lei de Locação, que disciplina os direitos e obrigações dos locadores e locatários nos contratos de locação de imóvel urbano em geral.

Características Gerais das Locações Comerciais

Renovação Compulsória da Locação. De acordo com a Lei de Locação, o locatário tem direito à renovação compulsória do contrato de locação quando preenchidos, em síntese, os seguintes requisitos, cumulativamente: (i) o contrato de locação tenha sido celebrado por escrito e com prazo determinado de vigência igual ou superior a 5 anos, ou a soma dos prazos ininterruptos dos contratos escritos seja de 5 anos; e (ii) o locatário desenvolva o mesmo ramo de atividade há, pelo menos, 3 anos.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Revisão do Aluguel. A Lei de Locação prevê, também, que tanto o locatário como o locador podem, após 3 anos de vigência do contrato de locação ou do acordo firmado entre eles, recolocando o valor do aluguel a valor de mercado, propor ação judicial para revisão do valor pago a título de aluguel, com o objetivo de adequar o aluguel ao seu valor de mercado, em virtude de eventuais circunstâncias que possam ter causado a valorização ou depreciação do aluguel.

Direito de Preferência. É assegurado, pela Lei de Locação, ao locatário, o direito de preferência na aquisição do imóvel locado em relação a terceiros adquirentes, em igualdade de condições. Para a hipótese de o locador desrespeitar o direito de preferência do locatário, a Lei de Locações prevê duas soluções distintas: (i) se o contrato de locação estiver registrado no Cartório de Imóveis, o locatário poderá adquirir o imóvel contra a vontade do locador, depositando em juízo o preço da compra; ou (ii) se não houver o registro da locação, o locatário poderá reclamar uma indenização pelas perdas e danos que sofrer.

Características Específicas da Locação em Shopping Center

Os contratos de locação em *Shopping Centers* possuem peculiaridades próprias, geralmente não encontradas em locações comerciais em geral. Devido ao fato de que a locação em *Shopping Center* envolve relações comerciais em proporções que extrapolam a simples utilização de um espaço mediante uma remuneração, a Lei de Locação confere expressamente aos empreendedores e lojistas uma maior liberdade contratual no que se refere à definição dos direitos e obrigações das partes durante a locação, determinando que prevalecem as condições pactuadas entre locadores e locatários.

Dentre algumas características específicas usualmente presentes na locação em *Shopping Center* estão (i) a fixação de aluguel em percentual do faturamento do locatário; (ii) a cobrança de aluguel em dobro em determinado mês do ano, de acordo com o ramo de atividade; (iii) a fiscalização das atividades dos lojistas por auditoria interna dos administradores para apuração do faturamento; (iv) a contribuição para fundos de promoções; (v) a vedação à mudança de ramo de atividade; (vi) as limitações à sublocação, cessão e empréstimo do espaço; (vii) a estipulação de cláusula de raio ou de não-concorrência; (viii) a necessidade de aprovação do projeto das lojas pelo locador; e (ix) a estipulação de cláusula "degrau" (através da previsão contratual do aumento no valor dos aluguéis).

O aluguel a ser pago pelo lojista é usualmente estipulado entre o maior dos seguintes (i) um valor fixo, calculado com base na localização e no tamanho da loja ocupada pelo locatário, denominado "aluguel mínimo"; e (ii) um valor variável, correspondente a um percentual do faturamento bruto do lojista, denominado "aluguel percentual".

Direito de Co-Participação.

Outra característica das locações em *Shopping Centers* refere-se ao direito de co-participação.

Ao desenvolver suas atividades no *Shopping Center*, o lojista se beneficia do *Mix* de Lojas e da estrutura planejada, construída e implementada pelo empreendedor, o que constitui um fundo de comércio diferenciado em comparação com lojas localizadas fora de *Shopping Centers*.

Além disso, decorridos 5 anos da locação, e desde que preenchidos alguns requisitos, o locatário tem o direito de renovar seu contrato de locação, o que impede o empreendedor de alterar o *Mix* de Lojas quando entender

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

necessário para melhorar o movimento e os negócios do *Shopping Center*. Com base nesses direitos e benefícios aproveitados pelos lojistas, o lojista interessado em se instalar no *Shopping Center* dispõe-se a pagar uma taxa de cessão para adquirir o direito de co-participação na infra-estrutura oferecida pelo *Shopping Center*. O valor e as condições de pagamento de tal contribuição são definidos entre o empreendedor e o lojista no momento em que o lojista adere ao empreendimento (seja antes ou depois de concluída a construção), sendo que o cálculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

Além do contrato de locação, a relação entre empreendedor e lojista também é regida pela escritura de normas gerais, que é um instrumento complementar e integrante da locação, que trata da organização e funcionamento do *Shopping Center*. Dentre as principais disposições contidas na escritura de normas gerais, encontram-se regras relativas a:

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- proibição da abertura de outra loja em um determinado raio de distância;
- horário de funcionamento das lojas;
- realização de promoções e liquidações;
- vedação ao locatário à cessão, sublocação ou alteração do seu ramo de comércio, visando à manutenção do *Mix* de Lojas;
- aprovação do projeto e *layout* da loja, bem como para seu prazo de execução; e
- penalidades para descumprimento das obrigações do locatário.

O objetivo da escritura de normas gerais é traçar as diretrizes para o relacionamento entre os empreendedores e os lojistas, inclusive definindo seus direitos e deveres no funcionamento do *Shopping Center*, bem como definir as regras gerais a todos que participam, direta ou indiretamente, do empreendimento, incluindo os lojistas, empreendedor e terceiros contratados.

Os lojistas aderem à escritura de normas gerais no momento da assinatura do contrato de locação, assumindo desde então o compromisso de cumprir com os seus termos e condições.

Acordo de Co-Proprietários (Convenção de Condomínio)

A relação entre os co-proprietários nos condomínios civis é definida em lei. Entretanto, podem os co-proprietários celebrar contratos que regulamentem os direitos e as obrigações dos interessados em relação à propriedade comum. Este acordo de co-proprietários também é costumeiramente chamado de convenção de condomínio civil ou *pro indiviso*, que não se confunde com a convenção de condomínio prevista em lei para os casos de condomínio edilício.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Nos condomínios civis em *Shopping Centers*, o Acordo de Co-Proprietários disciplina, entre outros aspectos, os seguintes: (i) regras de uso e administração da propriedade em comum; (ii) funções da administradora; (iii) responsabilidades relativas à locação da propriedade em comum; (iv) gestão e distribuição das receitas; (v) gestão do *Mix* de Lojas; e (vi) direito de preferência do locatário.

Associação dos Lojistas

Dentre as obrigações assumidas pelo lojista ao contratar com o empreendedor, está a de associar-se à Associação de Lojistas. A Associação de Lojistas é uma pessoa jurídica sem fins econômicos formada pelos lojistas de um mesmo *Shopping Center*, cujas finalidades são, dentre outras, amparar e representar os interesses de seus associados perante terceiros, cultivar as relações entre os associados locatários, estabelecer normas éticas e regulamentos disciplinadores das atividades de seus associados, além de realizar, por si ou por terceiros, estudos e serviços de utilidade para os seus associados e, principalmente, promover a divulgação do *Shopping Center*.

Ao tornar-se locatário, o lojista é obrigado a contribuir mensalmente com o respectivo Fundo Promocional para custear os gastos com propaganda e *marketing*. Também o empreendedor é membro da Associação de Lojistas, exercendo papel fundamental na definição de diretrizes e estratégias para campanhas publicitárias necessárias ao desenvolvimento e à integração do empreendimento junto à comunidade local.

Contrato de Administração e Regimento Interno

O empreendedor pode delegar as atividades de administração do *Shopping Center* a terceiros, notadamente empresas especializadas na administração e gestão de *Shopping Centers*. A administradora funcionará como uma mandatária do empreendedor, que lhe confere amplos poderes de administração, controle, gestão e fiscalização do empreendimento.

Caso a administração do *Shopping Center* venha a ser exercida por pessoa jurídica diversa do empreendedor, o locatário deverá celebrar com essa administradora um contrato de administração, que será parte integrante do contrato de locação. É usual que as regras relativas à administração do *Shopping Center* constem da convenção de condomínio e do próprio contrato de locação. Estes instrumentos deverão prever a possibilidade da administradora introduzir modificações no projeto estrutural da edificação, fiscalizar as atividades do lojista, promover a manutenção das dependências de uso comum e o valor e condições de pagamento da taxa de administração pelo lojista.

A administradora do *Shopping Center* é responsável, ainda, pela elaboração de um regimento interno que deverá regular de forma detalhada, e subsidiariamente aos demais instrumentos e contratos, as atividades dos lojistas do *Shopping Center*.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Objeto

A Atlas tem como objeto social a participação em outras sociedades, nacionais ou estrangeiras, na qualidade de sócia, acionista ou quotista.

Sociedades Controladas Relevantes

Por meio dessa sociedade, detemos participações societárias nas seguintes subsidiárias:

- I Park que tem por objeto a exploração do ramo específico de estacionamento de veículos automotores em geral, próprios ou de terceiros. Atualmente, a I Park é responsável pela exploração dos estacionamentos do Auto Shopping e do Internacional Shopping Guarulhos.
- Wass que tem por objeto a locação de equipamentos para a exploração, tratamento e distribuição de água, bem como a prestação de serviços de instalação, manutenção e consultoria inerentes. Atualmente, a Wass é responsável pela locação de equipamentos para exploração, tratamento e distribuição de água para o Internacional Shopping Guarulhos.
- Energy que tem por objeto a compra, venda e locação de equipamentos para geração, transmissão e distribuição de energia e prestação de serviços de instalação, manutenção e consultoria. Atualmente, a Energy presta serviços de locação de equipamentos para geração, transmissão e distribuição de energia ao Internacional Shopping Guarulhos.
- ISG Adm. que tem por objeto a administração de bens próprios ou de terceiros; a prestação de serviços de administração de centros comerciais; a prestação de serviços de administração predial; a prestação de outros serviços, complementares, suplementares ou correlatos às atividades retro enunciadas, e, também, a participação em outras sociedades, sob qualquer forma.
- ASG Adm. que tem por objeto a administração de bens próprios ou de terceiros, a prestação de serviços de administração de centros comerciais, a prestação de serviços de administração predial, a prestação de outros serviços, complementares, suplementares ou correlatos às atividades retro enunciadas, e, também, a participação em outras sociedade sob qualquer forma.

Reestruturação Societária

No primeiro trimestre de 2007 realizamos diversas operações societárias, por meio das quais a participação detida no capital social das sociedades prestadoras de serviços aos *Shopping Centers* foram agrupadas na empresa Atlas Participações Ltda (Atlas), integralmente controlada pela General Shopping Brasil.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA

Comentários sobre o Resultado

Devido a toda reestruturação societária ocorrida neste primeiro trimestre o patrimônio líquido da Atlas em 31 de março de 2007 era de R\$ 3,18 Milhões. Nesse período, a Atlas não apresentou receitas, uma vez que ela somente apresenta investimentos de suas subsidiárias.

Abaixo segue evolução do segmento de serviços para shopping centers da companhia:

	Três meses encerrados em 31 de março de				
	2006	AV%	2007	AV%	Variação 2006/2007%
(em milhares de reais, exceto percentuais)					
<i>Receitas de Serviços</i>					
Administração de Estacionamento	1.226	11,4%	1.414	11,4%	15,3%
Gestão no Suprimento de Energia Elétrica	805	7,5%	1.005	8,1%	24,8%
Gestão no Suprimento de Água	176	1,6%	141	1,1%	-19,9%
Administração de Shopping Centers	-	-	27	0,2%	-
Total da Receita Bruta	10.709	100,0%	12.372	100,0%	15,5%

Receita de Serviços. Nossa receita de serviços aumentou R\$0,4 milhão, ou 17,2%, passando de R\$2,2 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$2,6 milhões no mesmo período em 2007, em decorrência principalmente da variação das seguintes contas:

Administração de Estacionamento. Nossa receita advinda da administração de estacionamento aumentou R\$0,2 milhão, ou 15,3%, passando de R\$1,2 milhões nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$1,4 milhões no mesmo período em 2007, devido principalmente ao aumento do número de veículos pagantes em nossos Shopping Centers no período.

Gestão do Suprimento de Energia Elétrica. Nossa receita advinda da gestão do suprimento de energia elétrica aumentou R\$0,2 milhão, ou 24,8%, passando de R\$0,8 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$1,0 milhão no mesmo período em 2007, devido ao aumento da área em que prestamos nossos serviços e ao aumento de demanda de energia no período no Internacional Shopping Guarulhos.

Gestão do Suprimento de Água. Nossa receita advinda da gestão do suprimento de água diminuiu R\$0,04 milhão, ou 19,9%, passando de R\$0,2 milhão nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 para R\$0,1 milhão no mesmo período em 2007, devido à queda na demanda de água no período no Internacional Shopping Guarulhos.

Administração de Shopping Centers. Nossa receita advinda da administração de Shopping Centers nos três meses encerrados em 31 de março de 2007 foi de R\$0,03 milhão. Não tivemos receita de administração de Shopping Centers nos três meses encerrados em 31 de março de 2006 pois a taxa de administração relativa ao Auto Shopping só começou a ser cobrada em outubro de 2006.

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

Nossos principais concorrentes em participação e administração de *Shopping Centers* são BR Malls, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan, Aliance e Sonae. Referidos concorrentes não prestam os serviços complementares que desenvolvemos.

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, frequentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza. A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

SEGMENTOS E MERCADOS DE ATUAÇÃO

Participação em Shopping Centers

Temos participação em 5 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Internacional Shopping Guarulhos – Guarulhos, SP; (ii) Santana Parque Shopping – São Paulo, SP; (iii) Auto Shopping – Guarulhos, SP; (iv) Poli Shopping – Guarulhos, SP; e (v) Shopping Light – São Paulo, SP. Esses *Shopping Centers* classificam-se como regional (Internacional Shopping Guarulhos), de vizinhança (Santana Parque Shopping, Poli Shopping e Shopping Light), temático (Auto Shopping), sendo direcionados a consumidores das Classes A, B e C, caracterizados pela sua fidelidade e exigência de qualidade.

Administração de Shopping Center

Atualmente, somos responsáveis pela administração de todos os *Shopping Centers* em que detemos participação, exceto o Santana Parque Shopping. Somos especializados na administração condominial de nossos *Shopping Centers* e na exploração de atividades complementares como: administração de estacionamentos, gestão do fornecimento de água e energia, conforme descrição resumida abaixo.

Serviços Complementares

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Além da Administração de *Shopping Centers*, prestamos serviços complementares através de subsidiárias. Gerenciamos a maioria dos nossos estacionamentos e o fornecimento de energia elétrica e água de nossas operações.

Gestão de estacionamento de Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação, administração e operação de estacionamentos em complexos de *Shopping Centers*, considerando todas as particularidades e características específicas da atividade de estacionamento interligada a um *Shopping Center*. Em todas nossas operações que possuem estacionamentos realizamos esse serviço através da I Park.

Gestão de fornecimento de energia elétrica a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de energia elétrica a ser fornecida para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de energia pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas de suprimento de energia com infra-estruturas distintas e realizando estudo de viabilidade para dimensionar a atratividade do investimento com os novos equipamentos. Além da viabilidade econômica, a Energy busca a melhor solução em termos de sustentabilidade para o fornecimento de energia.

Gestão do fornecimento de água a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de suprimentos hídricos a serem fornecidos para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de água pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas deste suprimento com infra-estruturas distintas inclusive com o reuso da mesma. Além disso, possuímos relatórios elaborados pela Universidade Mackenzie demonstrando o aproveitamento da água e a economia de esgoto a ser lançado nas redes de coleta. Nossos serviços de gestão e fornecimento de água aos *Shopping Centers* são fornecidos pela Wass.

Período de Três Meses Encerrado em 31 de Março de 2007

	RECEITA								% Receita Shopping Centers sobre Receita Bruta	% Receita Serviços sobre Receita Bruta
	ABL PRÓPRIO	EBITDA AJUSTADO	RECEITA LÍQUIDA	MARGEM EBITDA AJUSTADO	Bruta	Shopping centers	Serviços	Outras		
GENERAL SHOPPING BRASIL	86,7	8.257	10.726	77,00%	12.372	9.785	2.587	-	79,09%	20,91%
BR MALLS	207,0	22.272	31.024	71,80%	32.994	23.667	9.302	25	71,73%	28,19%
IGUATEMI	120,6	19.570	27.946	70,00%	31.447	26.086	5.361	-	82,95%	17,05%
ALIANÇCE	74,7	6.260	10.277	60,90%	11.027	7.501	3.526	-	68,02%	31,98%
MULTIPLAN	238,8	49.543	70.364	70,41%	77.093	61.045	10.873	5.175	79,18%	14,10%

Informações sobre o Iguatemi e BR Malls retratadas do Prospecto Definitivo de Emissão de Debêntures encontrado no site da CVM.

Informações da General Shopping Brasil, Aliance e Multiplan retratadas do Prospecto Preliminar de Oferta Pública de Ações localizado nos respectivos sites das companhias.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREENDEMENTOS E PARTICIPAÇÕES LTDA

OPERAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

No curso normal de nossos negócios, nossos atuais Acionistas Controladores, nossas subsidiárias, nossos condomínios realizam operações comerciais e financeiras entre si, a preços, prazos, encargos financeiros e demais condições usualmente praticadas no mercado, exceto por algumas operações financeiras, conforme explicado abaixo.

Essas operações incluem (i) prestação de serviços de consultoria e assistência operacional relacionados ao fornecimento de água, instalações elétricas e fornecimento de energia; (ii) administração de *Shopping Centers*; (iii) administração de estacionamentos de *Shopping Centers*; (iv) contratos de locação comercial e (v) acordos e deliberações tomadas no âmbito de convenções de condomínios.

Na condução de nossas atividades, nós e nossas subsidiárias realizamos operações de mútuo que muitas vezes não estão sujeitas a encargos financeiros. Essas operações poderiam gerar resultado diferente caso elas tivessem ocorrido com empresas não relacionadas. A maior parte dos saldos existentes entre partes relacionadas refere-se a tais operações de mútuo. Em 31 de março de 2007 o saldo total de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no ativo não circulante era de R\$2,9 milhões e o saldo de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no passivo circulante e não circulante era de R\$19,9 milhões.

Além disso, nossos contratos financeiros contam normalmente com garantias outorgadas por nossos Acionistas Controladores ou outras empresas controladas por eles. Atualmente, não pagamos qualquer remuneração aos nossos Acionistas Controladores pela prestação de tais garantias. Entretanto, não podemos assegurar que novas garantias como essas continuarão a ser prestadas no futuro sem qualquer custo à Companhia.

Em linhas gerais, todos os termos e condições de nossos contratos com partes relacionadas estão de acordo com os termos e condições que normalmente são praticados em contratação com bases comutativas e de mercado, como se a contratação se desse com uma parte não relacionada à Companhia. Exceto com relação ao saldo de mútuos sobre os quais não incidem encargos financeiros.

Assim, nossa administração negocia contratos com partes relacionadas individualmente, analisando seus termos e condições à luz dos termos e condições usualmente praticados pelo mercado, das particularidades de cada operação, incluindo prazos, valores, atendimento de padrões de qualidade, fazendo, assim, com que a contratação de parte relacionada reflita a opção que melhor atende aos interesses da Companhia em relação a prazos, valores e condições de qualidade, quando comparados com outros contratantes similares.

Apresentamos abaixo um breve resumo dos principais contratos envolvendo a Companhia e partes relacionadas. Além dos contratos descritos abaixo, celebramos diversos contratos financeiros entre partes relacionadas ou envolvendo garantias prestadas por partes relacionadas.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Contratos de Locação

Em 2 de janeiro de 2006, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Internacional Guarulhos Shopping, conforme aditado. O aluguel mensal é de R\$83 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM – FGV. A vigência do contrato é até 31 de dezembro de 2007.

Em 1 de março de 2007, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Auto Shopping. O aluguel mensal é de R\$1 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM – FGV. A vigência do contrato é até 1 de setembro de 2007.

Em 1 de março de 2006, a Nova União, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação Não Residencial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento Internacional Shopping Guarulhos. O aluguel mensal é de R\$207,5 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM – FGV. O contrato é celebrado sob condição de que a Nova União ceda créditos à CSA – Companhia Securitizadora de Ativos (Para mais informações sobre a securitização, vide seção “Nossos Negócios – Contratos Financeiros” na página [●]). A I Park é obrigada a manter seguro de responsabilidade civil para a exploração do estacionamento, pelo valor de R\$250 mil. A I Park tem o direito de explorar o espaço publicitário do estacionamento. A I Park cauciona R\$207,5 mil a título de garantia em favor da Nova União. A vigência do contrato é até 28 de fevereiro de 2026.

Em 26 de novembro de 2003, a Energy Comércio, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação de Bem Imóvel com o Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, na qualidade de locatário de um conjunto de subestação e equipamentos (de energia elétrica). O preço mínimo mensal é de R\$170 mil corrigido pelo IGPDI. A vigência do contrato é até 25 de novembro de 2013.

Contratos de Prestação de Serviços

Em 30 de janeiro de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela conservação, segurança e limpeza das lojas/espaços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$75 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 28 de agosto de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Auto Shopping, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber alugueres; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

conservação, segurança e limpeza das lojas/espços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$9 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 1 de agosto de 2005, o Condomínio Civil do Auto Shopping, na qualidade de contratante, celebrou o Contrato de Prestação de Serviços com a Wass, na qualidade de contratada, para a prestação de serviços de assistência técnica e manutenção de três poços destinados à extração de água. O preço por metro cúbico de água consumido será de: (i) R\$2,58 até 20 mil litros; (ii) R\$2,58 menos o valor médio entre R\$2,58 e R\$1,52; e (iii) R\$1,52 acima de 40 mil litros. Os pagamentos são mensais e corrigidos de acordo com a maior variação dentre os índices IGP-DI, o IPC/FIPE, dentre outros. A vigência do contrato é até 10 de agosto de 2010, quando a posse dos poços, as instalações e os equipamentos serão transferidos para a contratante.

Em 1 de outubro de 2006, a ASG Adm., na qualidade de contratante, celebrou o Contrato Prestação de Serviços com a I Park, na qualidade de contratada e locatária do imóvel onde estão localizados os estacionamentos do Auto Shopping, para a prestação de serviço de administração da operação das vagas de veículos dos estacionamentos do Auto Shopping. A remuneração mensal da contratada é de R\$11 mil. A vigência do contrato é até 1 de outubro de 2007, podendo ser renovado automaticamente.

Contrato de Garantia

Em 14 de setembro de 2006, a SAS Ventures LLC celebrou o Contrato de Financiamento Bancário com Garantia Hipotecária e Outras Avencas, com a Banif Mortgage Company, no valor de US\$10,0 milhões. O prazo do contrato é de 5 anos, devendo ser amortizado em 10 parcelas semestrais, sendo a primeira com vencimento em 14 de março de 2007 e a última com vencimento em 14 de setembro de 2011. A taxa de juros é de 8,5% ao ano. Como garantia das obrigações, foi constituída hipoteca em três terrenos de propriedade da Park Shopping Administradora e da Send onde se localiza o Santana Parque Shopping. Além da garantia hipotecária, a SAS Ventures LLC se obriga a constituir em favor da Banif Mortgage Company, penhor sobre créditos de sua titularidade, incidentes sobre os instrumentos particulares de locação firmados em unidades autônomas do Internacional Guarulhos Shopping, em montante equivalente a R\$500 mil por mês. O contrato apresenta cláusulas usuais de vencimento antecipado para esse tipo de operação. O saldo em aberto era de aproximadamente R\$16,4 milhões em 31 de março de 2007.

Convenções de Condomínio Civil

Em 31 de janeiro de 1997, Levian e ABK, na qualidade de co-proprietárias dos imóveis onde foram construídos o Internacional Guarulhos Shopping e o Internacional Guarulhos Auto Shopping, celebraram uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Shopping e uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Auto Shopping. Cada um dos condomínios é constituído pelas frações de terrenos, unidades autônomas, edificações, áreas comuns e demais instalações do Internacional Guarulhos Shopping e do Internacional Guarulhos Auto Shopping, respectivamente. Cada condomínio é dividido em 100 mil quotas iguais, sendo 50% da Levian e 50% da ABK. O resultado líquido das receitas mensais (aluguéis, co-participações, resultado de aplicações financeiras, etc) de cada um desses *Shopping Centers* será distribuído aos condôminos na proporção de suas quotas. A Levian e a ABK podem alienar, ceder ou transferir suas frações ideais a terceiros livremente, sem direito de preferência de outro condômino. A

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

administração de cada condomínio poderá ser realizada pela Levian e ABK, em conjunto ou separadamente, ou por terceiro contratado escolhido em assembléia geral. É necessária a aprovação de condôminos que representem 80% das quotas, para: (i) alteração de convenção de condomínio; (ii) substituição de administrador sem justa causa; (iii) distribuição de resultados de forma diversa da prevista nas convenções de condomínio; (iv) extinção dos condomínios; e (v) constituição de procurador comum aos condôminos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

VISÃO GERAL DO SETOR

INDÚSTRIA MUNDIAL DE *SHOPPING CENTERS*

A estrutura de *Shopping Center* foi originalmente desenvolvida nos Estados Unidos na primeira metade do século XX. O formato de *Shopping Centers* com lojas de departamentos tradicionais (Lojas Âncoras) surgiu na década de 50 e impulsionou a expansão dos *Shopping Centers*. Fatores como a migração de populações para as grandes cidades, as mudanças no perfil original dos *Shopping Centers*, o aumento do poder aquisitivo da população, o desenvolvimento da indústria e a descentralização populacional para as zonas periféricas das grandes metrópoles contribuíram para essa expansão.

Na década de 1980 o setor de *Shopping Centers* americano cresceu de forma significativa, em especial com o surgimento de grandes empreendimentos, com mais de 80.000 m² de ABL. Após a crise do sistema de poupança e empréstimos nos Estados Unidos do final da década de 1980 e início da década de 90, o crescimento no desenvolvimento de novos empreendimentos de *Shopping Centers* foi retomado, em grande medida, por meio de várias companhias de controle familiar que passaram a acessar o mercado de capitais norte-americano, tornando-se companhias listadas nas principais bolsas de valores norte-americanas. A partir do acesso ao mercado de capitais, esses novos investidores, organizados sob a forma de REITs (*Real Estate Investment Trusts*), iniciaram um forte processo de consolidação na indústria, sendo os principais investidores: Simon Property, General Growth Properties, Kimco Realty, Developers Diversified, Taubman, The Inland Real State Group of Cos., Westfield Group, CBL & Associates Properties, The Macerich Company e The Mills Corp, entre outros.

De acordo com o *National Research Bureau*, em 2005 existiam nos Estados Unidos 48.695 *Shopping Centers* com um total de 562,9 milhões de m², sendo que entre 1986 e 2005, tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL total cresceram a uma taxa média composta de cerca de 2,9% ao ano, enquanto, no mesmo período, a população americana cresceu à taxa média de cerca de 1,1% ao ano. Com isso, o total de ABL per capita cresceu de 1,37 m² por habitante em 1986, para 1,91 m² por habitante em 2005. Nesse mesmo período observou-se uma taxa média de crescimento composto de 5,5% ao ano nas vendas realizadas em *Shopping Centers*, que passaram de cerca de US\$1.700/m² em 1986 para cerca de US\$2.718/m² em 2005. Também de acordo com os dados do *National Research Bureau*, as vendas realizadas nos *Shopping Centers* americanos totalizaram mais de US\$1,5 trilhão em 2005.

INDÚSTRIA BRASILEIRA DE *SHOPPING CENTERS*

Histórico

Os primeiros *Shopping Centers* brasileiros surgiram na segunda metade década de 60. Na década de 70 alguns novos empreendimentos foram iniciados, mas foi a partir da década de 80 que o mercado de *Shopping Centers* teve seu desenvolvimento mais acentuado, com o surgimento de grandes empreendimentos regionais principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e outros grandes centros urbanos do País.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Na década de 90, observou-se uma nova onda de crescimento no setor de *Shopping Centers*. Entre os principais vetores desse crescimento destacam-se (i) o crescimento urbano; (ii) a estabilidade econômica com a implementação do Plano Real; (iii) o desenvolvimento da estrutura de transportes, facilitando o fluxo de mercadorias e pessoas; (iv) a entrada da mulher no mercado de trabalho, (v) a necessidade de maior segurança e conforto, e (vi) o crescimento das vendas no varejo e o aumento da renda bruta disponível. Além desses fatores, o sucesso de alguns empreendimentos realizados na década de 80 e o aumento de investimentos no setor com recursos provenientes, principalmente, da expansão da carteira dos fundos de pensão, impulsionaram o desenvolvimento do setor de *Shopping Centers* durante a década de 90. Esse período foi marcado também pela maturação e ampliação dos empreendimentos existentes.

Desde sua criação, o número de *Shopping Centers* no Brasil vem crescendo de forma acentuada, totalizando, em 31 de dezembro de 2006, 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. A tabela abaixo mostra a evolução do número de *Shopping Centers* no Brasil a partir de 2000.

Anos	Unidades	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)	Crescimento Acumulado (em %)
2000	281	-	-
2001	294	4,6	4,6
2002	303	3,17	7,8
2003	317	4,6	12,8
2004	326	2,8	16,0
2005	335	2,8	18,2
2006	346	3,3	23,1

Fonte: ABRASCE

De acordo com dados da ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 7,4 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. A tabela abaixo apresenta a evolução da ABL do País:

Anos	m ² (em milhões)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)
2000	5,1	-
2001	5,2	1,96
2002	5,5	5,77
2003	5,6	1,82
2004	6,2	10,71
2005	6,4	3,23
2006	7,4	15,63

Fonte: ABRASCE

O aumento do número de *Shopping Centers* e da ABL no Brasil tem acarretado um conseqüente aumento no número de visitantes nos últimos anos, conforme ilustra a tabela abaixo.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Anos	Fluxo de Pessoas (em milhão/mês)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)
2000	125	-
2001	135	8,00
2002	160	18,52
2003	175	9,38
2004	185	5,71
2005	181	-2,16
2006	203	12,15

Fonte: ABRASCE

A tabela abaixo ilustra a distribuição dos empreendimentos de *Shopping Centers* em todas as regiões do Brasil.

Regiões Brasileiras	Unidades	% do Total	ABL (m ²)	% do Total
Norte	8	2,3	170.198	2,3
Nordeste	48	13,9	1.010.202	13,7
Centro-Oeste	29	8,4	653.180	8,9
Sudeste	193	55,8	4.468.765	60,6
Sul	68	19,7	1.068.154	14,5
Brasil	346	100	7.370.499	100

Fonte: ABRASCE

Conforme observa-se na tabela acima, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em consequência dessa região do País ser responsável pela maior parte do PIB brasileiro, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda per capita. Aproximadamente 40% do estoque de ABL brasileiro encontra-se no Estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro.

Em termos de unidades de empreendimentos, os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais respondem por, aproximadamente, 56% do total de *Shopping Centers* no Brasil, sendo que o estado de São Paulo concentra, aproximadamente, 34% desses empreendimentos.

Panorama da Indústria Brasileira de Shopping Centers

Os *Shopping Centers* brasileiros apresentam atrativos adicionais além da concentração de lojas e serviços diversificados em um só local. A sensação de segurança proporcionada e o abrigo contra o calor excessivo e contra as chuvas tropicais, que costumam ter maior ocorrência no período das festas de final de ano, época de maior concentração de vendas do ano, são fatores que levam as vendas de *Shopping Centers* a crescer em níveis superiores aos observados no varejo em geral.

Entre aos fatores que mais se destacam na avaliação do consumidor como principais motivos para se visitar *Shopping Centers* encontram-se, em primeiro lugar, as compras (42%), seguidas de passeio (15%), prestação de serviços em um só lugar (13%), alimentação (11%) e lazer (3%). Os restantes 16% referem-se a outros tipos de motivações, de acordo com os dados publicados no Valor Análise Setorial.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

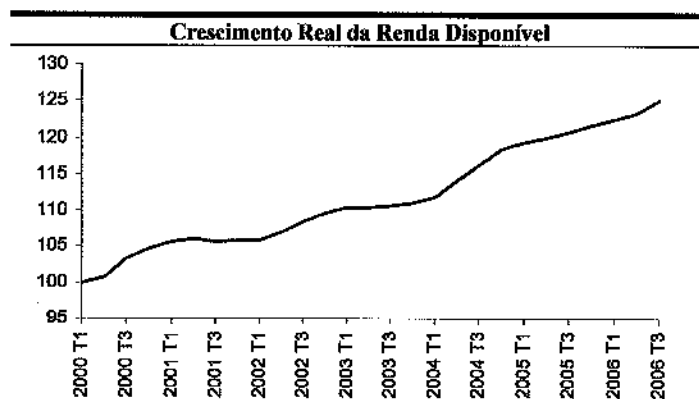
As vendas dos lojistas do setor de *Shopping Centers* são influenciadas pelo desempenho do setor varejista brasileiro como um todo. Tendo em vista o atual cenário macroeconômico positivo, esse setor apresentou forte crescimento nos últimos anos. Em 2006, o setor varejista no Brasil apresentou um crescimento real de 6,16% em termos de vendas, enquanto que, no mesmo ano, o PIB do País cresceu 2,86% em termos reais. O gráfico a seguir ilustra o crescimento das vendas reais do varejo no Brasil de janeiro de 2000 a março de 2007:



Fonte: Ipeadata

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

Adicionalmente, um dos fatores econômicos diretamente responsáveis pelas vendas do varejo no Brasil é o nível de renda bruta disponível do País, que também apresentou uma tendência ascendente nos últimos anos, como mostrado pelo gráfico abaixo:



Fonte: Ipeadata

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

100)

Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 18% do volume de vendas do varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 30-35% nos Estados Unidos e na Europa, respectivamente, o que demonstra potencial de crescimento desse

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

segmento no Brasil. A estabilidade econômica do País e a redução de taxas de juros criam um cenário favorável à expansão do consumo e o conseqüente aproveitamento desse potencial.

De acordo com dados da ABRASCE, em 2006 as vendas totais realizadas em *Shopping Centers* apresentaram um crescimento nominal de 10,4% e um crescimento real, de 7,3%. Esse desempenho manteve-se acima do crescimento real das vendas no comércio varejista em geral, que foi de 6,16%, de acordo com dados do IBGE. O aumento do consumo acima da taxa de inflação e superior ao crescimento do PIB em 2006 (que alcançou 2,9%) teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros.

O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shopping Centers*. Com a redução no ritmo de inaugurações de novas unidades nos últimos 5 anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shopping Centers*, temos observado a insuficiência de oferta de espaços em *Shopping Centers* para atender à demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (4,0%) e inadimplência (5,0%) dos *Shopping Centers* em 2005 diminuíram significativamente se comparados com anos anteriores, de acordo com dados da ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial. A tabela abaixo ilustra a evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de *Shopping Centers* no Brasil:

Evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de <i>Shopping Centers</i> no Brasil												
Em %	2005											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Vacância	5	6	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
Inadimplência	14	13	10	11	7	8	8	8	11	8	9	5

Fonte: ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial

A tabela a seguir mostra a evolução do faturamento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil, por meio do qual podemos verificar o crescimento das vendas.

Anos	R\$ (em milhões)	Crescimento relação ao anterior (em %)	em ano	Inflação no (IPCA)	Ano	Crescimento Real do PIB
2000	23.000	-		6,0		4,4
2001	25.300	10,00		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

A comparação da evolução do faturamento do setor em relação ao PIB revela que nos últimos seis anos o faturamento do setor cresceu aproximadamente quatro vezes mais que o PIB.

Em relação à evolução do crescimento das vendas nos diversos segmentos de lojas, segundo dados da ABRASCE vários segmentos registraram aumentos significativos em seu desempenho, conforme ilustrado na tabela abaixo:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Segmentos de Lojas	Crescimento em 2004 (em %)	Crescimento em 2005 (em %)
Megalojas	37,5	24,0
Conveniência/Serviços	11,6	13,0
Artigos do Lar	9,2	11,6
Artigos Diversos	16,0	10,0
Lojas Âncoras	20,0	9,5
Alimentação	13,0	9,4
Vestuário	12,0	9,1
Lazer/Entretenimento	10,7	2,7
Total	15,9	9,3

Fonte: ABRASCE

O mercado brasileiro de *Shopping Centers* caracteriza-se pela pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL. Os 9 maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 18,3% do número de *Shopping Centers* e 31,5% do ABL no Brasil, de acordo com dados divulgados no Valor Análise Setorial. Segundo dados da ABRASCE, o Brasil é o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos.

Nos últimos 5 anos, o setor de *Shopping Centers* brasileiro observou uma tendência de interiorização por meio do desenvolvimento de nichos de mercado com empreendimentos em formato de vizinhança e comunitários, de menor tamanho, e concentrados, principalmente, em cidades de médio porte. Também temos identificado como uma tendência recente a ampliação da função social e comunitária dos *Shopping Centers*, que passaram a oferecer variados tipos de serviço, entretenimento, lazer e cultura. O conceito de *Shopping Center* se atualiza no tempo, através da alteração de seu perfil ou de formatos diferenciados de atuação, tal como se observou, por exemplo, com o surgimento de *Shopping Centers* temáticos, como os de automóveis. Segundo ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade e capacidade de renovação, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 mil empregos diretos e aumentando de forma significativa a integração com a comunidade por meio de ações sociais.

Tipos de Shopping Centers e Lojas

Os critérios utilizados pela ABRASCE para classificação de um centro comercial como *Shopping Centers* são (i) manutenção da propriedade da maior parte das lojas que são locadas aos lojistas; (ii) a existência de vagas de estacionamento compatível com o movimento efetivo; e (iii) utilização de Lojas Âncoras como forma de atrair o público consumidor. Segundo a metodologia aplicada pela ABRASCE, os *Shopping Centers* são classificados nas seguintes categorias:

- *Shopping Center de Vizinhança*. Tipo de *Shopping Center* projetado para fornecer conveniência na compra de necessidades do dia-a-dia dos consumidores. Tem em geral como Loja Âncora um supermercado, com o apoio de lojas oferecendo outros artigos de conveniência.
- *Shopping Center Comunitário*. O *Shopping Center* Comunitário geralmente oferece uma variedade mais ampla de vestuário e outras mercadorias. Entre as Lojas Âncoras mais comuns estão os supermercados e as lojas de departamentos de desconto. Entre os lojistas do *Shopping Center* comunitário algumas vezes encontram-se varejistas do tipo *off-price*, vendendo itens como roupas, objetos e móveis para casa, brinquedos, artigos eletrônicos ou para esporte.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

- **Shopping Center Regional.** Tipo de *Shopping Center* que oferece mercadorias em geral e serviços completos e variados. Suas atrações principais são Lojas Âncoras tradicionais, lojas de departamento de desconto ou hipermercados. Um *Shopping Center* regional típico é fechado, com as lojas voltadas para um *mall* interno.
- **Shopping Center Temático ou Especializado.** É o *Shopping Center* voltado para um *mix* específico de lojas de um determinado grupo de atividades, tais como moda, móveis e decoração, náutica, esportes, automóveis, entre outras atividades.
- **Outlet Center:** Consiste, em sua maior parte, em lojas de fabricantes vendendo suas próprias marcas com desconto, além de varejistas do gênero *off-price*. Comumente apresentam lojas mais simples com aluguéis mais baixos, custo de construção mais reduzido.
- **Festival Mall.** Representa um *Shopping Center* voltado para o lazer, cultura e turismo. Esse tipo de empreendimento é o menos encontrado no Brasil, estando quase sempre localizado em áreas turísticas e basicamente voltado para atividades de lazer e alimentação, tais como restaurantes, *fast-food*, cinemas e outras diversões.

No Brasil, a maioria dos *Shopping Centers* desenvolvidos enquadra-se na modalidade de *Shopping Centers* regionais, congregando o mais variado portfólio de lojas, serviços ou outras opções de lazer, entretenimento e cultura em geral. Apesar da predominância dos *Shopping Centers* regionais, tem havido no Brasil o crescimento dos *Shopping Centers* temáticos como automotivo, centro têxtil e de decoração, entre outros. Observa-se, igualmente, o surgimento de projetos de construção de *festival malls*.

O tabela abaixo contém informações sobre a participação das principais modalidades mencionadas acima no total de *Shopping Centers* brasileiros no ano de 2005.

Tipos de <i>Shopping Centers</i>	Participação no total (em %)
Regional	57,1
Comunitário	25,6
Vizinhança	10,1
Especializado	4,2
Festival Center	2,4
Temático	0,6
Total	100,0

Fonte: ABRASCE

Lojas Âncoras

As Lojas Âncoras são aquelas lojas muito conhecidas pela população e que, dadas as suas características mercadológicas, atraem os consumidores para um *Shopping Center*. Sua existência é determinada pela necessidade de atração de público principalmente para os *Shopping Centers* localizados em regiões afastadas dos grandes centros. Em *Shopping Centers* melhor localizados o papel estratégico desempenhado pelas Lojas Âncoras é de menor relevância.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

As Lojas Âncoras são importantes para o início da operação de um *Shopping Center*, por serem responsáveis pela criação de fluxos de público. Depois que o *Shopping Center* se torna viável, ou quando deseja selecionar seu público, o proprietário pode promover um movimento contrário às Lojas Âncoras, dado que ocupam grandes áreas locáveis a preços inferiores daqueles pagos por outros locatários, muitas vezes até gratuitamente.

As alternativas para ancoragem nos *Shopping Centers* no Brasil são bastante diversificadas. Atualmente, além das tradicionais redes de varejo e com atuação nacional, existe uma tendência de substituição das Lojas Âncoras tradicionais por outros pólos de atratividade de público, tais como operações de lazer e cinemas, praças de alimentação, centros médicos e empresariais, academias de ginástica, entre outros.

Lojas Satélites

As Lojas Satélites são estabelecimentos de varejo de menor tamanho (que normalmente varia entre 30 m² e 200 m² de ABL) mais especializados em determinado segmento de produtos que se localizam no entorno das Lojas Âncoras. Esse segmento de lojas tem apresentando um grande crescimento e profissionalização impulsionados, em grande medida, por meio da rede de franquias de atuação regional ou nacional. De acordo com dados da ABRASCE, em 31 de dezembro de 2006, as Lojas Satélites somavam 52.712 unidades em operação no Brasil. As Lojas Satélites podem ter importância fundamental para o sucesso de empreendimentos de *Shopping Center* pois normalmente representam a maior fonte de receita para os empreendimentos por pagarem maiores preços de aluguel por m² de ABL.

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, frequentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo,

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza.

A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

REGULAMENTAÇÃO RELATIVA AOS SHOPPING CENTERS

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Os *Shopping Centers* podem ser constituídos por meio de (i) incorporação imobiliária, com a instituição de um condomínio edilício, conforme previsto no Código Civil e na Lei de Condomínio e Incorporação, hipótese em que cada loja constitui uma unidade autônoma e as relações entre os condôminos são regidas pela convenção de condomínio e pelo regimento interno; e/ou (ii) condomínio civil ou condomínio *pro-indiviso*, também regulado pelo Código Civil, caso em que o empreendimento constitui um único imóvel ou sendo constituído por lojas unidades autônomas pertencentes a mais de um proprietário/empreendedor, hipótese em que as relações entre os co-proprietários são regidas pelo acordo entre eles firmado, denominado convenção de condomínio *pro indiviso*.

A escritura de normas gerais aos contratos de locação, a convenção de condomínio edilício, o regimento interno e o acordo de co-proprietários (denominado convenção de condomínio *pro indiviso*), quando houver, constituem os principais instrumentos a regulamentar tanto o funcionamento do *Shopping Center*, como os direitos e deveres dos empreendedores e lojistas, bem como a forma de contratação e remuneração da instituição administradora.

A organização e a regulamentação da relação entre empreendedor, lojistas e administradora são também regidas por meio de contratos de locação com lojistas, escrituras públicas de normas gerais aos contratos de locação e estatutos das associações de lojistas.

Condomínio

No Brasil, os *Shopping Centers* de maior relevância no mercado são geralmente constituídos por meio de condomínios edilícios e condomínios *pro indiviso*, concomitantemente.

A diferença essencial entre condomínios civis, também conhecidos como *pro-indiviso*, e os condomínios edilícios reside no fato de que apenas nos condomínios edilícios as edificações, construídas sob a forma de unidades isoladas entre si, podem ser alienadas pelo(s) empreendedor(es), no todo ou em parte, sem qualquer anuência, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas. É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, e cada uma dessas lojas possuírem 2 ou mais proprietários (condomínio civil).

Condomínio Civil

Os condomínios civis são regulamentados pelos artigos 1.314 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, 2 ou mais co-proprietários do imóvel exercem a propriedade por meio de uma fração ideal de que são titulares, não existindo área privativa de cada um dos co-proprietários. Todos são titulares do imóvel, de forma proporcional à participação de cada um.

Dentre os dispositivos aplicáveis a esta modalidade de condomínio, destacam-se os seguintes:

- cada condômino poderá alienar a sua parte, respeitado o direito de preferência dos demais;
- independentemente da anuência dos demais, poderá o condômino dar em hipoteca sua parte ideal;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

- o condômino poderá, a qualquer tempo, exigir a divisão da propriedade. No entanto, os condôminos poderão acordar que o bem fique indiviso por até 5 anos, podendo ser prorrogado; contudo, por razões graves, poderá o interessado requerer judicialmente a divisão antes do prazo;
- cada condômino tem o direito de perceber os frutos e rendimentos auferidos pelo bem comum na proporção de sua participação; e
- cada condômino tem o dever de participar das despesas do bem comum na proporção de sua participação, ainda que tais despesas sejam contraídas por apenas um dos condôminos se feitas em proveito do bem comum, todos dela deverão participar.

Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio civil, todo o empreendimento consiste em um único imóvel, com uma única matrícula imobiliária, hipótese em que os titulares de participação no imóvel são proprietários de uma fração ideal do empreendimento.

Ou, nas hipóteses em que os *Shopping Centers* sejam constituídos sob a forma de condomínio edilício, coexistindo com o condomínio civil, o empreendimento será constituído por diversos imóveis, cada um com suas respectivas matrículas imobiliárias, hipótese em que os titulares de participação são proprietários de frações ideais em cada uma das unidades autônomas (lojas).

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Condomínio Edifício

Nas hipóteses em que o *Shopping Center* for constituído por meio de incorporação, sob a forma de condomínio edilício, será regulado pela Lei de Condomínio e Incorporação e pelos artigos 1.331 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, há a co-existência de áreas privativas (unidades autônomas), que podem ser de propriedade de um único titular (ou mais), e áreas comuns, que são de propriedade comum de todos os proprietários das áreas privativas. Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio edilício, cada uma das lojas constitui uma unidade autônoma, com matrícula imobiliária própria e as áreas de circulação do *Shopping* são áreas comuns.

Vale ressaltar que no condomínio edilício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades. No entanto, existindo o condomínio civil dentro de uma unidade autônoma, o direito de preferência existirá em relação ao(s) condômino(s) desta unidade.

Convenção de Condomínio

No condomínio edilício, prevê o Código Civil que o relacionamento entre os proprietários das unidades autônomas é regido pelas disposições legais e pela convenção de condomínio, que pode dispor, entre outros aspectos, sobre o quorum para as deliberações da assembléia dos condôminos. Caso a convenção de condomínio não determine quorum especial, as deliberações condominiais dos *Shopping Centers* são aprovadas pelo voto da maioria absoluta dos condôminos, sendo que o valor do voto de cada condômino é calculado proporcionalmente à fração ideal da respectiva loja/unidade autônoma. Todavia, sem prejuízo das disposições condominiais, o Código Civil especifica expressamente os seguintes quoruns para aprovação de deliberações:

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;
- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias, a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e
- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

Contrato de Locação em Shopping Centers

As locações em *Shopping Centers* são regidas pela Lei de Locação, que disciplina os direitos e obrigações dos locadores e locatários nos contratos de locação de imóvel urbano em geral.

Características Gerais das Locações Comerciais

Renovação Compulsória da Locação. De acordo com a Lei de Locação, o locatário tem direito à renovação compulsória do contrato de locação quando preenchidos, em síntese, os seguintes requisitos, cumulativamente: (i) o contrato de locação tenha sido celebrado por escrito e com prazo determinado de vigência igual ou superior a 5 anos, ou a soma dos prazos ininterruptos dos contratos escritos seja de 5 anos; e (ii) o locatário desenvolva o mesmo ramo de atividade há, pelo menos, 3 anos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Revisão do Aluguel. A Lei de Locação prevê, também, que tanto o locatário como o locador podem, após 3 anos de vigência do contrato de locação ou do acordo firmado entre eles, recolocando o valor do aluguel a valor de mercado, propor ação judicial para revisão do valor pago a título de aluguel, com o objetivo de adequar o aluguel ao seu valor de mercado, em virtude de eventuais circunstâncias que possam ter causado a valorização ou depreciação do aluguel.

Direito de Preferência. É assegurado, pela Lei de Locação, ao locatário, o direito de preferência na aquisição do imóvel locado em relação a terceiros adquirentes, em igualdade de condições. Para a hipótese de o locador desrespeitar o direito de preferência do locatário, a Lei de Locações prevê duas soluções distintas: (i) se o contrato de locação estiver registrado no Cartório de Imóveis, o locatário poderá adquirir o imóvel contra a vontade do locador, depositando em juízo o preço da compra; ou (ii) se não houver o registro da locação, o locatário poderá reclamar uma indenização pelas perdas e danos que sofrer.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Características Específicas da Locação em Shopping Center

Os contratos de locação em *Shopping Centers* possuem peculiaridades próprias, geralmente não encontradas em locações comerciais em geral. Devido ao fato de que a locação em *Shopping Center* envolve relações comerciais em proporções que extrapolam a simples utilização de um espaço mediante uma remuneração, a Lei de Locação confere expressamente aos empreendedores e lojistas uma maior liberdade contratual no que se refere à definição dos direitos e obrigações das partes durante a locação, determinando que prevalecem as condições pactuadas entre locadores e locatários.

Dentre algumas características específicas usualmente presentes na locação em *Shopping Center* estão (i) a fixação de aluguel em percentual do faturamento do locatário; (ii) a cobrança de aluguel em dobro em determinado mês do ano, de acordo com o ramo de atividade; (iii) a fiscalização das atividades dos lojistas por auditoria interna dos administradores para apuração do faturamento; (iv) a contribuição para fundos de promoções; (v) a vedação à mudança de ramo de atividade; (vi) as limitações à sublocação, cessão e empréstimo do espaço; (vii) a estipulação de cláusula de raio ou de não-concorrência; (viii) a necessidade de aprovação do projeto das lojas pelo locador; e (ix) a estipulação de cláusula "degrau" (através da previsão contratual do aumento no valor dos aluguéis).

O aluguel a ser pago pelo lojista é usualmente estipulado entre o maior dos seguintes (i) um valor fixo, calculado com base na localização e no tamanho da loja ocupada pelo locatário, denominado "aluguel mínimo"; e (ii) um valor variável, correspondente a um percentual do faturamento bruto do lojista, denominado "aluguel percentual".

Direito de Co-Participação.

Outra característica das locações em *Shopping Centers* refere-se ao direito de co-participação.

Ao desenvolver suas atividades no *Shopping Center*, o lojista se beneficia do *Mix* de Lojas e da estrutura planejada, construída e implementada pelo empreendedor, o que constitui um fundo de comércio diferenciado em comparação com lojas localizadas fora de *Shopping Centers*.

Além disso, decorridos 5 anos da locação, e desde que preenchidos alguns requisitos, o locatário tem o direito de renovar seu contrato de locação, o que impede o empreendedor de alterar o *Mix* de Lojas quando entender necessário para melhorar o movimento e os negócios do *Shopping Center*. Com base nesses direitos e benefícios aproveitados pelos lojistas, o lojista interessado em se instalar no *Shopping Center* dispõe-se a pagar uma taxa de cessão para adquirir o direito de co-participação na infra-estrutura oferecida pelo *Shopping Center*. O valor e as condições de pagamento de tal contribuição são definidos entre o empreendedor e o lojista no momento em que o lojista adere ao empreendimento (seja antes ou depois de concluída a construção), sendo que o cálculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

Além do contrato de locação, a relação entre empreendedor e lojista também é regida pela escritura de normas gerais, que é um instrumento complementar e integrante da locação, que trata da organização e funcionamento

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

do *Shopping Center*. Dentre as principais disposições contidas na escritura de normas gerais, encontram-se regras relativas a:

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- proibição da abertura de outra loja em um determinado raio de distância;
- horário de funcionamento das lojas;
- realização de promoções e liquidações;
- vedação ao locatário à cessão, sublocação ou alteração do seu ramo de comércio, visando à manutenção do *Mix* de Lojas;
- aprovação do projeto e *layout* da loja, bem como para seu prazo de execução; e
- penalidades para descumprimento das obrigações do locatário.

O objetivo da escritura de normas gerais é traçar as diretrizes para o relacionamento entre os empreendedores e os lojistas, inclusive definindo seus direitos e deveres no funcionamento do *Shopping Center*, bem como definir as regras gerais a todos que participam, direta ou indiretamente, do empreendimento, incluindo os lojistas, empreendedor e terceiros contratados.

Os lojistas aderem à escritura de normas gerais no momento da assinatura do contrato de locação, assumindo desde então o compromisso de cumprir com os seus termos e condições.

Acordo de Co-Proprietários (Convenção de Condomínio)

A relação entre os co-proprietários nos condomínios civis é definida em lei. Entretanto, podem os co-proprietários celebrar contratos que regulamentem os direitos e as obrigações dos interessados em relação à propriedade comum. Este acordo de co-proprietários também é costumeiramente chamado de convenção de condomínio civil ou *pro indiviso*, que não se confunde com a convenção de condomínio prevista em lei para os casos de condomínio edilício.

Nos condomínios civis em *Shopping Centers*, o Acordo de Co-Proprietários disciplina, entre outros aspectos, os seguintes: (i) regras de uso e administração da propriedade em comum; (ii) funções da administradora; (iii) responsabilidades relativas à locação da propriedade em comum; (iv) gestão e distribuição das receitas; (v) gestão do *Mix* de Lojas; e (vi) direito de preferência do locatário.

Associação dos Lojistas

Dentre as obrigações assumidas pelo lojista ao contratar com o empreendedor, está a de associar-se à Associação de Lojistas. A Associação de Lojistas é uma pessoa jurídica sem fins econômicos formada pelos lojistas de um mesmo *Shopping Center*, cujas finalidades são, dentre outras, amparar e representar os interesses de seus associados perante terceiros, cultivar as relações entre os associados locatários, estabelecer normas éticas e regulamentos disciplinadores das atividades de seus associados, além de realizar, por si ou por

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

terceiros, estudos e serviços de utilidade para os seus associados e, principalmente, promover a divulgação do *Shopping Center*.

Ao tornar-se locatário, o lojista é obrigado a contribuir mensalmente com o respectivo Fundo Promocional para custear os gastos com propaganda e *marketing*. Também o empreendedor é membro da Associação de Lojistas, exercendo papel fundamental na definição de diretrizes e estratégias para campanhas publicitárias necessárias ao desenvolvimento e à integração do empreendimento junto à comunidade local.

Contrato de Administração e Regimento Interno

O empreendedor pode delegar as atividades de administração do *Shopping Center* a terceiros, notadamente empresas especializadas na administração e gestão de *Shopping Centers*. A administradora funcionará como uma mandatária do empreendedor, que lhe confere amplos poderes de administração, controle, gestão e fiscalização do empreendimento.

Caso a administração do *Shopping Center* venha a ser exercida por pessoa jurídica diversa do empreendedor, o locatário deverá celebrar com essa administradora um contrato de administração, que será parte integrante do contrato de locação. É usual que as regras relativas à administração do *Shopping Center* constem da convenção de condomínio e do próprio contrato de locação. Estes instrumentos deverão prever a possibilidade da administradora introduzir modificações no projeto estrutural da edificação, fiscalizar as atividades do lojista, promover a manutenção das dependências de uso comum e o valor e condições de pagamento da taxa de administração pelo lojista.

A administradora do *Shopping Center* é responsável, ainda, pela elaboração de um regimento interno que deverá regular de forma detalhada, e subsidiariamente aos demais instrumentos e contratos, as atividades dos lojistas do *Shopping Center*.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

Objeto

A ABK do Brasil Empreendimentos e Participações Ltda (ABK) que tem por objeto a administração de bens próprios e a participação em outras sociedades., atualmente, é detentora, de uma fração ideal de 50% de cada um dos condomínios civis do Auto Shopping e Internacional Shopping Guarulhos.

Reestruturação Societária

No primeiro trimestre de 2007 realizamos diversas operações societárias, por meio das quais a participação detida no capital social das sociedades com atividades de *Shopping Centers*, foram agrupadas, sob a Levian Participações e Empreendimentos Ltda (Levian), empresa integralmente controlada pela General Shopping Brasil S.A.

Comentários sobre o Resultado

No primeiro trimestre de 2007 a ABK obteve receita líquida de R\$ 4,1 milhões, representando um acréscimo de 7,5% , ou um aumento de R\$ 0,3 milhão na receita, se comparado com o mesmo de período de 2006.

No mesmo período (primeiro trimestre) obteve um lucro de R\$ 1,8 milhão em 2007, representando uma diminuição de R\$ 0,8 milhão para o mesmo período de 2006. Essa variação reflete todo o processo de reestruturação societária ocorrida no primeiro trimestre de 2007.

Abaixo segue quadro comparativo da evolução das receitas de aluguel dos espaços comerciais por Shopping Center:

	Três meses encerrados em 31 de março de				
	2006	AV%	2007	AV%	Variação 2006/2007%
<i>(em milhares de reais, exceto percentuais)</i>					
Receitas de Aluguel de Espaço Comercial por Shopping Center					
Internacional Shopping Guarulhos	7.409	92,0%	7.470	84,3%	0,8%
Poli Shopping	302	3,7%	287	3,2%	-5,0%
Auto Shopping	-	-	685	7,7%	-
Outros Aluguéis	345	4,3%	424	4,8%	22,9%
Total	8.056	100%	8.866	100,0%	10,1%

Observem que a receita do Internacional Shopping Guarulhos, no primeiro trimestre de 2007, aumentou em 0,8% em relação ao mesmo período de 2006.

Além disso, observamos que a participação do Internacional Shopping Guarulhos na Receita total, diminuiu de 92,0% no primeiro trimestre de 2006 para 84,3% no mesmo período de 2007, motivado pela inauguração

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA

do Auto Shopping no final de 2006, este contribuindo com 7,7% de participação na Receita de Aluguéis dos Shoppings Centers.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

Nossos principais concorrentes em participação e administração de *Shopping Centers* são BR Malls, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan, Aliance e Sonae. Referidos concorrentes não prestam os serviços complementares que desenvolvemos.

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, frequentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza. A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

SEGMENTOS E MERCADOS DE ATUAÇÃO

Participação em Shopping Centers

Temos participação em 5 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Internacional Shopping Guarulhos – Guarulhos, SP; (ii) Santana Parque Shopping – São Paulo, SP; (iii) Auto Shopping – Guarulhos, SP; (iv) Poli Shopping – Guarulhos, SP; e (v) Shopping Light – São Paulo, SP. Esses *Shopping Centers* classificam-se como regional (Internacional Shopping Guarulhos), de vizinhança (Santana Parque Shopping, Poli Shopping e Shopping Light), temático (Auto Shopping), sendo direcionados a consumidores das Classes A, B e C, caracterizados pela sua fidelidade e exigência de qualidade.

Administração de Shopping Center

Atualmente, somos responsáveis pela administração de todos os *Shopping Centers* em que detemos participação, exceto o Santana Parque Shopping. Somos especializados na administração condominial de nossos *Shopping Centers* e na exploração de atividades complementares como: administração de estacionamento, gestão do fornecimento de água e energia, conforme descrição resumida abaixo.

Serviços Complementares

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Além da Administração de *Shopping Centers*, prestamos serviços complementares através de subsidiárias. Gerenciamos a maioria dos nossos estacionamentos e o fornecimento de energia elétrica e água de nossas operações.

Gestão de estacionamento de Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação, administração e operação de estacionamentos em complexos de *Shopping Centers*, considerando todas as particularidades e características específicas da atividade de estacionamento interligada a um *Shopping Center*. Em todas nossas operações que possuem estacionamentos realizamos esse serviço através da I Park.

Gestão de fornecimento de energia elétrica a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de energia elétrica a ser fornecida para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de energia pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas de suprimento de energia com infra-estruturas distintas e realizando estudo de viabilidade para dimensionar a atividade do investimento com os novos equipamentos. Além da viabilidade econômica, a Energy busca a melhor solução em termos de sustentabilidade para o fornecimento de energia.

Gestão do fornecimento de água a Shopping Centers

Somos especializados no planejamento, implantação e operação de equipamentos de suprimentos hídricos a serem fornecidos para os empreendimentos e condomínios de *Shopping Centers*. Tal atividade inicia-se na avaliação do histórico e/ou previsão de consumo e custos de água pelo estabelecimento de *Shopping Center*, comparando alternativas deste suprimento com infra-estruturas distintas inclusive com o reuso da mesma. Além disso, possuímos relatórios elaborados pela Universidade Mackenzie demonstrando o aproveitamento da água e a economia de esgoto a ser lançado nas redes de coleta. Nossos serviços de gestão e fornecimento de água aos *Shopping Centers* são fornecidos pela Wass.

Período de Três Meses Encerrado em 31 de Março de 2007

	RECEITA								% Receita Shopping Centers sobre Receita Bruta	% Receita Serviços sobre Receita Bruta
	ABL PRÓPRIO	EBITDA AJUSTADO	RECEITA LÍQUIDA	MARGEM EBITDA AJUSTADO	Bruta	Shopping centers	Serviços	Outras		
GENERAL SHOPPING BRASIL	86,7	8.257	10.726	77,00%	12.372	9.785	2.587	-	79,09%	20,91%
BR MALLS	207,0	22.272	31.024	71,80%	32.994	23.667	9.302	25	71,73%	28,19%
IGUATEMI	120,6	19.570	27.946	70,00%	31.447	26.086	5.361	-	82,95%	17,05%
ALIANSCA	74,7	6.260	10.277	60,90%	11.027	7.501	3.526	-	68,02%	31,98%
MULTIPLAN	238,8	49.543	70.364	70,41%	77.093	61.045	10.873	5.175	79,18%	14,10%

Informações sobre o Iguatemi e BR Malls retiradas do Prospecto Definitivo de Emissão de Debêntures encontrado no site da CVM. Informações da General Shopping Brasil, Aliansca e Multiplan retiradas do Prospecto Preliminar de Oferta Pública de Ações localizado nos respectivos sites das companhias.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

OPERAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

No curso normal de nossos negócios, nossos atuais Acionistas Controladores, nossas subsidiárias, nossos condomínios realizam operações comerciais e financeiras entre si, a preços, prazos, encargos financeiros e demais condições usualmente praticadas no mercado, exceto por algumas operações financeiras, conforme explicado abaixo.

Essas operações incluem (i) prestação de serviços de consultoria e assistência operacional relacionados ao fornecimento de água, instalações elétricas e fornecimento de energia; (ii) administração de *Shopping Centers*; (iii) administração de estacionamentos de *Shopping Centers*; (iv) contratos de locação comercial e (v) acordos e deliberações tomadas no âmbito de convenções de condomínios.

Na condução de nossas atividades, nós e nossas subsidiárias realizamos operações de mútuo que muitas vezes não estão sujeitas a encargos financeiros. Essas operações poderiam gerar resultado diferente caso elas tivessem ocorrido com empresas não relacionadas. A maior parte dos saldos existentes entre partes relacionadas refere-se a tais operações de mútuo. Em 31 de março de 2007 o saldo total de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no ativo não circulante era de R\$2,9 milhões e o saldo de nossas operações com partes relacionadas contabilizadas no passivo circulante e não circulante era de R\$19,9 milhões.

Além disso, nossos contratos financeiros contam normalmente com garantias outorgadas por nossos Acionistas Controladores ou outras empresas controladas por eles. Atualmente, não pagamos qualquer remuneração aos nossos Acionistas Controladores pela prestação de tais garantias. Entretanto, não podemos assegurar que novas garantias como essas continuarão a ser prestadas no futuro sem qualquer custo à Companhia.

Em linhas gerais, todos os termos e condições de nossos contratos com partes relacionadas estão de acordo com os termos e condições que normalmente são praticados em contratação com bases comutativas e de mercado, como se a contratação se desse com uma parte não relacionada à Companhia. Exceto com relação ao saldo de mútuos sobre os quais não incidem encargos financeiros.

Assim, nossa administração negocia contratos com partes relacionadas individualmente, analisando seus termos e condições à luz dos termos e condições usualmente praticados pelo mercado, das particularidades de cada operação, incluindo prazos, valores, atendimento de padrões de qualidade, fazendo, assim, com que a contratação de parte relacionada reflita a opção que melhor atende aos interesses da Companhia em relação a prazos, valores e condições de qualidade, quando comparados com outros contratantes similares.

Apresentamos abaixo um breve resumo dos principais contratos envolvendo a Companhia e partes relacionadas. Além dos contratos descritos abaixo, celebramos diversos contratos financeiros entre partes relacionadas ou envolvendo garantias prestadas por partes relacionadas.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Contratos de Locação

Em 2 de janeiro de 2006, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Internacional Guarulhos Shopping, conforme aditado. O aluguel mensal é de R\$83 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. A vigência do contrato é até 31 de dezembro de 2007.

Em 1 de março de 2007, a Levian e ABK, na qualidade de locadoras, celebraram o Contrato de Locação Comercial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento do Auto Shopping. O aluguel mensal é de R\$1 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. A vigência do contrato é até 1 de setembro de 2007.

Em 1 de março de 2006, a Nova União, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação Não Residencial com a I Park, na qualidade de locatária de área de estacionamento Internacional Shopping Guarulhos. O aluguel mensal é de R\$207,5 mil, com reajuste anual de acordo com a variação do IGPM - FGV. O contrato é celebrado sob condição de que a Nova União ceda créditos à CSA - Companhia Securitizadora de Ativos (Para mais informações sobre a securitização, vide seção "Nossos Negócios - Contratos Financeiros" na página [*]). A I Park é obrigada a manter seguro de responsabilidade civil para a exploração do estacionamento, pelo valor de R\$250 mil. A I Park tem o direito de explorar o espaço publicitário do estacionamento. A I Park cauciona R\$207,5 mil a título de garantia em favor da Nova União. A vigência do contrato é até 28 de fevereiro de 2026.

Em 26 de novembro de 2003, a Energy Comércio, na qualidade de locadora, celebrou o Contrato de Locação de Bem Imóvel com o Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, na qualidade de locatário de um conjunto de subestação e equipamentos (de energia elétrica). O preço mínimo mensal é de R\$170 mil corrigido pelo IGPDI. A vigência do contrato é até 25 de novembro de 2013.

Contratos de Prestação de Serviços

Em 30 de janeiro de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Internacional Shopping Guarulhos, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela conservação, segurança e limpeza das lojas/espaços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$75 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 28 de agosto de 2006, a ABK e a Levian, na qualidade de contratantes e componentes do Condomínio Civil do Auto Shopping, celebraram o Instrumento Particular de Prestação de Serviços de Administração de Bens com a ISG Adm., na qualidade de contratada, para a prestação de serviços, tais como: (i) de *marketing* e publicidade; (ii) de manutenção de Mix de Lojas e espaços do Internacional Shopping Guarulhos; (iii) celebrar contratos de locação de lojas/espaços e receber aluguéis; (iv) contabilidade; (v) orientação técnica aos lojistas; (vi) zelar pela

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

conservação, segurança e limpeza das lojas/espços e celebrar e rescindir contratos de prestação de serviços de rotina do Internacional Shopping Guarulhos; entre outros. A remuneração mensal da contratada é de R\$9 mil. A vigência do contrato é por dois anos da data de assinatura, podendo ser renovado automaticamente.

Em 1 de agosto de 2005, o Condomínio Civil do Auto Shopping, na qualidade de contratante, celebrou o Contrato de Prestação de Serviços com a Wass, na qualidade de contratada, para a prestação de serviços de assistência técnica e manutenção de três poços destinados à extração de água. O preço por metro cúbico de água consumido será de: (i) R\$2,58 até 20 mil litros; (ii) R\$2,58 menos o valor médio entre R\$2,58 e R\$1,52; e (iii) R\$1,52 acima de 40 mil litros. Os pagamentos são mensais e corrigidos de acordo com a maior variação dentre os índices IGP-DI, o IPC/FIPE, dentre outros. A vigência do contrato é até 10 de agosto de 2010, quando a posse dos poços, as instalações e os equipamentos serão transferidos para a contratante.

Em 1 de outubro de 2006, a ASG Adm., na qualidade de contratante, celebrou o Contrato Prestação de Serviços com a I Park, na qualidade de contratada e locatária do imóvel onde estão localizados os estacionamentos do Auto Shopping, para a prestação de serviço de administração da operação das vagas de veículos dos estacionamentos do Auto Shopping. A remuneração mensal da contratada é de R\$11 mil. A vigência do contrato é até 1 de outubro de 2007, podendo ser renovado automaticamente.

Contrato de Garantia

Em 14 de setembro de 2006, a SAS Ventures LLC celebrou o Contrato de Financiamento Bancário com Garantia Hipotecária e Outras Avencas, com a Banif Mortgage Company, no valor de US\$10,0 milhões. O prazo do contrato é de 5 anos, devendo ser amortizado em 10 parcelas semestrais, sendo a primeira com vencimento em 14 de março de 2007 e a última com vencimento em 14 de setembro de 2011. A taxa de juros é de 8,5% ao ano. Como garantia das obrigações, foi constituída hipoteca em três terrenos de propriedade da Park Shopping Administradora e da Send onde se localiza o Santana Parque Shopping. Além da garantia hipotecária, a SAS Ventures LLC se obriga a constituir em favor da Banif Mortgage Company, penhor sobre créditos de sua titularidade, incidentes sobre os instrumentos particulares de locação firmados em unidades autônomas do Internacional Guarulhos Shopping, em montante equivalente a R\$500 mil por mês. O contrato apresenta cláusulas usuais de vencimento antecipado para esse tipo de operação. O saldo em aberto era de aproximadamente R\$16,4 milhões em 31 de março de 2007.

Convenções de Condomínio Civil

Em 31 de janeiro de 1997, Levian e ABK, na qualidade de co-proprietárias dos imóveis onde foram construídos o Internacional Guarulhos Shopping e o Internacional Guarulhos Auto Shopping, celebraram uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Shopping e uma Convenção de Condomínio Civil do Internacional Guarulhos Auto Shopping. Cada um dos condomínios é constituído pelas frações de terrenos, unidades autônomas, edificações, áreas comuns e demais instalações do Internacional Guarulhos Shopping e do Internacional Guarulhos Auto Shopping, respectivamente. Cada condomínio é dividido em 100 mil quotas iguais, sendo 50% da Levian e 50% da ABK. O resultado líquido das receitas mensais (aluguéis, co-participações, resultado de aplicações financeiras, etc) de cada um desses *Shopping Centers* será distribuído aos condôminos na proporção de suas quotas. A Levian e a ABK podem alienar, ceder ou transferir suas frações ideais a terceiros livremente, sem direito de preferência de outro condômino. A

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

administração de cada condomínio poderá ser realizada pela Levian e ABK, em conjunto ou separadamente, ou por terceiro contratado escolhido em assembléia geral. É necessária a aprovação de condôminos que representem 80% das quotas, para: (i) alteração de convenção de condomínio; (ii) substituição de administrador sem justa causa; (iii) distribuição de resultados de forma diversa da prevista nas convenções de condomínio; (iv) extinção dos condomínios; e (v) constituição de procurador comum aos condôminos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

VISÃO GERAL DO SETOR

INDÚSTRIA MUNDIAL DE SHOPPING CENTERS

A estrutura de *Shopping Center* foi originalmente desenvolvida nos Estados Unidos na primeira metade do século XX. O formato de *Shopping Centers* com lojas de departamentos tradicionais (Lojas Âncoras) surgiu na década de 50 e impulsionou a expansão dos *Shopping Centers*. Fatores como a migração de populações para as grandes cidades, as mudanças no perfil original dos *Shopping Centers*, o aumento do poder aquisitivo da população, o desenvolvimento da indústria e a descentralização populacional para as zonas periféricas das grandes metrópoles contribuíram para essa expansão.

Na década de 1980 o setor de *Shopping Centers* americano cresceu de forma significativa, em especial com o surgimento de grandes empreendimentos, com mais de 80.000 m² de ABL. Após a crise do sistema de poupança e empréstimos nos Estados Unidos do final da década de 1980 e início da década de 90, o crescimento no desenvolvimento de novos empreendimentos de *Shopping Centers* foi retomado, em grande medida, por meio de várias companhias de controle familiar que passaram a acessar o mercado de capitais norte-americano, tornando-se companhias listadas nas principais bolsas de valores norte-americanas. A partir do acesso ao mercado de capitais, esses novos investidores, organizados sob a forma de REITs (*Real Estate Investment Trusts*), iniciaram um forte processo de consolidação na indústria, sendo os principais investidores: Simon Property, General Growth Properties, Kimco Realty, Developers Diversified, Taubman, The Inland Real State Group of Cos., Westfield Group, CBL & Associates Properties, The Macerich Company e The Mills Corp, entre outros.

De acordo com o *National Research Bureau*, em 2005 existiam nos Estados Unidos 48.695 *Shopping Centers* com um total de 562,9 milhões de m², sendo que entre 1986 e 2005, tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL total cresceram a uma taxa média composta de cerca de 2,9% ao ano, enquanto, no mesmo período, a população americana cresceu à taxa média de cerca de 1,1% ao ano. Com isso, o total de ABL per capita cresceu de 1,37 m² por habitante em 1986, para 1,91 m² por habitante em 2005. Nesse mesmo período observou-se uma taxa média de crescimento composto de 5,5% ao ano nas vendas realizadas em *Shopping Centers*, que passaram de cerca de US\$1.700/m² em 1986 para cerca de US\$2.718/m² em 2005. Também de acordo com os dados do *National Research Bureau*, as vendas realizadas nos *Shopping Centers* americanos totalizaram mais de US\$1,5 trilhão em 2005.

INDÚSTRIA BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS

Histórico

Os primeiros *Shopping Centers* brasileiros surgiram na segunda metade década de 60. Na década de 70 alguns novos empreendimentos foram iniciados, mas foi a partir da década de 80 que o mercado de *Shopping Centers* teve seu desenvolvimento mais acentuado, com o surgimento de grandes empreendimentos regionais principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e outros grandes centros urbanos do País.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Na década de 90, observou-se uma nova onda de crescimento no setor de *Shopping Centers*. Entre os principais vetores desse crescimento destacam-se (i) o crescimento urbano; (ii) a estabilidade econômica com a implementação do Plano Real; (iii) o desenvolvimento da estrutura de transportes, facilitando o fluxo de mercadorias e pessoas; (iv) a entrada da mulher no mercado de trabalho, (v) a necessidade de maior segurança e conforto, e (vi) o crescimento das vendas no varejo e o aumento da renda bruta disponível. Além desses fatores, o sucesso de alguns empreendimentos realizados na década de 80 e o aumento de investimentos no setor com recursos provenientes, principalmente, da expansão da carteira dos fundos de pensão, impulsionaram o desenvolvimento do setor de *Shopping Centers* durante a década de 90. Esse período foi marcado também pela maturação e ampliação dos empreendimentos existentes.

Desde sua criação, o número de *Shopping Centers* no Brasil vem crescendo de forma acentuada, totalizando, em 31 de dezembro de 2006, 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. A tabela abaixo mostra a evolução do número de *Shopping Centers* no Brasil a partir de 2000.

Anos	Unidades	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)	Crescimento Acumulado (em %)
2000	281	-	-
2001	294	4,6	4,6
2002	303	3,17	7,8
2003	317	4,6	12,8
2004	326	2,8	16,0
2005	335	2,8	18,2
2006	346	3,3	23,1

Fonte: ABRASCE

De acordo com dados da ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 7,4 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. A tabela abaixo apresenta a evolução da ABL do País:

Anos	m ² (em milhões)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)
2000	5,1	-
2001	5,2	1,96
2002	5,5	5,77
2003	5,6	1,82
2004	6,2	10,71
2005	6,4	3,23
2006	7,4	15,63

Fonte: ABRASCE

O aumento do número de *Shopping Centers* e da ABL no Brasil tem acarretado um conseqüente aumento no número de visitantes nos últimos anos, conforme ilustra a tabela abaixo.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Anos	Fluxo de Pessoas (em milhão/mês)	Crescimento em relação ao ano anterior (em %)
2000	125	-
2001	135	8,00
2002	160	18,52
2003	175	9,38
2004	185	5,71
2005	181	-2,16
2006	203	12,15

Fonte: ABRASCE

A tabela abaixo ilustra a distribuição dos empreendimentos de *Shopping Centers* em todas as regiões do Brasil.

Regiões Brasileiras	Unidades	% do Total	ABL (m ²)	% do Total
Norte	8	2,3	170.198	2,3
Nordeste	48	13,9	1.010.202	13,7
Centro-Oeste	29	8,4	653.180	8,9
Sudeste	193	55,8	4.468.765	60,6
Sul	68	19,7	1.068.154	14,5
Brasil	346	100	7.370.499	100

Fonte: ABRASCE

Conforme observa-se na tabela acima, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em consequência dessa região do País ser responsável pela maior parte do PIB brasileiro, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda per capita. Aproximadamente 40% do estoque de ABL brasileiro encontra-se no Estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro.

Em termos de unidades de empreendimentos, os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais respondem por, aproximadamente, 56% do total de *Shopping Centers* no Brasil, sendo que o estado de São Paulo concentra, aproximadamente, 34% desses empreendimentos.

Panorama da Indústria Brasileira de Shopping Centers

Os *Shopping Centers* brasileiros apresentam atrativos adicionais além da concentração de lojas e serviços diversificados em um só local. A sensação de segurança proporcionada e o abrigo contra o calor excessivo e contra as chuvas tropicais, que costumam ter maior ocorrência no período das festas de final de ano, época de maior concentração de vendas do ano, são fatores que levam as vendas de *Shopping Centers* a crescer em níveis superiores aos observados no varejo em geral.

Entre aos fatores que mais se destacam na avaliação do consumidor como principais motivos para se visitar *Shopping Centers* encontram-se, em primeiro lugar, as compras (42%), seguidas de passeio (15%), prestação de serviços em um só lugar (13%), alimentação (11%) e lazer (3%). Os restantes 16% referem-se a outros tipos de motivações, de acordo com os dados publicados no Valor Análise Setorial.

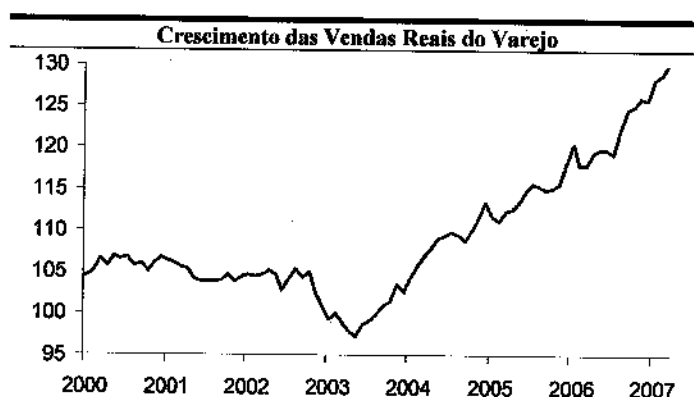
02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

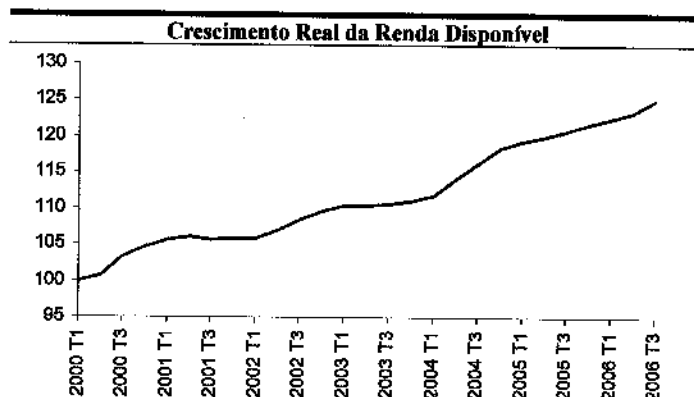
As vendas dos lojistas do setor de *Shopping Centers* são influenciadas pelo desempenho do setor varejista brasileiro como um todo. Tendo em vista o atual cenário macroeconômico positivo, esse setor apresentou forte crescimento nos últimos anos. Em 2006, o setor varejista no Brasil apresentou um crescimento real de 6,16% em termos de vendas, enquanto que, no mesmo ano, o PIB do País cresceu 2,86% em termos reais. O gráfico a seguir ilustra o crescimento das vendas reais do varejo no Brasil de janeiro de 2000 a março de 2007:



Fonte: Ipeadata

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

Adicionalmente, um dos fatores econômicos diretamente responsáveis pelas vendas do varejo no Brasil é o nível de renda bruta disponível do País, que também apresentou uma tendência ascendente nos últimos anos, como mostrado pelo gráfico abaixo:



Fonte: Ipeadata

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

100)

Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 18% do volume de vendas do varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 30-35% nos Estados Unidos e na Europa, respectivamente, o que demonstra potencial de crescimento desse

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

segmento no Brasil. A estabilidade econômica do País e a redução de taxas de juros criam um cenário favorável à expansão do consumo e o conseqüente aproveitamento desse potencial.

De acordo com dados da ABRASCE, em 2006 as vendas totais realizadas em *Shopping Centers* apresentaram um crescimento nominal de 10,4% e um crescimento real, de 7,3%. Esse desempenho manteve-se acima do crescimento real das vendas no comércio varejista em geral, que foi de 6,16%, de acordo com dados do IBGE. O aumento do consumo acima da taxa de inflação é superior ao crescimento do PIB em 2006 (que alcançou 2,9%) teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros.

O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shopping Centers*. Com a redução no ritmo de inaugurações de novas unidades nos últimos 5 anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shopping Centers*, temos observado a insuficiência de oferta de espaços em *Shopping Centers* para atender à demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (4,0%) e inadimplência (5,0%) dos *Shopping Centers* em 2005 diminuíram significativamente se comparados com anos anteriores, de acordo com dados da ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial. A tabela abaixo ilustra a evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de *Shopping Centers* no Brasil:

Evolução nos níveis de vacância e inadimplência relacionados ao setor de <i>Shopping Centers</i> no Brasil												
Em %	2005											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Vacância	5	6	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
Inadimplência	14	13	10	11	7	8	8	8	11	8	9	5

Fonte: ABRASCE publicados no Valor Análise Setorial

A tabela a seguir mostra a evolução do faturamento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil, por meio do qual podemos verificar o crescimento das vendas.

Anos	R\$ (em milhões)	Crescimento relação ao anterior (em %)	em ano	Inflação (IPCA)	no Ano	Crescimento Real do PIB
2000	23.000	-		6,0		4,4
2001	25.300	10,00		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

A comparação da evolução do faturamento do setor em relação ao PIB revela que nos últimos seis anos o faturamento do setor cresceu aproximadamente quatro vezes mais que o PIB.

Em relação à evolução do crescimento das vendas nos diversos segmentos de lojas, segundo dados da ABRASCE vários segmentos registraram aumentos significativos em seu desempenho, conforme ilustrado na tabela abaixo:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Segmentos de Lojas	Crescimento em 2004 (em %)	Crescimento em 2005 (em %)
Megalojas	37,5	24,0
Conveniência/Serviços	11,6	13,0
Artigos do Lar	9,2	11,6
Artigos Diversos	16,0	10,0
Lojas Âncoras	20,0	9,5
Alimentação	13,0	9,4
Vestuário	12,0	9,1
Lazer/Entretenimento	10,7	2,7
Total	15,9	9,3

Fonte: ABRASCE

O mercado brasileiro de *Shopping Centers* caracteriza-se pela pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL. Os 9 maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 18,3% do número de *Shopping Centers* e 31,5% do ABL no Brasil, de acordo com dados divulgados no Valor Análise Setorial. Segundo dados da ABRASCE, o Brasil é o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos.

Nos últimos 5 anos, o setor de *Shopping Centers* brasileiro observou uma tendência de interiorização por meio do desenvolvimento de nichos de mercado com empreendimentos em formato de vizinhança e comunitários, de menor tamanho, e concentrados, principalmente, em cidades de médio porte. Também temos identificado como uma tendência recente a ampliação da função social e comunitária dos *Shopping Centers*, que passaram a oferecer variados tipos de serviço, entretenimento, lazer e cultura. O conceito de *Shopping Center* se atualiza no tempo, através da alteração de seu perfil ou de formatos diferenciados de atuação, tal como se observou, por exemplo, com o surgimento de *Shopping Centers* temáticos, como os de automóveis. Segundo ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade e capacidade de renovação, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 mil empregos diretos e aumentando de forma significativa a integração com a comunidade por meio de ações sociais.

Tipos de Shopping Centers e Lojas

Os critérios utilizados pela ABRASCE para classificação de um centro comercial como *Shopping Centers* são (i) manutenção da propriedade da maior parte das lojas que são locadas aos lojistas; (ii) a existência de vagas de estacionamento compatível com o movimento efetivo; e (iii) utilização de Lojas Âncoras como forma de atrair o público consumidor. Segundo a metodologia aplicada pela ABRASCE, os *Shopping Centers* são classificados nas seguintes categorias:

- ***Shopping Center de Vizinhança.*** Tipo de *Shopping Center* projetado para fornecer conveniência na compra de necessidades do dia-a-dia dos consumidores. Tem em geral como Loja Âncora um supermercado, com o apoio de lojas oferecendo outros artigos de conveniência.
- ***Shopping Center Comunitário.*** O *Shopping Center* Comunitário geralmente oferece uma variedade mais ampla de vestuário e outras mercadorias. Entre as Lojas Âncoras mais comuns estão os supermercados e as lojas de departamentos de desconto. Entre os lojistas do *Shopping Center* comunitário algumas vezes encontram-se varejistas do tipo *off-price*, vendendo itens como roupas, objetos e móveis para casa, brinquedos, artigos eletrônicos ou para esporte.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

- **Shopping Center Regional.** Tipo de *Shopping Center* que oferece mercadorias em geral e serviços completos e variados. Suas atrações principais são Lojas Âncoras tradicionais, lojas de departamento de desconto ou hipermercados. Um *Shopping Center* regional típico é fechado, com as lojas voltadas para um *mall* interno.
- **Shopping Center Temático ou Especializado.** É o *Shopping Center* voltado para um *mix* específico de lojas de um determinado grupo de atividades, tais como moda, móveis e decoração, náutica, esportes, automóveis, entre outras atividades.
- **Outlet Center.** Consiste, em sua maior parte, em lojas de fabricantes vendendo suas próprias marcas com desconto, além de varejistas do gênero *off-price*. Comumente apresentam lojas mais simples com aluguéis mais baixos, custo de construção mais reduzido.
- **Festival Mall.** Representa um *Shopping Center* voltado para o lazer, cultura e turismo. Esse tipo de empreendimento é o menos encontrado no Brasil, estando quase sempre localizado em áreas turísticas e basicamente voltado para atividades de lazer e alimentação, tais como restaurantes, *fast-food*, cinemas e outras diversões.

No Brasil, a maioria dos *Shopping Centers* desenvolvidos enquadra-se na modalidade de *Shopping Centers* regionais, congregando o mais variado portfólio de lojas, serviços ou outras opções de lazer, entretenimento e cultura em geral. Apesar da predominância dos *Shopping Centers* regionais, tem havido no Brasil o crescimento dos *Shopping Centers* temáticos como automotivo, centro têxtil e de decoração, entre outros. Observa-se, igualmente, o surgimento de projetos de construção de *festival malls*.

O tabela abaixo contém informações sobre a participação das principais modalidades mencionadas acima no total de *Shopping Centers* brasileiros no ano de 2005.

Tipos de <i>Shopping Centers</i>	Participação no total (em %)
Regional	57,1
Comunitário	25,6
Vizinhança	10,1
Especializado	4,2
Festival Center	2,4
Temático	0,6
Total	100,0

Fonte: ABRASCE

Lojas Âncoras

As Lojas Âncoras são aquelas lojas muito conhecidas pela população e que, dadas as suas características mercadológicas, atraem os consumidores para um *Shopping Center*. Sua existência é determinada pela necessidade de atração de público principalmente para os *Shopping Centers* localizados em regiões afastadas dos grandes centros. Em *Shopping Centers* melhor localizados o papel estratégico desempenhado pelas Lojas Âncoras é de menor relevância.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM E PARTICIPAÇÕES LTDA

As Lojas Âncoras são importantes para o início da operação de um *Shopping Center*, por serem responsáveis pela criação de fluxos de público. Depois que o *Shopping Center* se torna viável, ou quando deseja selecionar seu público, o proprietário pode promover um movimento contrário às Lojas Âncoras, dado que ocupam grandes áreas locáveis a preços inferiores daqueles pagos por outros locatários, muitas vezes até gratuitamente.

As alternativas para ancoragem nos *Shopping Centers* no Brasil são bastante diversificadas. Atualmente, além das tradicionais redes de varejo e com atuação nacional, existe uma tendência de substituição das Lojas Âncoras tradicionais por outros pólos de atratividade de público, tais como operações de lazer e cinemas, praças de alimentação, centros médicos e empresariais, academias de ginástica, entre outros.

Lojas Satélites

As Lojas Satélites são estabelecimentos de varejo de menor tamanho (que normalmente varia entre 30 m² e 200 m² de ABL) mais especializados em determinado segmento de produtos que se localizam no entorno das Lojas Âncoras. Esse segmento de lojas tem apresentando um grande crescimento e profissionalização impulsionados, em grande medida, por meio da rede de franquias de atuação regional ou nacional. De acordo com dados da ABRASCE, em 31 de dezembro de 2006, as Lojas Satélites somavam 52.712 unidades em operação no Brasil. As Lojas Satélites podem ter importância fundamental para o sucesso de empreendimentos de *Shopping Center* pois normalmente representam a maior fonte de receita para os empreendimentos por pagarem maiores preços de aluguel por m² de ABL.

Concorrência

O setor de *Shopping Centers* requer constantes pesquisas para definir novos formatos e estratégias de atuação. As mudanças na preferência do consumidor, o aparecimento de sistemas alternativos de varejo e a construção de um número crescente de *Shopping Centers* criam a necessidade de constantes modificações e renovações na forma de atuação dos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. Como parte dos esforços de renovação dos *Shopping Centers*, observa-se com frequência a estratégia de combinar opções de lazer e alimentação à experiência de compra.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação é o que define as medidas tomadas para revitalizações e a redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Entre essas medidas destacam-se gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas, seleção das Lojas Âncoras, promoção de eventos, vagas de estacionamento, projeto arquitetônico, ampliação do número de centros de lazer e serviços, treinamento e modernização e informatização de operações.

Funcionamento

O funcionamento de um *Shopping Center* está normalmente sob a responsabilidade de empresas administradoras, frequentemente associadas aos empreendedores ou sócios-proprietários. A propriedade das lojas confere aos administradores/empreendedores maior poder de decisão e controle na gestão das estratégias estabelecidas em relação aos lojistas individualmente. Outras empresas envolvidas com a operacionalidade dos *Shopping Centers* são fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de manutenção, paisagismo,

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer. Esses fornecedores de serviços são, normalmente, contratados por meio de empresas terceirizadas.

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) por meio dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, posição da loja no empreendimento e seu segmento. Já o aluguel percentual é calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e, principalmente, conforme o segmento da loja em questão. O acompanhamento mensal realizado por alguns *Shopping Centers* torna-se um instrumento de auditoria nas lojas, realizada com o objetivo de auferir o real volume de vendas, permitindo maior controle do valor do aluguel cobrado. Outras receitas podem ser obtidas com a utilização de áreas comuns, destinando-se a *Mall e Merchandising*, para vendas e divulgação de produtos ou marcas através de quiosques e mídia na área comum. Outra origem de receita que vem ganhando relevância é proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores, com valores que variam de acordo com a localização e tamanho do empreendimento. Nas partes de uso comum, as despesas são rateadas pelos lojistas, que, além do aluguel, pagam o condomínio e contribuem para um Fundo de Promoção.

Formas de Financiamento do Empreendimento

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal.

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* se alterou ao longo dos anos. Inicialmente, primordialmente bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados investiam nesse setor. A partir da década de 1980, as empresas de previdência privada (fundos de pensão) também começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte. Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao espaço a ser ocupado e locado ao lojista, tais como assessorias arquitetônica e jurídica, instalações especiais, projetos, e outros. Essa cobrança pode, dependendo do caso e a critério do empreendedor, ser dispensada e, nesse caso, o locatário pagará apenas o aluguel de seu ponto.

A localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, além do estudo de viabilidade do projeto são os mais importantes fatores levados em consideração por investidores para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza.

A avaliação econômico-financeira de um *Shopping Center* já construído obedece à lógica comercial de varejo e sua valorização é normalmente desvinculada dos custos de construção incorridos, sendo elaborada em função de estimativas de fluxo de caixa futuro, determinando-se prováveis rentabilidades.

REGULAMENTAÇÃO RELATIVA AOS SHOPPING CENTERS

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Os *Shopping Centers* podem ser constituídos por meio de (i) incorporação imobiliária, com a instituição de um condomínio edilício, conforme previsto no Código Civil e na Lei de Condomínio e Incorporação, hipótese em que cada loja constitui uma unidade autônoma e as relações entre os condôminos são regidas pela convenção de condomínio e pelo regimento interno; e/ou (ii) condomínio civil ou condomínio *pro-indiviso*, também regulado pelo Código Civil, caso em que o empreendimento constitui um único imóvel ou sendo constituído por lojas unidades autônomas pertencentes a mais de um proprietário/empreendedor, hipótese em que as relações entre os co-proprietários são regidas pelo acordo entre eles firmado, denominado convenção de condomínio *pro indiviso*.

A escritura de normas gerais aos contratos de locação, a convenção de condomínio edilício, o regimento interno e o acordo de co-proprietários (denominado convenção de condomínio *pro indiviso*), quando houver, constituem os principais instrumentos a regulamentar tanto o funcionamento do *Shopping Center*, como os direitos e deveres dos empreendedores e lojistas, bem como a forma de contratação e remuneração da instituição administradora.

A organização e a regulamentação da relação entre empreendedor, lojistas e administradora são também regidas por meio de contratos de locação com lojistas, escrituras públicas de normas gerais aos contratos de locação e estatutos das associações de lojistas.

Condomínio

No Brasil, os *Shopping Centers* de maior relevância no mercado são geralmente constituídos por meio de condomínios edilícios e condomínios *pro indiviso*, concomitantemente.

A diferença essencial entre condomínios civis, também conhecidos como *pro-indiviso*, e os condomínios edilícios reside no fato de que apenas nos condomínios edilícios as edificações, construídas sob a forma de unidades isoladas entre si, podem ser alienadas pelo(s) empreendedor(es), no todo ou em parte, sem qualquer anuência, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas. É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, e cada uma dessas lojas possuem 2 ou mais proprietários (condomínio civil).

Condomínio Civil

Os condomínios civis são regulamentados pelos artigos 1.314 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, 2 ou mais co-proprietários do imóvel exercem a propriedade por meio de uma fração ideal de que são titulares, não existindo área privativa de cada um dos co-proprietários. Todos são titulares do imóvel, de forma proporcional à participação de cada um.

Dentre os dispositivos aplicáveis a esta modalidade de condomínio, destacam-se os seguintes:

- cada condômino poderá alienar a sua parte, respeitado o direito de preferência dos demais;
- independentemente da anuência dos demais, poderá o condômino dar em hipoteca sua parte ideal;

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

- o condômino poderá, a qualquer tempo, exigir a divisão da propriedade. No entanto, os condôminos poderão acordar que o bem fique indiviso por até 5 anos, podendo ser prorrogado; contudo, por razões graves, poderá o interessado requerer judicialmente a divisão antes do prazo;
- cada condômino tem o direito de perceber os frutos e rendimentos auferidos pelo bem comum na proporção de sua participação; e
- cada condômino tem o dever de participar das despesas do bem comum na proporção de sua participação, ainda que tais despesas sejam contraídas por apenas um dos condôminos se feitas em proveito do bem comum, todos dela deverão participar.

Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio civil, todo o empreendimento consiste em um único imóvel, com uma única matrícula imobiliária, hipótese em que os titulares de participação no imóvel são proprietários de uma fração ideal do empreendimento.

Ou, nas hipóteses em que os *Shopping Centers* sejam constituídos sob a forma de condomínio edilício, coexistindo com o condomínio civil, o empreendimento será constituído por diversos imóveis, cada um com suas respectivas matrículas imobiliárias, hipótese em que os titulares de participação são proprietários de frações ideais em cada uma das unidades autônomas (lojas).

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Condomínio Edifício

Nas hipóteses em que o *Shopping Center* for constituído por meio de incorporação, sob a forma de condomínio edifício, será regulado pela Lei de Condomínio e Incorporação e pelos artigos 1.331 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, há a co-existência de áreas privativas (unidades autônomas), que podem ser de propriedade de um único titular (ou mais), e áreas comuns, que são de propriedade comum de todos os proprietários das áreas privativas. Assim, nos *Shopping Centers* constituídos sob a forma de condomínio edifício, cada uma das lojas constitui uma unidade autônoma, com matrícula imobiliária própria e as áreas de circulação do *Shopping* são áreas comuns.

Vale ressaltar que no condomínio edifício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades. No entanto, existindo o condomínio civil dentro de uma unidade autônoma, o direito de preferência existirá em relação ao(s) condômino(s) desta unidade.

Convenção de Condomínio

No condomínio edifício, prevê o Código Civil que o relacionamento entre os proprietários das unidades autônomas é regido pelas disposições legais e pela convenção de condomínio, que pode dispor, entre outros aspectos, sobre o quorum para as deliberações da assembléia dos condôminos. Caso a convenção de condomínio não determine quorum especial, as deliberações condominiais dos *Shopping Centers* são aprovadas pelo voto da maioria absoluta dos condôminos, sendo que o valor do voto de cada condômino é calculado proporcionalmente à fração ideal da respectiva loja/unidade autônoma. Todavia, sem prejuízo das disposições condominiais, o Código Civil especifica expressamente os seguintes quoruns para aprovação de deliberações:

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;
- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias, a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e
- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

Contrato de Locação em Shopping Centers

As locações em *Shopping Centers* são regidas pela Lei de Locação, que disciplina os direitos e obrigações dos locadores e locatários nos contratos de locação de imóvel urbano em geral.

Características Gerais das Locações Comerciais

Renovação Compulsória da Locação. De acordo com a Lei de Locação, o locatário tem direito à renovação compulsória do contrato de locação quando preenchidos, em síntese, os seguintes requisitos, cumulativamente: (i) o contrato de locação tenha sido celebrado por escrito e com prazo determinado de vigência igual ou superior a 5 anos, ou a soma dos prazos ininterruptos dos contratos escritos seja de 5 anos; e (ii) o locatário desenvolva o mesmo ramo de atividade há, pelo menos, 3 anos.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Revisão do Aluguel. A Lei de Locação prevê, também, que tanto o locatário como o locador podem, após 3 anos de vigência do contrato de locação ou do acordo firmado entre eles, recolocando o valor do aluguel a valor de mercado, propor ação judicial para revisão do valor pago a título de aluguel, com o objetivo de adequar o aluguel ao seu valor de mercado, em virtude de eventuais circunstâncias que possam ter causado a valorização ou depreciação do aluguel.

Direito de Preferência. É assegurado, pela Lei de Locação, ao locatário, o direito de preferência na aquisição do imóvel locado em relação a terceiros adquirentes, em igualdade de condições. Para a hipótese de o locador desrespeitar o direito de preferência do locatário, a Lei de Locações prevê duas soluções distintas: (i) se o contrato de locação estiver registrado no Cartório de Imóveis, o locatário poderá adquirir o imóvel contra a vontade do locador, depositando em juízo o preço da compra; ou (ii) se não houver o registro da locação, o locatário poderá reclamar uma indenização pelas perdas e danos que sofrer.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Características Específicas da Locação em Shopping Center

Os contratos de locação em *Shopping Centers* possuem peculiaridades próprias, geralmente não encontradas em locações comerciais em geral. Devido ao fato de que a locação em *Shopping Center* envolve relações comerciais em proporções que extrapolam a simples utilização de um espaço mediante uma remuneração, a Lei de Locação confere expressamente aos empreendedores e lojistas uma maior liberdade contratual no que se refere à definição dos direitos e obrigações das partes durante a locação, determinando que prevalecem as condições pactuadas entre locadores e locatários.

Dentre algumas características específicas usualmente presentes na locação em *Shopping Center* estão (i) a fixação de aluguel em percentual do faturamento do locatário; (ii) a cobrança de aluguel em dobro em determinado mês do ano, de acordo com o ramo de atividade; (iii) a fiscalização das atividades dos lojistas por auditoria interna dos administradores para apuração do faturamento; (iv) a contribuição para fundos de promoções; (v) a vedação à mudança de ramo de atividade; (vi) as limitações à sublocação, cessão e empréstimo do espaço; (vii) a estipulação de cláusula de raio ou de não-concorrência; (viii) a necessidade de aprovação do projeto das lojas pelo locador; e (ix) a estipulação de cláusula "degrau" (através da previsão contratual do aumento no valor dos aluguéis).

O aluguel a ser pago pelo lojista é usualmente estipulado entre o maior dos seguintes (i) um valor fixo, calculado com base na localização e no tamanho da loja ocupada pelo locatário, denominado "aluguel mínimo"; e (ii) um valor variável, correspondente a um percentual do faturamento bruto do lojista, denominado "aluguel percentual".

Direito de Co-Participação.

Outra característica das locações em *Shopping Centers* refere-se ao direito de co-participação.

Ao desenvolver suas atividades no *Shopping Center*, o lojista se beneficia do *Mix* de Lojas e da estrutura planejada, construída e implementada pelo empreendedor, o que constitui um fundo de comércio diferenciado em comparação com lojas localizadas fora de *Shopping Centers*.

Além disso, decorridos 5 anos da locação, e desde que preenchidos alguns requisitos, o locatário tem o direito de renovar seu contrato de locação, o que impede o empreendedor de alterar o *Mix* de Lojas quando entender necessário para melhorar o movimento e os negócios do *Shopping Center*. Com base nesses direitos e benefícios aproveitados pelos lojistas, o lojista interessado em se instalar no *Shopping Center* dispõe-se a pagar uma taxa de cessão para adquirir o direito de co-participação na infra-estrutura oferecida pelo *Shopping Center*. O valor e as condições de pagamento de tal contribuição são definidos entre o empreendedor e o lojista no momento em que o lojista adere ao empreendimento (seja antes ou depois de concluída a construção), sendo que o cálculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

Além do contrato de locação, a relação entre empreendedor e lojista também é regida pela escritura de normas gerais, que é um instrumento complementar e integrante da locação, que trata da organização e funcionamento

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

do *Shopping Center*. Dentre as principais disposições contidas na escritura de normas gerais, encontram-se regras relativas a:

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- proibição da abertura de outra loja em um determinado raio de distância;
- horário de funcionamento das lojas;
- realização de promoções e liquidações;
- vedação ao locatário à cessão, sublocação ou alteração do seu ramo de comércio, visando à manutenção do *Mix* de Lojas;
- aprovação do projeto e *layout* da loja, bem como para seu prazo de execução; e
- penalidades para descumprimento das obrigações do locatário.

O objetivo da escritura de normas gerais é traçar as diretrizes para o relacionamento entre os empreendedores e os lojistas, inclusive definindo seus direitos e deveres no funcionamento do *Shopping Center*, bem como definir as regras gerais a todos que participam, direta ou indiretamente, do empreendimento, incluindo os lojistas, empreendedor e terceiros contratados.

Os lojistas aderem à escritura de normas gerais no momento da assinatura do contrato de locação, assumindo desde então o compromisso de cumprir com os seus termos e condições.

Acordo de Co-Proprietários (Convenção de Condomínio)

A relação entre os co-proprietários nos condomínios civis é definida em lei. Entretanto, podem os co-proprietários celebrar contratos que regulamentem os direitos e as obrigações dos interessados em relação à propriedade comum. Este acordo de co-proprietários também é costumeiramente chamado de convenção de condomínio civil ou *pro indiviso*, que não se confunde com a convenção de condomínio prevista em lei para os casos de condomínio edilício.

Nos condomínios civis em *Shopping Centers*, o Acordo de Co-Proprietários disciplina, entre outros aspectos, os seguintes: (i) regras de uso e administração da propriedade em comum; (ii) funções da administradora; (iii) responsabilidades relativas à locação da propriedade em comum; (iv) gestão e distribuição das receitas; (v) gestão do *Mix* de Lojas; e (vi) direito de preferência do locatário.

Associação dos Lojistas

Dentre as obrigações assumidas pelo lojista ao contratar com o empreendedor, está a de associar-se à Associação de Lojistas. A Associação de Lojistas é uma pessoa jurídica sem fins econômicos formada pelos lojistas de um mesmo *Shopping Center*, cujas finalidades são, dentre outras, amparar e representar os interesses de seus associados perante terceiros, cultivar as relações entre os associados locatários, estabelecer normas éticas e regulamentos disciplinadores das atividades de seus associados, além de realizar, por si ou por

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

terceiros, estudos e serviços de utilidade para os seus associados e, principalmente, promover a divulgação do *Shopping Center*.

Ao tornar-se locatário, o lojista é obrigado a contribuir mensalmente com o respectivo Fundo Promocional para custear os gastos com propaganda e *marketing*. Também o empreendedor é membro da Associação de Lojistas, exercendo papel fundamental na definição de diretrizes e estratégias para campanhas publicitárias necessárias ao desenvolvimento e à integração do empreendimento junto à comunidade local.

Contrato de Administração e Regimento Interno

O empreendedor pode delegar as atividades de administração do *Shopping Center* a terceiros, notadamente empresas especializadas na administração e gestão de *Shopping Centers*. A administradora funcionará como uma mandatária do empreendedor, que lhe confere amplos poderes de administração, controle, gestão e fiscalização do empreendimento.

Caso a administração do *Shopping Center* venha a ser exercida por pessoa jurídica diversa do empreendedor, o locatário deverá celebrar com essa administradora um contrato de administração, que será parte integrante do contrato de locação. É usual que as regras relativas à administração do *Shopping Center* constem da convenção de condomínio e do próprio contrato de locação. Estes instrumentos deverão prever a possibilidade da administradora introduzir modificações no projeto estrutural da edificação, fiscalizar as atividades do lojista, promover a manutenção das dependências de uso comum e o valor e condições de pagamento da taxa de administração pelo lojista.

A administradora do *Shopping Center* é responsável, ainda, pela elaboração de um regimento interno que deverá regular de forma detalhada, e subsidiariamente aos demais instrumentos e contratos, as atividades dos lojistas do *Shopping Center*.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Objeto

A Send Empreendimentos e Participações Ltda (Send) tem por objeto a administração de bens próprios e a participação em outras sociedades. Atualmente, a Send é detentora, juntamente com a Park Shopping Administradora e a Sulishopping, empresas controladas pela Levian, de 50% do Santana Parque Shopping.

Reestruturação Societária

No primeiro trimestre de 2007 realizamos diversas operações societárias, por meio das quais a participação detida no capital social das sociedades com atividades de *Shopping Centers*, foram agrupadas na empresa Levian Participações e Empreendimentos Ltda (Levian), integralmente controlada pela General Shopping Brasil S.A.

Comentários sobre o Resultado

No primeiro trimestre de 2007 a Send obteve um prejuízo 1,3 milhões em 2007, ante um lucro de R\$ 1,1 milhões em 2006. Essa variação reflete todo o processo de reestruturação societária ocorrida no primeiro trimestre de 2007 e investimentos realizados na construção do Santana Parque Shopping.

O Santana Parque Shopping

O Santana Parque Shopping foi adquirido em 2005, ano em que foi reiniciada sua construção. Sua inauguração está prevista para outubro de 2007. Em novembro de 2006, celebramos um contrato de promessa de compra e venda com a Aliancee no qual prometemos alienar 50% do Santana Parque Shopping, ficando as decisões de gestão compartilhadas entre ambas as partes. Segundo projeções da IPDM, as adjacências do Santana Parque Shopping terão uma população de 870 mil habitantes, formada predominantemente por consumidores das Classes A, B e C.

O Santana Parque Shopping terá uma ABC total de 64.600 m², uma ABL própria de 12.068 m², 207 lojas, sendo 10 Lojas Âncoras e 1.500 vagas de estacionamento. Seus principais lojista serão: C&A, Renner, Lojas Americanas (a primeira operação na Zona Norte da capital), Casas Bahia, Centauro, *Fast Shop*, além da academia Bio Ritmo e a rede de cinemas UCI com 8 salas de cinemas.

O Santana Parque Shopping está estrategicamente localizado na Zona Norte de São Paulo, região que tem apenas 2 empreendimentos, ambos localizados na marginal Tietê, não apresentando nenhum concorrente próximo que possa atender de forma mais confortável a população dessa região.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Santana Parque Shopping:

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

19.10 - RELATÓRIO DE DESEMPENHO

Controlada/Coligada : SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA

Santana Parque Shopping

Em 31 de março de 2007 (exceto se de outra forma indicado)

Participação (%) ⁽¹⁾	50%
ABC Total (m²)	64.600
ABL Própria (m²)	12.068
N.º de Lojas	207
Principais Lojas	C&A, Lojas Americanas, Renner, UCI, Centauro, Casas Bahia, Fast Shop, Bio Ritmo, McDonald's, Burger King, Magic Games, Central Surf
N.º de Visitantes por ano	-
N.º de Vagas no Estacionamento	1.500
Resultado Operacional Shopping Center	-
Vendas informadas pelos lojistas em 2006	-

⁽¹⁾ Considera a participação que detemos nesta data.

Os principais concorrentes do Santana Parque Shopping, além do comércio de rua, são os seguintes:

Nome	Localização	Ano Inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	Lojas Âncoras
Shopping Center Norte	Vila Guilherme	1984	334	64.000	C&A, Renner, Riachuelo e Carrefour
Shopping D	Canindé	1994	237	29.118	C&A, Lojas Marisa, Mix Móveis, Casas Bahia e Cinemark

Fonte: ABRASCE e IPDM

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Esta seção contém informações sobre nossas práticas de Governança Corporativa e deve ser analisada conjuntamente com as Seções "Descrição do Capital Social", "Administração" e "Informações sobre Títulos e Valores Mobiliários Emitidos".

Governança Corporativa é o sistema pelo qual as companhias são dirigidas e monitoradas e envolve os relacionamentos entre acionistas, Conselho de Administração, Diretoria, auditores independentes e Conselho Fiscal. O Novo Mercado é um segmento de listagem da BOVESPA destinado à negociação de ações emitidas por companhias que se comprometem, voluntariamente, com a adoção das práticas de governança corporativa e a divulgação de informações adicionais em relação ao que é exigido pela legislação vigente.

A BOVESPA possui três níveis diferentes de práticas de governança corporativa, Nível 1, Nível 2 e Novo Mercado. Eles diferenciam-se pelo grau das exigências destas práticas, sendo o Novo Mercado o mais rigoroso deles e ao qual estamos sujeitos, uma vez que em 2 de julho de 2007, celebramos o Contrato de Participação no Novo Mercado reforçando nosso comprometimento com boas práticas de governança corporativa. O Contrato de Participação no do Novo Mercado entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O Conselho de Administração de companhias listadas no Novo Mercado deve ser composto por, no mínimo, cinco membros, eleitos pela Assembléia Geral, com mandato unificado de, no máximo, dois anos, sendo permitida a reeleição. Segundo o Regulamento do Novo Mercado, no mínimo, 20% de nossos conselheiros deverão ser Conselheiros Independentes. Possuímos um membro independente em nosso Conselho de Administração, o Sr. Edgard Antonio Pereira.

Os atuais membros do Conselho de Administração e da Diretoria da Companhia assinaram Contrato de Participação no Novo Mercado e todos os novos membros do Conselho de Administração e da Diretoria da Companhia deverão subscrever um Termo de Anuência dos Administradores, condicionando a posse nos respectivos cargos à assinatura desse documento. Por meio do Termo de Anuência, os administradores da companhia responsabilizam-se pessoalmente a agir em conformidade com o Contrato de Participação no Novo Mercado, com o Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado e com o Regulamento do Novo Mercado.

CONSELHO FISCAL

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o Conselho Fiscal é um órgão independente da administração e da auditoria externa de uma companhia. A responsabilidade principal do Conselho Fiscal é fiscalizar os atos dos administradores e analisar as demonstrações financeiras, relatando suas observações aos acionistas.

O Conselho Fiscal não pode ter membros que façam parte do Conselho de Administração, da Diretoria ou do quadro de empregados de uma empresa controlada ou de uma empresa do mesmo grupo, tampouco um cônjuge ou parente dos nossos administradores. Adicionalmente, a Lei das Sociedades por Ações exige que os membros do Conselho Fiscal recebam, a título de remuneração, no mínimo, 10% da média da remuneração paga aos Diretores, excluindo benefícios, verbas de representação e participações nos lucros e resultados.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Nosso Conselho Fiscal não é permanente, mas pode ser instalado em qualquer exercício social caso haja requisição por parte de certo número de acionistas, como descrito abaixo. Sempre que instalado, será constituído de três a cinco membros e igual número de suplentes. Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, quando seu funcionamento não é permanente, o Conselho Fiscal poderá ser instalado pela Assembléia Geral, a pedido de acionistas que representem, no mínimo, 10% das ações ordinárias, com mandato até a primeira Assembléia Geral Ordinária seguinte à sua instalação. Ademais, acionistas minoritários que representem, no mínimo, 10% das ações ordinárias, também têm direito de eleger separadamente um membro do Conselho Fiscal e seu suplente. Atualmente não temos Conselho Fiscal em funcionamento. Todos os membros do Conselho Fiscal devem subscrever um Termo de Anuência dos Administradores, condicionando a posse nos respectivos cargos à assinatura desse documento.

PERCENTUAL MÍNIMO DE AÇÕES EM CIRCULAÇÃO APÓS AUMENTO DE CAPITAL

De acordo com as regras do Novo Mercado, nosso capital social deve ser representado exclusivamente por Ações Ordinárias e, portanto, não estamos autorizados a emitir ações preferenciais. Em 21 de junho de 2007, realizamos uma Assembléia Geral Extraordinária que aprovou as alterações no nosso Estatuto Social, o qual reflete as regras do Novo Mercado. Em 2 de julho de 2007, celebramos um contrato com a BOVESPA, regulando a listagem das nossas Ações Ordinárias no Novo Mercado da BOVESPA.

Para que sejamos admitidos ao Novo Mercado, é necessário que tenhamos no mínimo 25% de nossas ações em circulação. O Regulamento do Novo Mercado determina que, na ocorrência de um aumento de capital que não tenha sido integralmente subscrito por quem tinha direito de preferência ou que não tenha contado com número suficiente de interessados na respectiva distribuição pública, a subscrição total ou parcial de tal aumento de capital pelo acionista controlador obrigá-lo-á a tomar as medidas necessárias para recompor o percentual mínimo de ações em circulação, de 25% do total das ações de nosso capital social, dentro dos seis meses subseqüentes à homologação da subscrição.

RESTRIÇÕES À REALIZAÇÃO DE DETERMINADAS OPERAÇÕES POR ACIONISTAS CONTROLADORES, CONSELHEIROS E DIRETORES

Nossos Acionistas Controladores, conselheiros, diretores e membros do conselho fiscal (considerados "insiders" para efeito da Lei do Mercado de Valores Mobiliários) devem abster-se de negociar valores mobiliários de nossa emissão, inclusive no contexto de operações com derivativos que envolvam valores mobiliários de emissão de nossa Companhia, nas seguintes condições, dentre outras:

- anteriormente à divulgação ao público de qualquer ato ou fato relevante que diga respeito aos nossos negócios;
- na hipótese de nossa fusão, incorporação ou cisão de parte ou a totalidade de nossos ativos ou ainda de nossa reorganização;
- durante o período de 15 dias anteriores à divulgação de nossas informações trimestrais e anuais; ou
- relativamente aos nossos Acionistas Controladores, conselheiros e diretores, na hipótese de comprarmos ou vendermos ações de nossa própria emissão ou na hipótese de compra ou venda de ações de nossa própria emissão por qualquer uma de nossas sociedades controladas ou coligadas ou por qualquer outra sociedade sob controle comum com a nossa Companhia.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

De acordo com o disposto na Lei das Sociedades por Ações, é vedado aos nossos administradores:

- praticar ato de liberalidade às nossas custas;
- sem prévia autorização da assembléia geral ou do conselho de administração, tomar por empréstimo nossos recursos ou bens, ou usar, em proveito próprio, de sociedade em que tenha interesse, ou de terceiros, os nossos bens, serviços ou crédito;
- receber de terceiros, sem autorização estatutária ou da assembléia geral, qualquer modalidade de vantagem pessoal, direta ou indireta, em razão do exercício de seu cargo;
- intervir em qualquer operação social em que tiver interesses conflitantes com os nossos, ou nas deliberações que os demais conselheiros tomarem a respeito;
- usar, em seu benefício ou de terceiros, as oportunidades comerciais de que tenha conhecimento em razão do exercício de seu cargo;
- omitir-se no exercício ou proteção de nossos direitos ou, visando à obtenção de vantagens, para si ou para terceiros, deixar de aproveitar oportunidades de negócio de nosso interesse; e
- adquirir, para revender com lucro, bem ou direito que sabe necessário a nossas operações ou que nós tenhamos intenção de adquirir.

A remuneração de nossos administradores em determinado exercício social é fixada pelos acionistas na assembléia geral ordinária que aprova as demonstrações financeiras do exercício social anterior.

VEDAÇÃO À NEGOCIAÇÃO DE NOSSAS AÇÕES

De acordo com as regras do Novo Mercado, o acionista controlador e os administradores de companhia listada no Novo Mercado não podem vender e/ou ofertar à venda ações de emissão da companhia, ou derivativos lastreados nestas ações, durante os primeiros seis meses subsequentes à primeira distribuição pública de ações da companhia após a assinatura do Contrato de Participação no Novo Mercado. Após este período inicial de seis meses, o acionista controlador e os administradores não podem vender ou ofertar mais do que 40% de suas ações ordinárias, ou derivativos lastreados em ações de emissão da companhia de que eram titulares imediatamente após a efetivação da distribuição anteriormente mencionada, por seis meses adicionais.

Sem prejuízo de *lock-ups* adicionais celebrados no âmbito da Oferta e que não são relacionados às regras do Novo Mercado, a vedação não se aplicará: (i) na hipótese de ingresso de companhia no Novo Mercado que já possua ações de sua emissão cotadas na BOVESPA ou no mercado de balcão organizado administrado pela BOVESPA, desde que, nessa última hipótese, a companhia já tenha realizado distribuição pública de ações; (ii) na hipótese de empréstimo de ações que vise a permitir a antecipação do início da negociação das ações em bolsa, sujeito à aprovação da BOVESPA; e (iii) na hipótese de cessão ou empréstimo de ações que vise ao desempenho da atividade de formador de mercado credenciado pela BOVESPA, nesse caso limitado a 15% da quantidade total de ações cuja negociação esteja vedada. Para mais informações, vide seção "Informações Relativas à Oferta Primária - Restrições à Negociação das Ações (*Lock-Up*)" na página [•].

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

CANCELAMENTO DE REGISTRO DE COMPANHIA ABERTA

O cancelamento do registro de companhia aberta por decisão do Controlador ou Grupo de Acionistas Controladores só pode ocorrer caso o Controlador, Grupo de Acionistas Controladores, ou a nossa própria Companhia efetive uma OPA de todas as ações em circulação, de acordo com as disposições da Lei das Sociedades por Ações e observados os regulamentos e normas da CVM e o Regulamento do Novo Mercado. O preço mínimo ofertado pelas ações na OPA corresponderá, obrigatoriamente, no mínimo, ao valor econômico dessas ações, conforme determinado por laudo elaborado por empresa especializada.

O laudo de avaliação será elaborado por instituição ou empresa especializada e independente quanto ao poder de decisão da Companhia, seus administradores e/ou Acionista Controlador, com experiência comprovada, que será escolhida pela Assembleia Geral a partir de lista tríplice apresentada pelo nosso Conselho de Administração, devendo a respectiva deliberação ser tomada por maioria dos votos das ações em circulação dos acionistas presentes, não se computando os votos em branco, que, se instalada em primeira convocação, deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% do total de ações em circulação, ou que, se instalada em segunda convocação, poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas representantes das ações em circulação. Os custos de elaboração de referido laudo deverão ser integralmente suportados pelo ofertante, conforme o caso. É assegurada a revisão do valor da oferta, no caso de titulares de no mínimo 10% das ações em circulação no mercado requererem aos nossos administradores que convoquem assembleia especial dos acionistas para deliberar sobre a realização de nova avaliação pelo mesmo ou por outro critério, para efeito de determinação do valor de avaliação da nossa Companhia. Tal requerimento deverá ser apresentado no prazo de 15 dias da divulgação do valor das ações da OPA, devidamente fundamentado. Os custos de elaboração da nova avaliação deverão ser assumidos integralmente pelo Controlador ou por nós, conforme o caso, sendo que os acionistas que requisitarem a realização de nova avaliação, bem como aqueles que votarem a seu favor, deverão nos ressarcir, ou ressarcir o Acionista Controlador, conforme o caso, pelos custos incorridos, caso o novo valor seja inferior ou igual ao valor inicial da oferta. No entanto, caso o valor apurado na segunda avaliação seja maior, a OPA deverá obrigatoriamente adotar esse maior valor ou cancelá-la, devendo tal decisão ser divulgada ao mercado.

SAÍDA DO NOVO MERCADO

Podemos, a qualquer momento, requerer o cancelamento de nossa listagem no Novo Mercado, desde que tal deliberação seja aprovada em Assembleia Geral por acionistas que representem a maioria das nossas ações, e desde que a BOVESPA seja informada por escrito com, no mínimo, 30 dias de antecedência. Tal deliberação deverá especificar se a saída ocorre porque os valores mobiliários por nós emitidos passarão a ter registro para negociação fora do Novo Mercado, ou se em razão do cancelamento do nosso registro de companhia aberta. Nossa saída do Novo Mercado não implicará a perda da nossa condição de companhia aberta registrada na BOVESPA.

Se ocorrer a nossa saída do Novo Mercado por deliberação dos acionistas reunidos em Assembleia Geral, para que nossas ações passem a ter registro de negociação fora do Novo Mercado, o Acionista Controlador ou Grupo de Acionistas Controladores deverá efetivar OPA se a saída ocorrer para a negociação das ações fora do Novo Mercado ou se decorrer de deliberação aprovando a reorganização societária na qual as ações de nossa Companhia resultante de tal reorganização não sejam admitidas para negociação no Novo Mercado. O preço da OPA corresponderá, no mínimo, ao valor econômico apurado, mediante elaboração de laudo de

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

avaliação por sociedade especializada e independente quanto ao poder de decisão da Companhia, seus administradores e/ou Acionista Controlador, com experiência comprovada, que será escolhida pela Assembléia Geral a partir de lista triplice apresentada pelo nosso Conselho de Administração, que se instalada em primeira convocação, deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% do total de ações em circulação, ou que se instalada em segunda convocação poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas representantes das ações em circulação, devendo a respectiva deliberação ser tomada por maioria absoluta de votos das ações em circulação dos acionistas presentes, não se computando os votos em branco. Os custos de elaboração de referido laudo deverão ser integralmente suportados pelo ofertante.

Nos termos do Regulamento do Novo Mercado, caso o nosso controle seja alienado nos 12 meses subsequentes à nossa saída do Novo Mercado, o acionista controlador alienante e o comprador, solidariamente, deverão oferecer aos demais acionistas a aquisição de suas ações pelo preço e nas condições obtidas pelo acionista controlador alienante, devidamente atualizado.

Após uma eventual saída do Novo Mercado, não poderemos solicitar a listagem de valores mobiliários de emissão de nossa Companhia no Novo Mercado pelo período de dois anos subsequentes ao cancelamento, a menos que ocorra uma alienação do nosso controle após nossa saída do Novo Mercado.

ALIENAÇÃO DE CONTROLE

De acordo com o Regulamento do Novo Mercado, a alienação de nosso controle, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas, deverá ser contratada sob condição suspensiva ou resolutiva, de que o adquirente se obrigue a efetivar OPA das demais ações dos nossos outros acionistas nos mesmos termos e condições concedidas ao controlador alienante.

A OPA é exigida, ainda:

- quando houver cessão onerosa de direitos de subscrição de ações e de outros títulos ou de direitos relativos a valores mobiliários conversíveis em ações, que venha a resultar na alienação do nosso controle;
- quando, sendo o controlador uma sociedade, o controle de tal sociedade controladora for transferido, sendo que, neste caso, o Acionista Controlador alienante ficará obrigado a declarar à BOVESPA o valor atribuído à Companhia nessa alienação e anexar documentação que comprove; e
- quando aquele que já detiver nossas ações, adquirir o poder de controle em razão de contrato particular de compra de ações. Nesse caso, o acionista adquirente estará obrigado a efetivar OPA pelos mesmos termos e condições oferecidos ao acionista alienante e ressarcir os acionistas de quem tenha comprado ações em bolsa, nos seis meses anteriores à data da alienação do controle. O valor do ressarcimento é a diferença entre o preço pago ao acionista controlador alienante e o valor pago em bolsa, por ações, nesse período, devidamente atualizado pela variação positiva do IGP-M.

O comprador, quando necessário, deverá tomar as medidas cabíveis para recompor, dentro dos seis meses subsequentes, o percentual mínimo de 25% de ações em circulação no mercado.

O Controlador não poderá efetuar a transferência das nossas ações por ele detidas, nem tampouco poderá a nossa Companhia efetuar nenhum registro de transferências destas ações, até que o comprador assine o Termo

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

de Anuência do Controlador ao Regulamento do Novo Mercado e ao Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado.

CONTROLE DIFUSO

Nosso Estatuto Social, em conformidade com o Regulamento do Novo Mercado, prevê a ocorrência de controle difuso na hipótese de o poder de controle sobre nossas atividades ser exercido por um acionista detentor de menos de 50% de nosso capital social ou, ainda, por grupo de acionistas detentor de percentual superior a 50% do capital social em que cada acionista detenha individualmente menos de 50% do capital social e desde que estes acionistas não sejam signatários de acordo de votos, não estejam sob controle comum e nem atuem representando um interesse comum.

Na hipótese de haver controle difuso, sempre que for aprovado em Assembléia Geral o cancelamento de registro de companhia aberta, a OPA deverá ser efetivada pela própria Companhia, observadas as limitações legais, sendo que, neste caso, a nossa Companhia somente poderá adquirir ações de titularidade dos acionistas que tenham votado a favor do cancelamento de registro na deliberação em Assembléia Geral, após ter adquirido as ações dos demais acionistas que não tenham votado a favor da referida deliberação e que tenham aceitado a referida OPA.

Na hipótese de haver controle difuso, a saída de nossa Companhia do Novo Mercado, seja por registro para negociação das ações fora do Novo Mercado, seja por reorganização societária, em que as ações da companhia resultante não sejam admitidas à negociação no Novo Mercado, ensejará a efetivação de OPA pelos acionistas que tenham votado a favor da respectiva deliberação.

Na hipótese de alienação de nosso controle, caso haja controle difuso, o acionista adquirente do controle será obrigado a efetivar uma OPA caso haja a venda de ações de nosso capital social que assegurem o poder de efetivamente dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento dos nossos órgãos, de forma direta ou indireta, de fato ou de direito, cuja verificação somente pode ser realizada caso a caso, mediante análise da situação concreta.

MECANISMO DE PROTEÇÃO À DISPERSÃO ACIONÁRIA

Nosso Estatuto Social contém disposição que tem o efeito de evitar a concentração de nossas ações nas mãos de um grupo pequeno de investidores, de modo a promover uma base acionária mais dispersa.

A disposição neste sentido exige que qualquer acionista, que adquira ou se torne titular de ações de emissão de nossa Companhia, no que se inclui, sem limitação o usufruto ou fideicomisso, em quantidade igual ou superior a 15% do total de ações de emissão de nossa Companhia deverá, no prazo máximo de 60 dias a contar da data de aquisição ou do evento que resultou na titularidade de ações em quantidade igual ou superior a 15% do total de ações de emissão de nossa Companhia, efetivar uma OPA da totalidade das ações de emissão de nossa Companhia, observando-se o disposto na regulamentação aplicável da CVM, inclusive quanto a necessidade ou não de registro de tal OPA, os regulamentos da BOVESPA e os termos do nosso Estatuto Social.

Estão excluídos destas obrigações os acionistas que na data de encerramento da primeira oferta pública de ações de nossa Companhia sejam detentores de quantidade superior a 15% do total de nossas ações e que venham a adquirir novas ações da Companhia, seja ou não no exercício do direito de preferência, desde que,

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

após essas novas aquisições, esse acionista não venha a deter uma participação no nosso capital total superior à participação por ele detida na data de encerramento de nossa primeira oferta pública de ações.

A obrigação de efetivar uma OPA nos termos aqui descritos não se aplica na hipótese de uma pessoa tornar-se titular de ações de emissão de nossa Companhia em quantidade superior a 15% do total das ações de sua emissão em decorrência (i) de sucessão legal, sob a condição de que o acionista aliene o excesso de ações em até 60 dias contados do evento relevante; (ii) da incorporação de uma outra sociedade pela nossa Companhia; e (iii) da subscrição de ações de nossa Companhia, realizada em uma única emissão primária, que tenha sido aprovada em Assembléia Geral de acionistas de nossa Companhia.

Para fins do cálculo do percentual de 15% do total de ações de emissão de nossa Companhia, não serão computados os acréscimos involuntários de participação acionária resultantes de cancelamento de ações em tesouraria ou de redução do capital social de nossa Companhia com o cancelamento de ações.

A OPA deverá ser (i) dirigida indistintamente a todos os acionistas de nossa Companhia; (ii) efetivada em leilão a ser realizado na BOVESPA; (iii) lançada pelo preço determinado de acordo com o procedimento a seguir; e (iv) paga à vista, em moeda corrente nacional, contra a aquisição na OPA de ações de emissão de nossa Companhia. O preço de aquisição na OPA de cada ação de emissão de nossa Companhia não poderá ser inferior ao maior valor entre (i) o valor econômico apurado em laudo de avaliação; (ii) 150% do maior preço de emissão das ações em qualquer aumento de capital realizado mediante distribuição pública ocorrido no período de 12 meses que anteceder a data em que se tornar obrigatória a realização da OPA, devidamente atualizado pelo IGPM/FGV até o momento do pagamento; e (iii) 150% da cotação unitária média das ações de emissão de nossa Companhia durante o período de 90 dias anterior à realização da OPA na bolsa de valores.

Caso a regulamentação da CVM aplicável à OPA prevista neste caso determine a adoção de um critério de cálculo para a fixação do preço de aquisição de cada ação de nossa Companhia na OPA que resulte em preço de aquisição superior, deverá prevalecer na efetivação da OPA prevista aquele preço de aquisição calculado nos termos da regulamentação da CVM.

A realização da OPA não exclui a possibilidade de outro acionista de nossa Companhia, ou, se for o caso, nossa própria Companhia, formular uma OPA concorrente, nos termos da regulamentação aplicável.

A alteração que limite o direito dos acionistas à realização da OPA ou a exclusão deste mecanismo obrigará o(s) acionista(s) que tiver (em) votado a favor de tal alteração ou exclusão na deliberação em Assembléia Geral a efetivar a OPA.

OFERTAS PÚBLICAS DE AQUISIÇÃO DE AÇÕES

Nosso Estatuto Social prevê que a configuração em um mesmo momento de mais de uma das situações acima descritas ensejam a realização de oferta pública de aquisição de ações, será facultada a formulação de uma única OPA visando a mais de uma finalidade, desde que seja possível compatibilizar os procedimentos de todas as modalidades de OPA, e não haja prejuízo para os destinatários da oferta e seja obtida a autorização da CVM quando exigida pela legislação aplicável.

Adicionalmente, nosso Estatuto Social permite que a nossa Companhia ou os acionistas responsáveis pela realização de qualquer das OPAs assegurem sua efetivação por intermédio de qualquer acionista, terceiro e conforme o caso, nossa própria Companhia. Nossa Companhia ou o acionista responsável, conforme o caso,

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

não se eximem de responsabilidade de efetivar a OPA até que a mesma seja concluída com observância das regras aplicáveis.

SUSPENSÃO DOS DIREITOS DE ACIONISTA ADQUIRENTE POR INFRAÇÃO AO NOSSO ESTATUTO SOCIAL

Na hipótese de descumprimento de regras estabelecidas em nosso Estatuto Social, o acionista adquirente que deixar de efetivar a OPA prevista na hipótese de alienação de controle e de aquisição de ações representativas de 15% ou mais do capital de nossa Companhia estará sujeito à suspensão do exercício dos seus direitos de acionista por deliberação em Assembléia Geral, cuja convocação é obrigatória na hipótese dos referidos descumprimentos. O acionista adquirente não poderá votar na Assembléia que deliberar sobre a suspensão do exercício dos seus direitos.

AQUISIÇÃO DE CONTROLE POR MEIO DE AQUISIÇÕES SUCESSIVAS

Segundo o Regulamento do Novo Mercado, aquele que já detiver nossas Ações e que venha a adquirir o nosso controle acionário, em razão de contrato particular de compra e venda de ações celebrado com o Acionista Controlador, envolvendo qualquer quantidade de ações, deverá concretizar OPA nos moldes acima descritos e ressarcir os acionistas de quem tenha comprado ações em bolsa nos seis meses anteriores à ata da alienação de controle, a quem deverá pagar a diferença entre o preço pago ao Acionista Controlador alienante e o valor pago em bolsa, por nossas ações neste período, devidamente atualizado.

Fica estipulado ainda que para ocorrer a transferência da propriedade das ações de controle, o comprador deve subscrever o Termo de Anuência do Controlador, devendo o mesmo ser ainda encaminhado à BOVESPA. O comprador deve ainda, quando necessário, tomar as medidas necessárias para recompor o percentual mínimo de Ações em Circulação, consistente em 25% do total de ações do capital social, dentro dos seis meses subsequentes à aquisição do controle.

REALIZAÇÃO, PELA NOSSA COMPANHIA, DE OPERAÇÕES DE COMPRA DE AÇÕES DE EMISSÃO PRÓPRIA

Nosso Estatuto Social autoriza nosso Conselho de Administração a aprovar a compra, pela Companhia, de ações de emissão própria, ou a lançar opções de venda e compra referenciadas em nossas ações.

A decisão de comprar ações de emissão própria para manutenção em tesouraria ou para cancelamento não pode, dentre outras coisas:

- resultar na redução do nosso capital social;
- fazer com que seja necessária a utilização de recursos maiores do que o saldo de lucros ou reservas disponíveis constantes do último balanço;
- criar, direta ou indiretamente, qualquer demanda, oferta ou condição do preço por ação artificial, ou utilizar-se de qualquer prática injusta, como consequência de uma ação ou omissão nossa; ou
- ser utilizada para a compra de ações detidas por nosso acionista controlador.

Não podemos manter em tesouraria mais do que 10% de nossas ações em circulação no mercado, incluindo as ações detidas por nossas subsidiárias e coligadas.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Qualquer compra de ações de emissão própria pela nossa Companhia deve ser realizada em bolsa, exceto se as ações somente estiverem admitidas à negociação em mercado de balcão, e não pode ser feita por meio de operações privadas exceto se previamente aprovada pela CVM. Podemos também comprar ações de emissão própria, na hipótese em que a Companhia deixe de ser uma companhia aberta. Adicionalmente, podemos comprar ou emitir opções de compra ou de venda relacionadas às ações de emissão da Companhia.

AQUISIÇÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS E SEUS DERIVATIVOS POR ACIONISTA CONTROLADOR, ADMINISTRADORES E MEMBROS DO CONSELHO FISCAL

De acordo com o Regulamento do Novo Mercado e Instrução CVM 358, nosso Acionista Controlador, nossos administradores e membros do Conselho Fiscal devem comunicar à BOVESPA e à CVM, logo após a aquisição do poder de nosso controle ou investidura no cargo, a quantidade e as características dos valores mobiliários de nossa emissão de que seja titular, direta ou indiretamente, inclusive seus derivativos.

DIVULGAÇÃO DE NEGOCIAÇÕES COM AÇÕES REALIZADAS POR ADMINISTRADORES OU MEMBROS DO CONSELHO FISCAL

De acordo com o Regulamento do Novo Mercado e Instrução CVM 358, nosso Acionista Controlador, nossos administradores e membros do conselho fiscal ou de qualquer outro órgão técnico ou consultivo devem informar à CVM e à BOVESPA, a quantidade e espécie de valores mobiliários de emissão de nossa Companhia, de nossas controladas e controladoras que sejam companhias abertas, incluindo derivativos, que são detidos por eles ou por pessoas ligadas, bem como quaisquer alterações nas suas respectivas posições. As informações relativas às movimentações de tais valores mobiliários (como, por exemplo, quantidade, preço e data de compra) devem ser fornecidas à CVM e à BOVESPA dentro do prazo de dez dias a contar do final do mês em que tais movimentações ocorreram.

DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Como companhia aberta, devemos atender às exigências relativas à divulgação previstas na Lei das Sociedades por Ações e nos normativos expedidos pela CVM. Ainda, em função de nossa listagem no Novo Mercado, deveremos também seguir as exigências relativas à divulgação contidas no Regulamento do Novo Mercado.

Divulgação de Informações Eventuais e Periódicas

A legislação do mercado de valores mobiliários estabelece que uma companhia aberta deve fornecer à CVM e à BOVESPA determinadas informações periódicas, que incluem as informações anuais, as informações trimestrais e os relatórios trimestrais da administração e dos auditores independentes. Esta legislação prevê também a obrigação de arquivarmos junto à CVM acordos de acionistas e avisos de convocação de assembleias gerais, bem como as cópias das atas destas assembleias. Além dos requisitos de divulgação da legislação societária e da CVM, devemos observar também os seguintes requisitos de divulgação:

- no máximo seis meses após a obtenção de autorização para listagem de ações de nossa emissão no Novo Mercado, devemos apresentar demonstrações financeiras consolidadas após o término de cada trimestre (excetuado o último) e de cada exercício social, incluindo a demonstração de fluxo de

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

caixa, a qual deverá indicar, no mínimo, as alterações ocorridas no saldo de caixa e equivalentes de caixa, segregados em fluxos operacionais, financiamentos e investimentos;

- a partir da divulgação das demonstrações financeiras referentes ao segundo exercício social após a obtenção de autorização para listar nossas ações no Novo Mercado, devemos, no máximo quatro meses após o encerramento do exercício social: (i) divulgar demonstrações financeiras ou demonstrações consolidadas conforme os padrões internacionais U.S. GAAP ou IFRS, em reais ou dólares norte-americanos, que deverão ser divulgadas na íntegra, no idioma inglês, acompanhadas do relatório da administração, das notas explicativas que informem, inclusive, o lucro líquido e o patrimônio líquido apurados ao final do exercício, segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil bem como a proposta da destinação do resultado e parecer dos auditores independentes; ou (ii) divulgar, em idioma inglês, a íntegra das demonstrações financeiras, relatório da administração e as notas explicativas, preparadas de acordo com a Lei das Sociedades por Ações, acompanhadas de nota explicativa adicional que demonstre a conciliação do resultado do exercício e do patrimônio líquido apurados segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e conforme os padrões internacionais U.S. GAAP ou IFRS, conforme o caso, evidenciando as principais diferenças entre os critérios contábeis aplicados, e do parecer dos auditores independentes; e
- no máximo 15 dias após o prazo estabelecido pela legislação para divulgação das informações trimestrais, devemos: (i) apresentar, na íntegra, as informações trimestrais traduzidas para o idioma inglês; ou (ii) apresentar as demonstrações financeiras ou demonstrações consolidadas de acordo com os padrões internacionais U.S. GAAP ou IFRS, acompanhadas de parecer ou relatório de revisão especial dos auditores independentes. Esta apresentação de informações deverá ocorrer após a divulgação da primeira demonstração financeira elaborada de acordo com padrões internacionais.

Divulgação de Ato ou Fato Relevante

De acordo com a Lei do Mercado de Valores Mobiliários, devemos informar à CVM e à BOVESPA a ocorrência de qualquer ato ou fato relevante que diga respeito aos nossos negócios. Devemos também publicar um aviso sobre tal ato ou fato. Um ato ou fato é considerado relevante se tiver o efeito de influenciar o preço dos valores mobiliários de emissão da Companhia, a decisão de investidores de negociar os valores mobiliários de emissão da Companhia ou a decisão de investidores de exercer quaisquer direitos na qualidade de titulares de valores mobiliários de emissão da Companhia.

Em circunstâncias especiais, podemos submeter à CVM um pedido de tratamento confidencial com relação a um ato ou fato relevante.

Política de Divulgação de Informações

Possuímos ainda, conforme a Instrução CVM 358, uma Política de Divulgação de Informações, aprovada em Reunião de nosso Conselho de Administração realizada em 31 de maio de 2007, que consiste na divulgação de informações relevantes e na manutenção de sigilo acerca destas informações que ainda não tenham sido divulgadas ao público.

Informação relevante consiste em qualquer decisão de acionista controlador, deliberação de Assembleia Geral ou de nossos órgãos de administração, ou qualquer outro ato ou fato de caráter político-administrativo, técnico, negocial ou econômico-financeiro ocorrido ou relacionado aos nossos negócios da Companhia, que possa influir de modo ponderável (i) na cotação dos valores mobiliários; (ii) na decisão dos investidores de comprar, vender ou

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

manter os valores mobiliários; ou (iii) na determinação de os investidores exercerem quaisquer direitos inerentes à condição de titulares de valores mobiliários.

É de responsabilidade da Companhia, por meio de seu Diretor de Relações com Investidores, divulgar e comunicar à CVM e às Bolsas de Valores qualquer ato ou fato relevante ocorrido ou relacionado aos nossos negócios que seja considerado informação relevante, bem como zelar pela ampla e imediata disseminação da informação relevante nas bolsas de valores e ao público em geral (por meio de anúncio publicado no jornal, etc).

INFORMAÇÕES PERIÓDICAS

Demonstrações de Fluxos de Caixa

Estipula o Regulamento do Novo Mercado que as demonstrações financeiras da Companhia e as demonstrações consolidadas a serem elaboradas ao término de cada trimestre e de cada exercício social, devem incluir as demonstrações de fluxo de caixa, as quais indicarão, no mínimo, as alterações ocorridas no saldo de caixa e equivalentes de caixa, segregadas em fluxos das operações, dos financiamentos e dos investimentos.

Segundo o Regulamento do Novo Mercado a Companhia deve apresentar as demonstrações de fluxos de caixa após seis meses da data de publicação do Anúncio de Início.

Demonstrações Financeiras Elaboradas de Acordo com Padrões Internacionais

Dispõe o Regulamento do Novo Mercado que após o encerramento de cada exercício social a Companhia deverá elaborar (i) demonstrações financeiras ou demonstrações consolidadas conforme os padrões internacionais US GAAP ou IFRS, em reais ou dólares americanos, as quais deverão ser divulgadas na íntegra, no idioma inglês e deverão ser acompanhadas do relatório de administração, de notas explicativas, que informem inclusive o lucro líquido e o patrimônio líquido apurados ao final do exercício segundo os princípios contábeis brasileiros e a proposta de destinação do resultado, e do parecer dos auditores independentes; ou (ii) divulgar, no idioma inglês, a íntegra das demonstrações financeiras, relatório de administração e notas explicativas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, acompanhada de nota explicativa adicional que demonstre a conciliação do resultado do exercício e do patrimônio líquido apurados segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e segundo os padrões internacionais US GAAP ou IFRS, evidenciando as principais diferenças entre os critérios contábeis, e do parecer dos auditores independentes, que devem ser registrados na CVM e devem possuir experiência comprovada no exame de demonstrações financeiras elaboradas de acordo com os padrões internacionais US GAAP ou IFRS.

De acordo com o Novo Mercado a adoção destes critérios deve ocorrer a partir da divulgação das demonstrações financeiras referentes ao segundo exercício após a publicação do Anúncio de Início.

Informações Trimestrais em Inglês ou elaborada de Acordo com os Padrões Internacionais

Conforme o Regulamento do Novo Mercado, a Companhia deverá apresentar a íntegra das informações trimestrais traduzida para o idioma inglês ou, então, apresentar demonstrações financeiras ou demonstrações consolidadas conforme os padrões internacionais US GAAP ou IFRS.

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Esta apresentação de informações, a qual deverá ser acompanhada de parecer ou de relatório de revisão especial dos auditores independentes, deverá ocorrer após a divulgação da primeira demonstração financeira elaborada de acordo com padrões internacionais.

Requisitos Adicionais para as Informações Trimestrais – ITR

O Regulamento do Novo Mercado estipula algumas informações complementares que deverão conter no ITR. São elas: (i) apresentar o balanço patrimonial consolidado, a demonstração do resultado consolidado e o comentário de desempenho consolidado, se estiver obrigada a apresentar demonstrações consolidadas ao final do exercício social; (ii) informar a posição acionária de todo aquele que detiver mais de 5% do capital social da Companhia, direta ou indiretamente, até o nível da pessoa física; (iii) informar de forma consolidada a quantidade e as características dos valores mobiliários de emissão da Companhia de que sejam titulares, direta ou indiretamente, os grupos de acionista controlador, administradores e membros do Conselho Fiscal; (iv) informar a evolução da participação das pessoas mencionadas no item iii, em relação aos respectivos valores mobiliários, nos doze meses anteriores; (v) incluir, em notas explicativas, a demonstração dos fluxos de caixa; (vi) informar a quantidade de ações em circulação e sua porcentagem em relação ao total de ações emitidas; (vii) informar a existência e a vinculação à Cláusula Compromissória de arbitragem.

Requisitos adicionais para as Informações Anuais – IAN

São também requisitos do Novo Mercado a inclusão dos itens (iii), (iv) e (vii) do tópico “Requisitos Adicionais para as Informações Trimestrais” nas Informações Anuais da Companhia no Quadro “Outras Informações Consideradas Importantes para Melhor Entendimento da Companhia”.

Reunião Pública com Analistas

O Regulamento do Novo Mercado estipula que, pelo menos uma vez ao ano, a Companhia e os administradores devem realizar reunião pública com analistas e quaisquer outros interessados para divulgar informações quanto à sua respectiva situação econômico-financeira, projetos e perspectivas.

Calendário Anual

Fica estipulado pelo Regulamento do Novo Mercado que a Companhia e os administradores deverão enviar à BOVESPA e divulgar, até o fim de janeiro de cada ano, um calendário anual, informando sobre eventos corporativos programados, contendo informações sobre a Companhia, o evento, data e hora de sua realização, a publicação e o envio do documento de que trata o referido evento à BOVESPA. Eventuais alterações subsequentes em relação aos eventos programados deverão ser enviadas à BOVESPA e divulgadas imediatamente.

Contratos com o Mesmo Grupo

Segundo o Regulamento do Novo Mercado, a Companhia deve enviar à BOVESPA e divulgar informações de todo qualquer contrato celebrado entre a Companhia, e suas sociedades controladas e coligadas, seu acionista controlador e seus administradores, bem como entre a Companhia e sociedades controladas e coligadas dos administradores e do acionista controlador, assim como com outras sociedades que com qualquer dessas pessoas integre um mesmo grupo de fato ou direito, sempre que for atingido, num único contrato ou em contratos sucessivos, com ou sem o mesmo fim, em qualquer período de um ano, valor igual ou superior a R\$200 mil, ou valor igual ou superior a 1% sobre o patrimônio líquido da Companhia, considerando o maior.

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Essas informações divulgadas deverão conter o objeto do contrato, o prazo, o valor, as condições de rescisão ou de término e a eventual influência do contrato sobre a administração ou a condução dos negócios da Companhia.

ARBITRAGEM

Pelo Regulamento do Novo Mercado e pelo nosso Estatuto Social, os acionistas, os administradores, a própria Companhia e os membros do nosso Conselho Fiscal, quando instalado, obrigam-se a resolver, por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre eles, relacionada ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações, no Estatuto Social da Companhia, nas normas editadas pelo CMN, pelo BACEN e pela CVM, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Contrato de Participação do Novo Mercado e do Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA – IBGC

O “Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa”, editado pelo IBGC, objetiva indicar os caminhos para todos os tipos de sociedade visando (i) aumentar o valor da sociedade; (ii) melhorar seu desempenho; (iii) facilitar seu acesso ao capital a custos mais baixos; e (iv) contribuir para sua perenidade; sendo que os princípios básicos inerentes a esta prática são a transparência, a equidade, a prestação de contas e a responsabilidade corporativa. Dentre as práticas de governança corporativa recomendadas pelo IBGC em tal código, adotamos:

- (i) emissão exclusiva de ações ordinárias;
 - (ii) política “uma ação igual a um voto”;
 - (iii) contratação de empresa de auditoria independente para a análise de balanços e demonstrativos financeiros, sendo que esta mesma empresa não é contratada para prestar outros serviços, assegurando a total independência;
 - (iv) Estatuto Social claro quanto à (i) forma de convocação da Assembleia Geral; (ii) competências do Conselho de Administração e da Diretoria; (iii) sistema de votação, eleição, destituição e mandato dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria;
 - (v) transparência na divulgação dos relatórios anuais da administração;
 - (vi) fazer constar votos dissidentes nas atas de assembleias ou reuniões, quando solicitado;
 - (vii) vedação ao uso de informações privilegiadas e existência de política de divulgação de informações relevantes;
 - (viii) previsão estatutária de arbitragem como forma de solução de eventuais conflitos entre acionistas e Companhia;
 - (ix) dispersão de ações (*free float*), visando à liquidez dos títulos; e
- conselheiros com experiência em questões operacionais e financeiras e experiência em participação em outros conselhos de administração.

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CVM - COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS
IAN - Informações Anuais

Data-Base - 06/03/2007

Legislação Societária

Reapresentação Espontânea

02100-8 GENERAL SHOPPING BRASIL S/A

08.764.621/0001-53

20.01 - DESCRIÇÃO DAS INFORMAÇÕES ALTERADAS

Visando aprimorar as informações da Companhia, foram atualizados os quadros 01.03, 01.04, 02.01, 03.01, 03.02, 04.01, 04.02 e 14.03.

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

ÍNDICE

GRUPO	QUADRO	DESCRIÇÃO	PÁGINA
01	01	IDENTIFICAÇÃO	1
01	02	SEDE	1
01	03	DEPARTAMENTO DE ACIONISTAS	1
01	04	DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES (Endereço para Correspondência com a Companhia)	2
01	05	REFERÊNCIA / AUDITOR	2
01	06	CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA	2
01	07	CONTROLE ACIONÁRIO / VALORES MOBILIÁRIOS	3
01	08	PUBLICAÇÕES DE DOCUMENTOS	3
01	09	JORNAIS ONDE A CIA DIVULGA INFORMAÇÕES	3
01	10	DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES	3
02.01	01	COMPOSIÇÃO ATUAL DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E DIRETORIA	4
02	02	EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA DE CADA CONSELHEIRO (ADM. E FISCAL) E	5
03	01	EVENTOS RELATIVOS A DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL	8
03	02	POSIÇÃO ACIONÁRIA DOS ACIONISTAS COM MAIS DE 5% DE AÇÕES ORDINÁRIAS E/OU PREFERENCIAIS	9
03	03	DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL DOS ACIONISTAS COM MAIS DE 5% DAS AÇÕES	10
04	01	COMPOSIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL	11
04	02	CAPITAL SOCIAL SUBSCRITO E ALTERAÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS	12
04	03	BONIFICAÇÃO/DESDOBRAMENTO OU GRUPAMENTO DE AÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS	13
04	04	CAPITAL SOCIAL AUTORIZADO	14
04	05	COMPOSIÇÃO DO CAPITAL ACIONÁRIO AUTORIZADO	14
06	03	DISPOSIÇÕES ESTATUTÁRIAS DO CAPITAL SOCIAL	15
06	04	DIVIDENDO OBRIGATÓRIO	15
07	01	REMUNERAÇÃO E PARTICIPAÇÃO DOS ADMINISTRADORES NO LUCRO	16
07	02	PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS	16
07	03	PARTICIPAÇÃO EM SOCIEDADES CONTROLADAS E/OU COLIGADAS	17
09	01	BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA	18
09	02	CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO	38
09	03	PERÍODOS DE SAZONALIDADE NOS NEGÓCIOS	54
10	01	PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS	55
11	01	PROCESSO DE PRODUÇÃO	56
11	02	PROCESSO DE COMERCIALIZAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, MERCADOS E EXPORTAÇÃO	57
11	03	POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO	59
12	01	PRINCIPAIS PATENTES, MARCAS COMERCIAIS E FRANQUIAS	62
13	01	PROPRIEDADES	63
14	02	INFORMAÇÕES RECOMENDÁVEIS, MAS NÃO OBRIGATÓRIAS	64
14	03	OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA	117
14	05	PROJETOS DE INVESTIMENTO	184
15	01	PROBLEMAS AMBIENTAIS	187
16	01	AÇÕES JUDICIAIS	189
17	01	OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS	190
18	01	ESTATUTO SOCIAL	193

Reapresentação Espontânea

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
02100-8	GENERAL SHOPPING BRASIL S/A	08.764.621/0001-53

ÍNDICE

GRUPO	QUADRO	DESCRIÇÃO	PÁGINA
		LEVIAN PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIM. LTDA	
19	01	POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO	225
19	05	OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS	228
19	09	CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO	232
19	10	RELATÓRIO DE DESEMPENHO	248
		ATLAS PARTICIPAÇÕES LTDA	
19	01	POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO	251
19	05	OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS	254
19	09	CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO	258
19	10	RELATÓRIO DE DESEMPENHO	273
		ABK DO BRASIL EMPREEND. E PARTICIP. LTDA	
19	01	POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO	275
19	05	OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS	278
19	09	CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO	282
19	10	RELATÓRIO DE DESEMPENHO	298
		SEND EMPREENDIM. E PARTICIPAÇÕES LTDA	
19	01	POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO	300
19	05	OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS	303
19	09	CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO	307
19	10	RELATÓRIO DE DESEMPENHO	323
20	00	INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA	325
20	01	DESCRIÇÃO DAS INFORMAÇÕES ALTERADAS	338